

Come le imprese vivono l'AI: conoscenze, ostacoli e bisogni dal primo sondaggio Cciaa - focus turismo



Dicembre
2025

Introduzione e metodologia

L'indagine, aperta a tutte le imprese iscritte alla Camera di Commercio di Pordenone-Udine, mira a comprendere il livello di **conoscenza e di adozione di strumenti di AI** nelle aziende del territorio, **le opportunità e gli ostacoli percepiti** nell'introduzione di nuove tecnologie, **le necessità di formazione e supporto** per favorire la trasformazione digitale locale.

Le domande si focalizzano su tre tematiche:

- Utilizzo dell'intelligenza artificiale in azienda
- Turismo, ospitalità e ristorazione
- Carenza di personale e nuove competenze

L'indagine si è svolta nel periodo 4-19 novembre 2025 con metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interview).

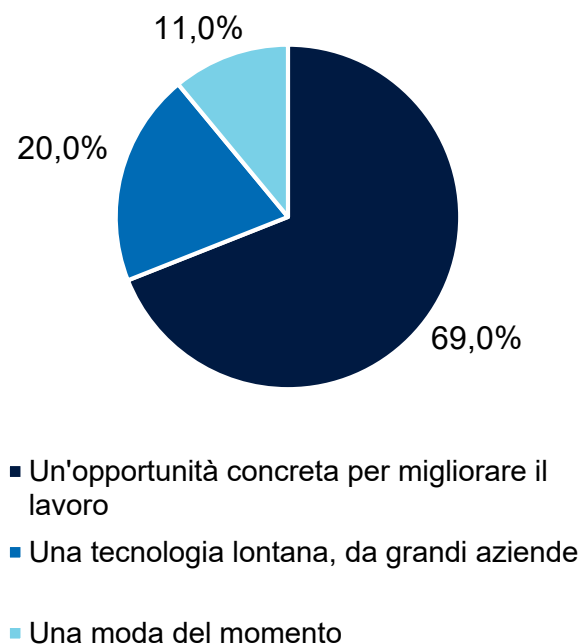
Le **752 imprese rispondenti** afferiscono ai seguenti settori economici: 26,2% servizi, 19,1% commercio, 11,3% agricoltura, 8,9% industria, 4,9% turismo, alloggio, ristorazione e 29,5% altro.

I rispondenti appartengono per il 49,7% alla fascia d'età 51-65 anni, per il 29% a quella 36-50, il 13,8% sono over 65, il 6,1% ha tra i 25 e i 35 anni, l'1,3% è under 25.

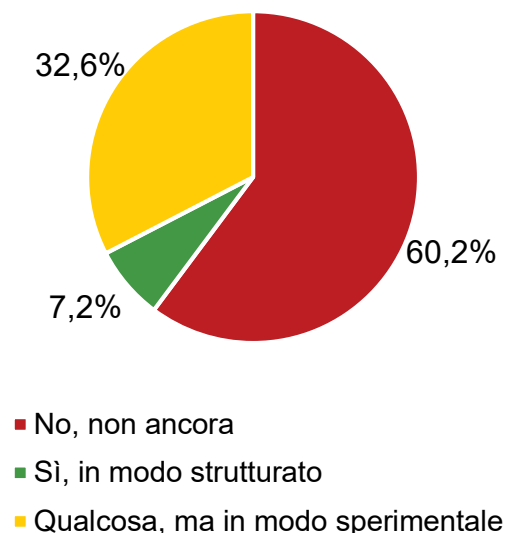
Utilizzo dell'intelligenza artificiale in azienda

Utilizzo dell'intelligenza artificiale in azienda

Quando sente parlare di “Intelligenza Artificiale”, cosa le viene in mente per prima?



Ha già iniziato a usare strumenti con funzioni di IA?



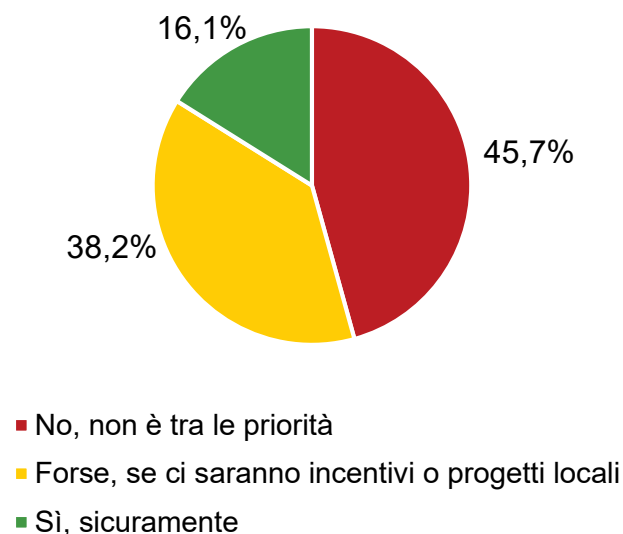
Sebbene l'11% degli intervistati ritenga che l'IA sia solo una moda del momento e il 20% che sia una tecnologia per le grandi aziende, più di due terzi delle imprese intervistate (69%) guarda favorevolmente all'IA come un'opportunità concreta per migliorare il lavoro.

La maggior parte delle imprese (60,2%) non ha ancora provveduto ad introdurre strumenti di intelligenza artificiale, mentre il 32,6% lo ha fatto principalmente in via sperimentale; è solo il 7,2% degli intervistati ad affermare di aver implementato questi strumenti in modo strutturato.

Al momento, la quasi totalità delle imprese descrive il proprio livello di digitalizzazione come medio (43,8%) o basso (41,1%), solo il 15,2% riporta un uso stabile e diversificato di strumenti digitali integrati.

Utilizzo dell'intelligenza artificiale in azienda

Pensa che nei prossimi due anni investirà in IA o digitalizzazione?



In quali attività pensa che l'IA possa essere più utile?



Nonostante per il 45,7% del totale delle imprese gli investimenti in digitalizzazione e strumenti di IA nei prossimi due anni non risultino prioritari, la maggior parte delle imprese non esclude uno sviluppo in questo senso: il 16,1% afferma che investirà sicuramente, mentre il 38,2% sarebbe pronta ad investire solo a fronte di incentivi o progetti locali.

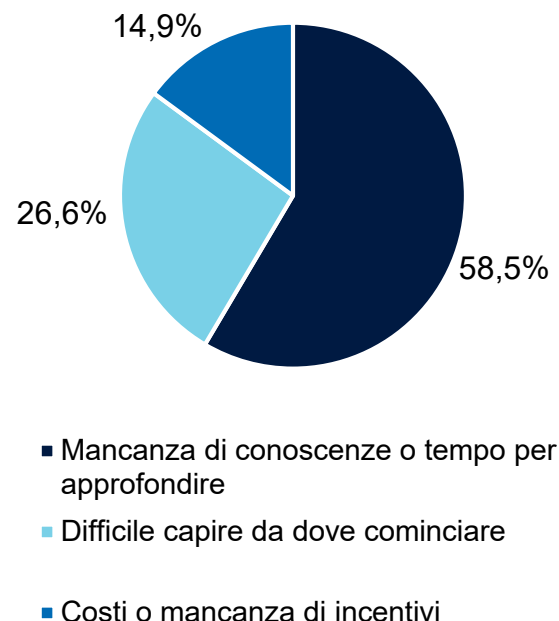
Nel quesito a risposta multipla si manifesta infatti marcato l'interesse delle aziende alle applicazioni dell'intelligenza artificiale nell'ambito del marketing e dei contatti con la clientela (55,1%), nonché in seconda battuta per i processi amministrativi e gestionali (49,1%). Solo il 24,9% degli intervistati invece ritiene che l'IA possa giocare un ruolo nelle funzioni aziendali legate a produzione, logistica o magazzino.

Nel caso in cui dovessero in questo momento avviare un progetto IA, le aziende partirebbero da consulenze esterne (43,7%), piccoli esperimenti o progetti pilota (34,7%) e formazione interna (21,5%).

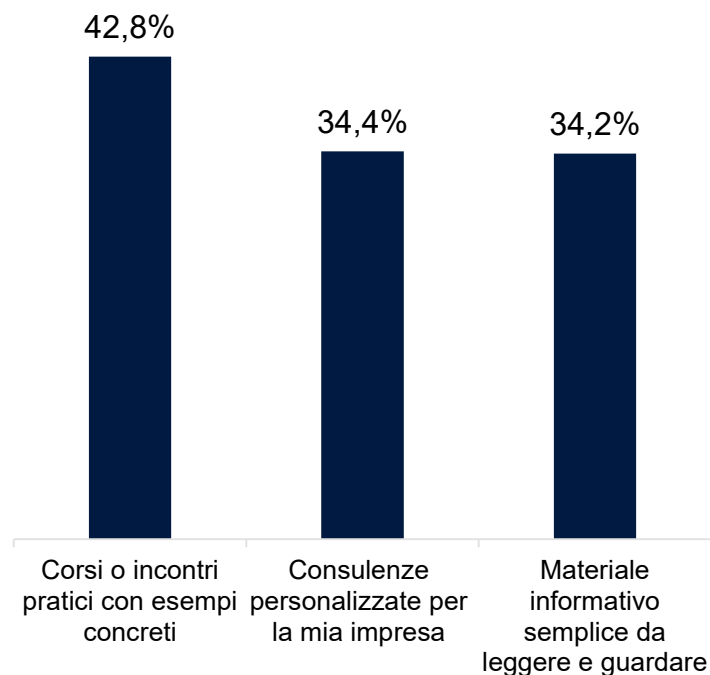
Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.

Utilizzo dell'intelligenza artificiale in azienda

Qual è secondo lei il principale ostacolo all'uso dell'IA?



Se potesse scegliere, quale tipo di supporto preferirebbe per capire meglio l'IA?



La mancanza di conoscenze e tempo per approfondire (58,5%), la difficoltà nel capire da dove iniziare (26,6%) insieme ai costi elevati e alla mancanza di incentivi (14,9%) sono gli ostacoli principali all'utilizzo diffuso dell'IA da parte delle imprese.

A fronte di ciò, il 43,2% delle aziende ritiene importante la formazione sul tema per alcune specifiche figure professionali e il 38,3% esprime la necessità di una cultura digitale diffusa.

Nella domanda a risposta multipla le aziende affermano che apprezzerrebbero dei corsi o incontri pratici di formazione con esempi concreti (42,8%), seguiti da consulenze personalizzate (34,4%) e dalla disponibilità di materiale informativo consultabile in modo semplice (34,2%).

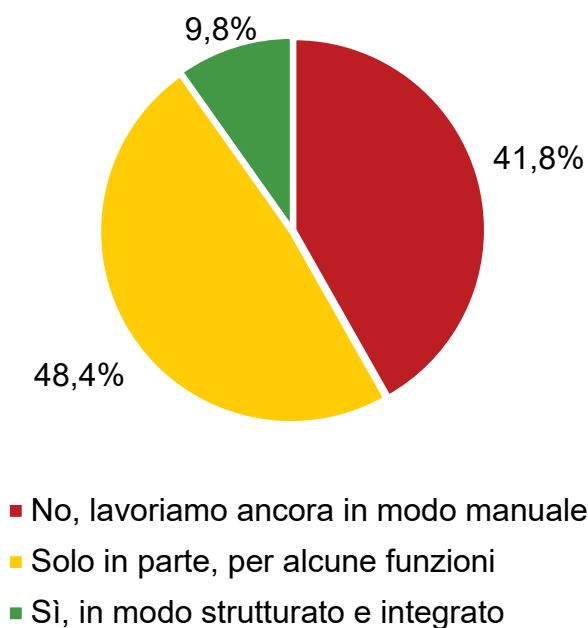
Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.



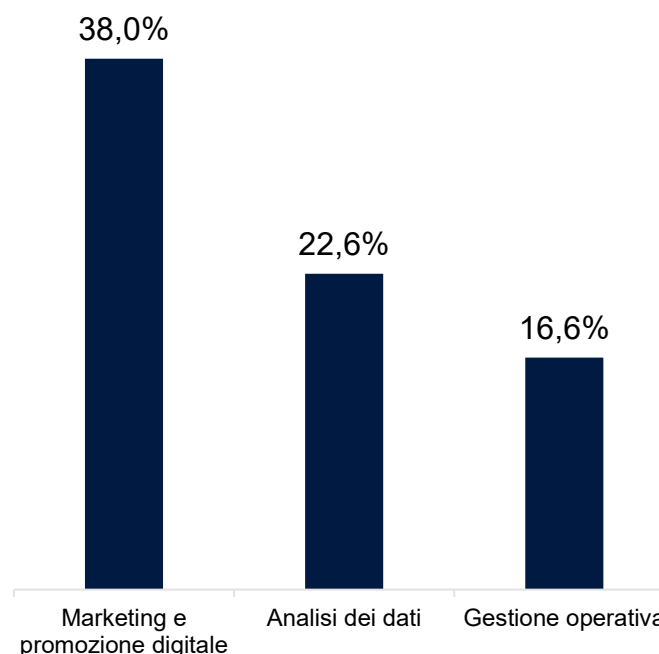
Turismo, ospitalità e ristorazione

Turismo, ospitalità e ristorazione

Nella sua realtà sono già in uso strumenti digitali per la gestione delle attività?



In quali ambiti vede il maggiore potenziale di applicazione dell'IA?



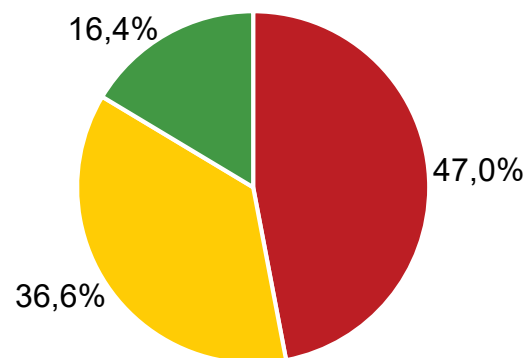
Il 48,4% delle imprese intervistate del settore turismo, ospitalità e ristorazione afferma di fare un uso parziale degli strumenti digitali per la gestione delle proprie attività (es. prenotazioni, recensioni, CRM, social, ecc.), mentre nel 41,8% dei casi l'utilizzo è assente, solo il 9,8% lo considera uno strumento consolidato.

Anche le imprese di questo settore guardano all'IA con interesse e specialmente alle sue applicazioni negli ambiti del marketing e promozione digitale (38%), dell'analisi dei dati (22,6%) e della gestione operativa ossia in tema di prenotazioni, prezzi e recensioni (16,6%), come emerge dalla domanda con possibilità di risposta multipla.

Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.

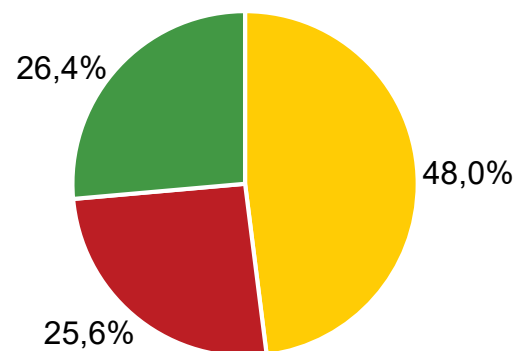
Turismo, ospitalità e ristorazione

Parteciperebbe a un progetto per sperimentare le applicazioni IA nel turismo?



- No, non al momento
- Solo se supportato o cofinanziato
- Sì, con entusiasmo

Ritiene che l'IA possa migliorare l'esperienza degli ospiti?



- Forse, ma serve capire come applicarla concretamente
- Non credo faccia la differenza nel mio settore
- Sì, rendendo il servizio più personalizzato

Tra le imprese che hanno partecipato al sondaggio, il 16,4% aderirebbe con entusiasmo ad un eventuale progetto territoriale che sperimenti le applicazioni dell'IA nel turismo, il 36,6% solamente a condizione di supporto e cofinanziamento, mentre il 47% al momento non sarebbe interessata a partecipare.

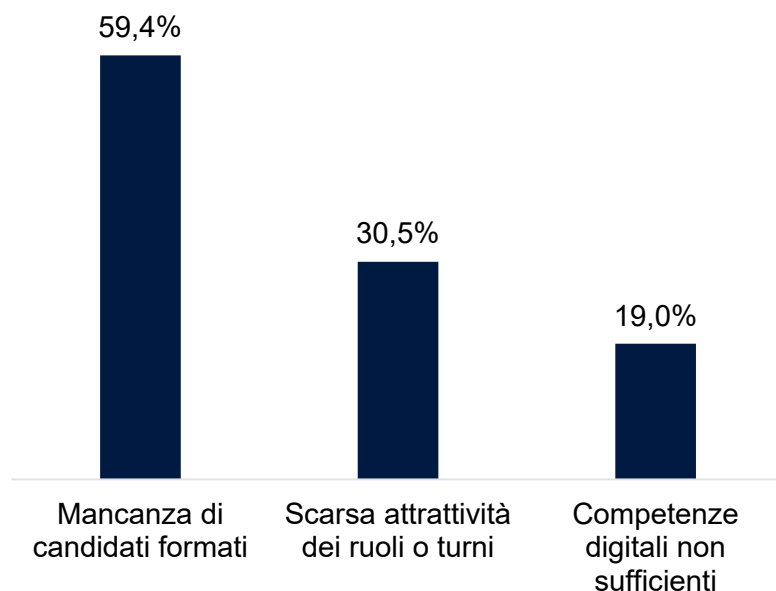
D'altra parte, due percentuali simili di imprese prendono posizioni opposte: per il 26,4% infatti l'intelligenza artificiale può contribuire a personalizzare il servizio migliorando così l'esperienza dei clienti, mentre il 25,6% prevede che l'uso di tale strumento non farà la differenza. Emerge invece maggioritaria (48%) una terza posizione espressa da imprese che volentieri accoglierebbero l'IA, a patto però di comprendere al meglio lo strumento e le sue applicazioni.

Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.

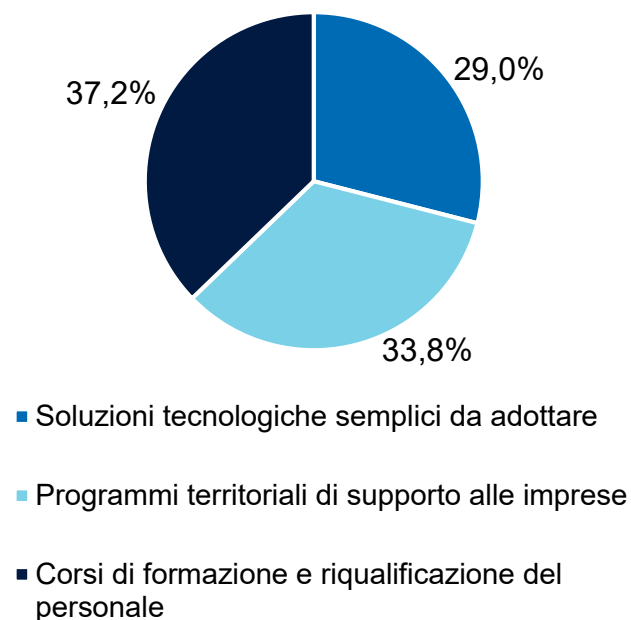
Carenza di personale e nuove competenze

Carenza di personale e nuove competenze

Quali sono le cause della carenza di personale?



Quale iniziativa aiuterebbe con il problema della mancanza di risorse?



Più della metà delle imprese lamenta una difficoltà (significativa per il 30,1%, gestibile per il 26,7%) a reperire o mantenere personale qualificato negli ultimi anni.

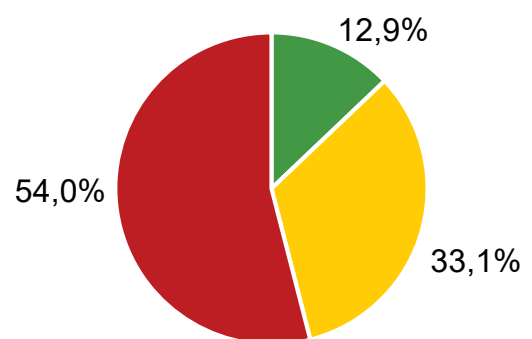
Secondo il 59,4% delle imprese - domanda con possibilità di risposta multipla - ciò è da imputare alla mancanza di candidati formati, mentre il 30,5% addita la scarsa attrattività dei ruoli o dei turni e infine il 19% le competenze digitali non sufficienti.

Per affrontare il problema, pertanto, sarebbero utili secondo il 37,2% corsi di formazione e riqualificazione del personale, per il 33,8% programmi territoriali di supporto alle imprese e per il 29% soluzioni tecnologiche semplici da adottare.

Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.

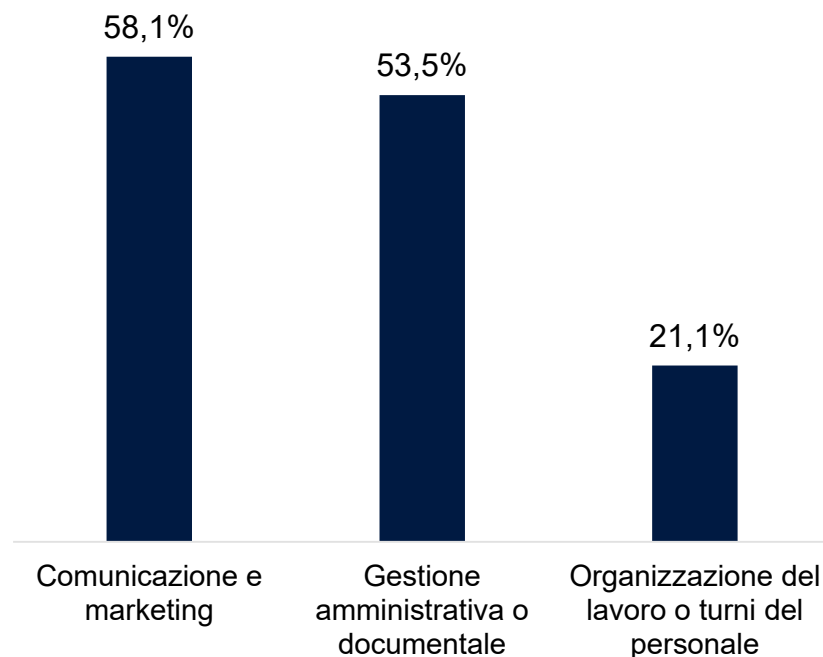
Carenza di personale e nuove competenze

L'IA può ridurre
l'impatto della carenza
di personale?



- Sì, automatizzando alcune attività ripetitive
- In parte, ma solo assieme a nuova formazione
- No, l'IA non può sostituire le persone

Su quali attività sarebbe utile un
supporto digitale o intelligente?



Sebbene per più della metà degli intervistati l'intelligenza artificiale non possa sostituire le persone (54%), per il 12,9% delle imprese ciò sarebbe possibile attraverso l'automatizzazione di attività ripetitive (12,9%), mentre per il 33,1% lo strumento potrebbe aiutare a risolvere il problema della carenza del personale solo se unito a nuova formazione.

Dal quesito a risposta multipla emerge che un supporto digitale o intelligente potrebbe rivelarsi utile per le funzioni aziendali relative a comunicazione e marketing (58,1%), per la gestione amministrativa e documentale (53,5%) e per l'organizzazione del lavoro o dei turni del personale (21,1%).

Ad ogni modo è condivisa sostanzialmente all'unanimità dalle imprese l'idea che sull'IA sia sempre preferibile mantenere un controllo umano, affidando allo strumento un ruolo di supporto ma non decisionale.

Fonte: Elaborazione Centro Studi CCIAA di Pordenone Udine.

Rapporto redatto da

Elaborazione statistica

- **Elisa Qualizza** in collaborazione con **Alberto Mazzola**

Grafica e impaginazione

- **Giovanni Mambrini**

Si autorizza la riproduzione, la diffusione e l'utilizzazione della presente pubblicazione a condizione di citarne la fonte.

Approfondimenti e domande sui contenuti del report possono essere richiesti a **statistica@pnud.camcom.it** o telefonando al numero **0432 273 539**

Documento pubblicato nel sito: www.pnud.camcom.it