



SAIE

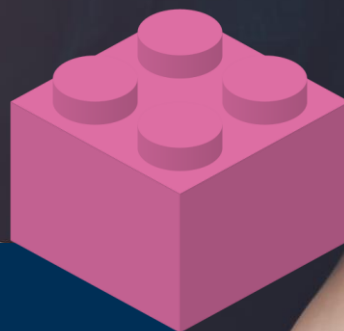
La Fiera delle Costruzioni
progettazione, edilizia, impianti



FORMAZIONE

SEZIONE 2

Nomisma



Aree principali di formazione: sicurezza e formazione tecnica

Quali sono le principali aree di formazione in cui investe la sua azienda?

Target: totale campione

Area su cui investe già
principalmente



Sicurezza sul lavoro

70%



Formazione tecnica e specialistica

60%



Competenze digitali/nuove tecnologie

36%



Hard skills

Competenze linguistiche, project management, programmazione

16%



Formazione ESG

14%



Soft skills

Public speaking, team working, leadership

14%

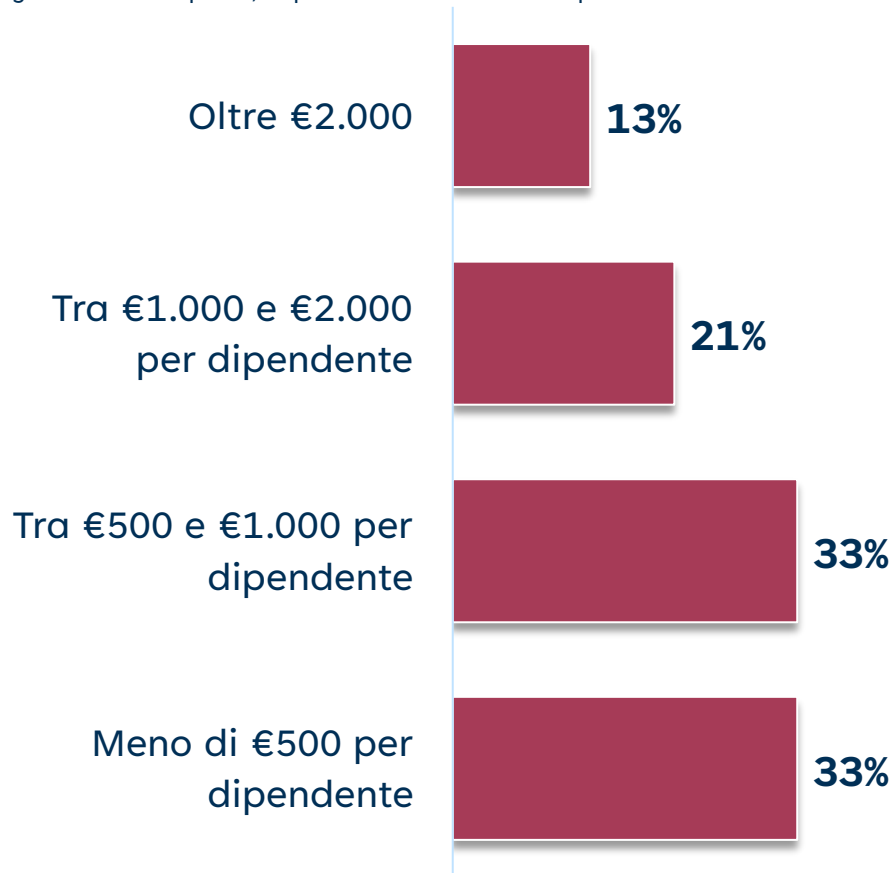
54%

delle aziende vorrebbe
investire maggiormente
in competenze digitali e
nuove tecnologie

Si investono tra i 500 e i 2000 euro l'anno per dipendente in formazione

Quanto investe la sua azienda nella formazione dei dipendenti ogni anno ?

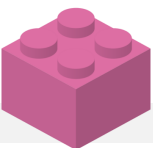
Target: totale campione, risposte al netto di «non saprei»



Quali sono le principali motivazioni che spingono la sua azienda ad investire nella formazione dei dipendenti?

Target: totale campione

RISPOSTA MULTIPLA





SAIE

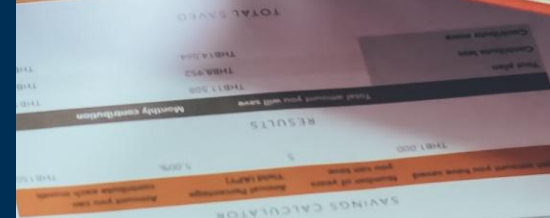
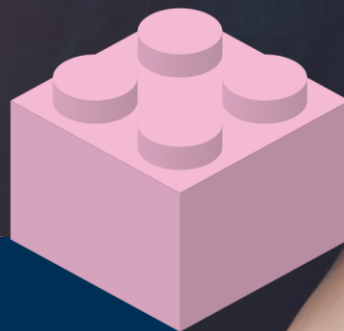
La Fiera delle Costruzioni
progettazione, edilizia, impianti



INTELLIGENZA ARTIFICIALE E NUOVE TECNOLOGIE

SEZIONE 3

Nomisma



2 aziende su 10 la usano, ma molto dipende dall'attivazione dei singoli

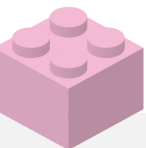
La sua azienda utilizza l'intelligenza artificiale?

Target: totale campione

No, non la
utilizziamo
46%

Sì, la
utilizziamo
19%

No, ma abbiamo
intenzione di
utilizzarla
35%



2 aziende su 10 la usano, ma molto dipende dall'attivazione dei singoli



Focus Settore

La sua azienda utilizza l'intelligenza artificiale?

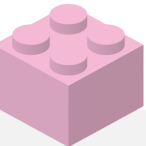
Target: totale campione

No, non la
utilizziamo
46%

Sì, la utilizziamo
19%

No, ma abbiamo
intenzione di
utilizzarla
35%

Settori	% Sì, la utilizziamo
Edilizia 	8%
Impiantistica 	17%
Progettazione 	64%
Servizi 	20%



2 aziende su 10 la usano, ma molto dipende dall'attivazione dei singoli

La sua azienda utilizza l'intelligenza artificiale?

Target: totale campione

No, non la
utilizziamo
46%

Sì, la utilizziamo
19%

No, ma abbiamo
intenzione di
utilizzarla
35%

% Sì, la utilizziamo

NORD

22%

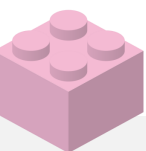
CENTRO

19%

SUD E ISOLE

15%

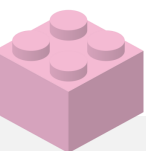
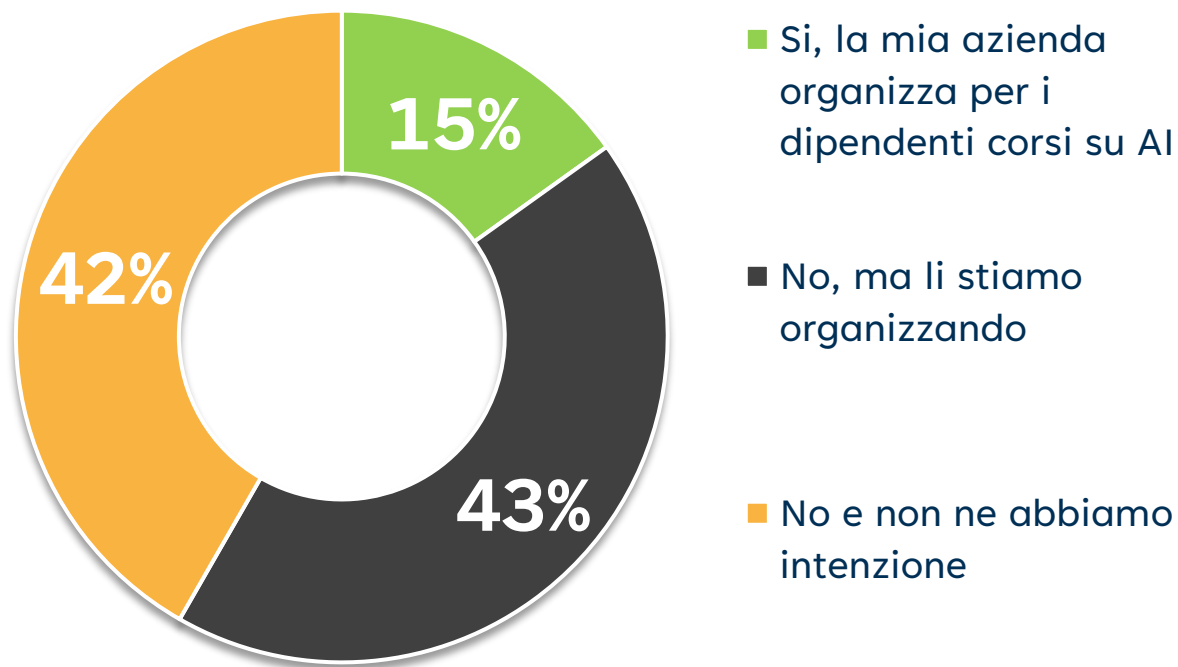
Focus area



Si accende l'attenzione per la formazione sull'AI

In particolare, la sua azienda investe o ha intenzione di investire in corsi sull'AI?

Target: totale campione



L'AI è un supporto al marketing e al customer care, ma manca expertise

Per quale motivo non la utilizzate?

Target: aziende che non utilizzano l'intelligenza artificiale

RISPOSTA MULTIPLA
TOP 3

56%

Non abbiamo l'expertise necessaria per utilizzarla

31%

Siamo già soddisfatti della nostra organizzazione interna

31%

Preferiamo lavorare come abbiamo sempre fatto

In quali aree aziendali viene utilizzata?

Target: aziende che utilizzano l'intelligenza artificiale

RISPOSTA MULTIPLA
TOP 3

Marketing,
comunicazione, CRM

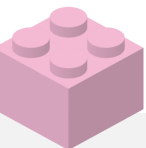
93%

Customer service

50%

Produzione

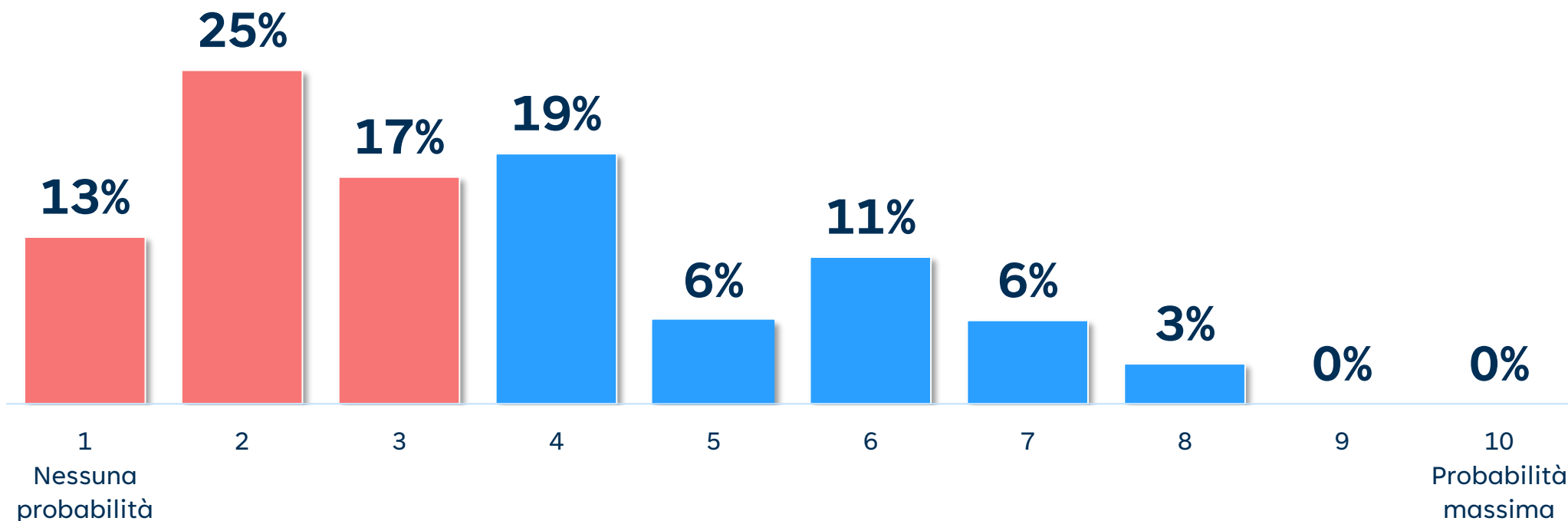
21%



Quasi 5 aziende su 10 probabilmente la implementeranno nel triennio

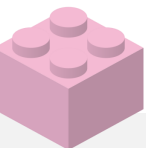
Indichi in una scala da 1 a 10, la probabilità con cui la sua azienda implementerà l'intelligenza artificiale nei prossimi 2-3 anni

Target: aziende che non utilizzano l'intelligenza artificiale



55% Probabilità nulla o bassa

45% Probabilità media



Efficienza e automazione, i vantaggi percepiti dall'utilizzo dell'AI

Secondo lei, quali sono i vantaggi principali per un'azienda nell'utilizzare l'intelligenza artificiale?

Target: totale campione

RISPOSTA MULTIPLA TOP 3

65%

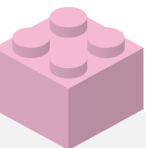
**Aumento
efficienza
operativa**

41%

**Automazione
dei compiti
ripetitivi**

26%

**Miglioramento
del servizio
clienti**

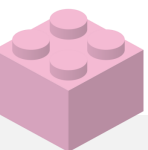
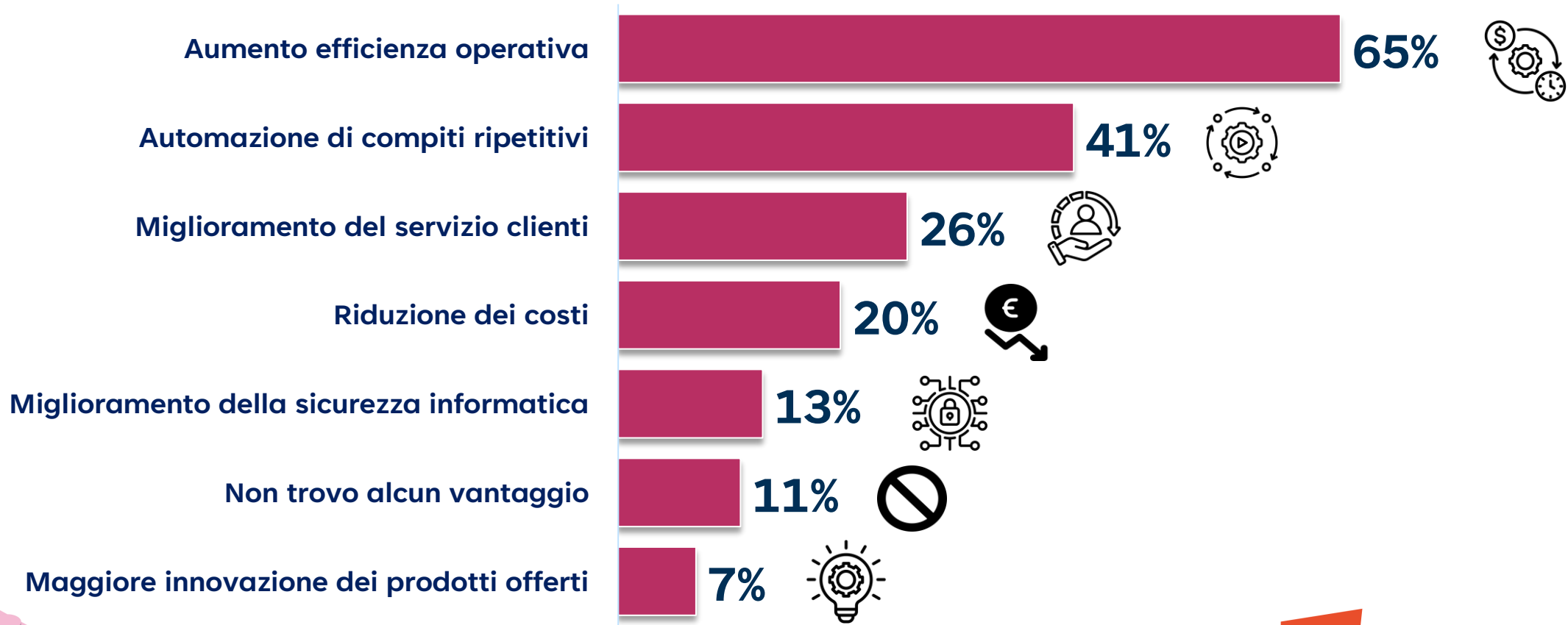


I vantaggi percepiti dall'utilizzo dell'AI

Secondo lei, quali sono i vantaggi principali per un'azienda nell'utilizzare l'intelligenza artificiale?

Target: totale campione

RISPOSTA MULTIPLA



Contatti

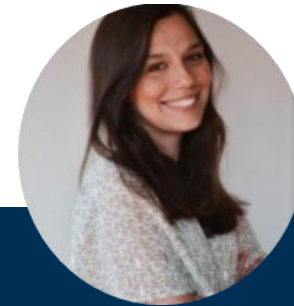


Roberta Gabrielli

HEAD OF MARKETING,
BUSINESS PROCESSES AND COMMUNICATION

T. 348 7777661

Roberta.gabrielli@nomisma.it



Giulia Passini

MARKET ANALYST

T. 051 6483159

giulia.passini@nomisma.it