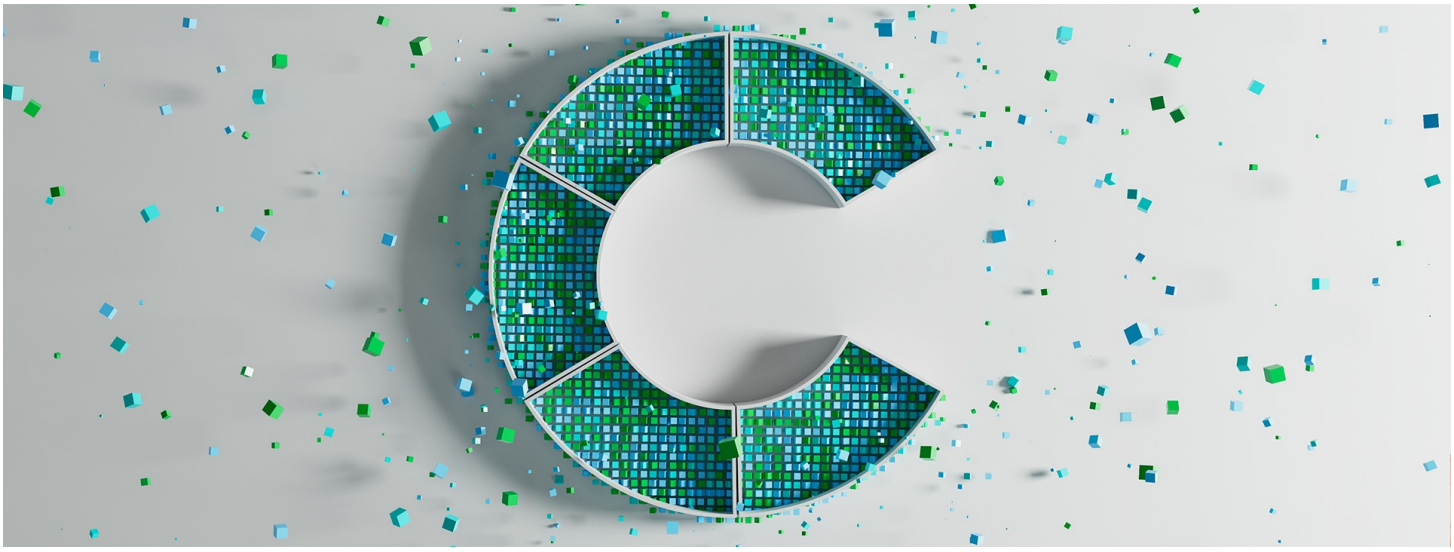
Comunicati stampa

Studio IBM: i Chief Data Officer ridefiniscono le strategie dato il divario tra ambizioni sull'AI e preparazione effettiva

• L'81% dei Chief Data Officer intervistati dà priorità agli investimenti che accelerano le capacità e le iniziative nel campo dell'intelligenza artificiale.

• Il 78% degli intervistati afferma che l'utilizzo di dati proprietari è un obiettivo strategico fondamentale per differenziare la propria organizzazione sul mercato.

• In Italia, quasi la metà (48%) degli intervistati identifica nelle competenze avanzate in materia di dati una delle sfide principali.



Armonk, N.Y., 13 novembre 2025 – In occasione del Web Summit, l'IBM (NYSE:IBM) Institute for Business Value ha presentato un nuovo studio che mette in evidenza come le strategie aziendali in materia di dati stiano evolvendo rapidamente, mentre le organizzazioni si affrettano a integrare l'intelligenza artificiale in tutti i settori della loro attività. I risultati suggeriscono che, sebbene i Chief Data Officer (CDO) guidino questa trasformazione, molti ritengono che i propri dati non siano ancora pronti per sfruttare pienamente il potenziale dell'intelligenza artificiale.

Basato sulle risposte fornite da 1.700 CDO in tutto il mondo – di cui 60 italiani – lo studio* evidenzia un divario tra le ambizioni e la preparazione in materia di AI. Sebbene l'81% dei CDO intervistati riferisca che la strategia dei dati della propria organizzazione è integrata con la roadmap tecnologica e gli investimenti infrastrutturali, rispetto al 52% del 2023, solo il 26% è sicuro che i propri dati possano supportare nuovi flussi di entrate basati sull'AI. Inoltre, barriere come l'accessibilità, la completezza, l'integrità, l'accuratezza e la coerenza dei dati impediscono alle organizzazioni di sfruttarli appieno attraverso l'intelligenza artificiale.

"L'intelligenza artificiale su larga scala in azienda è a portata di mano, ma il successo dipende dalla capacità delle organizzazioni di alimentarla con i dati giusti. Per i CDO, ciò significa creare un'architettura dati perfettamente integrata che sostenga l'innovazione e sblocchi il valore per l'impresa", ha dichiarato **Ed Lovely, VP e Chief Data Officer di IBM** *"Le organizzazioni che riusciranno in questo intento non solo miglioreranno la loro intelligenza artificiale, ma trasformeranno il loro modo di operare, prenderanno decisioni più rapide, si adatteranno più velocemente ai cambiamenti e acquisiranno un vantaggio competitivo".*

Di seguito i principali risultati dello studio:

Il ruolo del CDO sta cambiando da custode dei dati a stratega aziendale, poiché dimostrare il valore dei dati rimane una sfida

- La maggior parte (92%) dei CDO intervistati afferma di doversi concentrare sui risultati aziendali per avere successo nel proprio ruolo.
- Tuttavia, solo un terzo concorda pienamente sul fatto di poter descrivere chiaramente in che modo i dati facilitano l'ottenimento dei risultati aziendali e solo il 29% dispone di misure chiare per determinare il valore dei risultati aziendali basati sui dati.
- Per i CDO italiani, l'utilizzo dei dati per ottenere un vantaggio competitivo, l'integrazione di pratiche efficaci di governance e data management e garantire la sicurezza e la riservatezza dei dati sono le 3 priorità assolute.
- L'84% dei CDO afferma che i propri *data product* esclusivi hanno già generato vantaggi competitivi significativi e il 78% cita l'utilizzo dei dati proprietari come obiettivo strategico principale per differenziare la propria organizzazione sul mercato.

Le ambizioni dell'AI rimangono elevate nonostante il divario tra AI e dati

- L'81% dei CDO intervistati dà priorità agli investimenti che accelerano le capacità e le iniziative di intelligenza artificiale.
- Tuttavia, solo il 26% è sicuro che la propria organizzazione sia in grado di utilizzare i dati non strutturati per creare valore aziendale.
- Per contribuire a colmare questo divario, l'81% degli intervistati afferma di applicare l'AI ai dati piuttosto che centralizzarli.
- Sebbene l'80% degli intervistati abbia iniziato a sviluppare set di dati diversificati per addestrare gli AI agents, il 79% ammette di essere ancora nelle prime fasi del processo di definizione delle modalità di scalabilità e governance.
- Nonostante queste sfide, l'83% degli intervistati ritiene che i potenziali benefici dell'integrazione di agenti di intelligenza artificiale superino i rischi e il 77% è soddisfatto del fatto che la propria organizzazione si affidi ai risultati ottenuti dagli agenti di AI.

Una cultura basata sui dati è considerata essenziale, ma la carenza di talenti potrebbe rallentare i progressi

- L'82% dei CDO afferma che i dati vengono sprecati se la propria organizzazione non consente alle persone di accedervi, mentre l'80% afferma che la democratizzazione dei dati aiuta la propria organizzazione a muoversi più velocemente.
- Nonostante il 74% degli intervistati favorisca attivamente una cultura della gestione dei dati tra i dipendenti, la promozione di una cultura basata sui dati rimane una delle principali sfide strategiche.
- Allo stesso tempo, il 47% dei CDO afferma che attrarre, sviluppare e trattenere talenti con competenze avanzate in materia di dati è una delle sfide più importanti, rispetto al 32% del 2023.
- Il 77% degli intervistati sta facendo fatica a trovare ruoli chiave nel settore dei dati e solo il 53% afferma che le attività di reclutamento e fidelizzazione forniscono le competenze e l'esperienza necessarie, in calo rispetto al 75% del 2024.

Focus Italia:

- In Italia i CDO mostrano una forte attenzione agli outcome: il **97%** afferma che serve essere orientati al business per avere successo (**vs 92% Global**) ed è più alta anche la capacità percepita di misurare il valore dei risultati data-driven (**68% vs 77% Global**).

- Nonostante ciò, la difficoltà nel comunicare il valore del proprio ruolo rimane elevata: il **77%** dichiara che i *data leader* faticano ad articolare il proprio impatto (vs 71% Global).
- L'Italia ha una buona integrazione tra data strategy e tech roadmap: **75% degli intervistati vs 81% Global**.
- Governance, qualità e data management rimangono la priorità numero uno: **62%** (vs 54% Global), seguiti dal bisogno di ricavare insight approfonditi attraverso analisi avanzate **60%** (in linea con **64% Global**).
- Le principali sfide all'innovazione e alla strategia sono culturali e infrastrutturali. Il **60% dei CDO italiani** ritiene che promuovere una **cultura data-driven** è una sfida chiave (rispetto al 54% Global). Allo stesso tempo, il **63%** dei CDO in Italia cita l'insufficienza o la **scarsa integrazione dei dati** come uno dei maggiori ostacoli all'innovazione, rispetto al **46% a livello globale**.
- Inoltre, l'80% dei CDO italiani ritiene che i benefici degli AI agents superino i rischi (vs 83% Global).
- Trovare e trattenere talenti data & AI è difficile per l'85% dei CDO italiani.
- Le aziende italiane intervistate vedono compliance e sovranità del dato come leve competitive (**82% vs 78% Global**).
- Infine, le aziende italiane credono che il lavoro con partner sia una fonte di insight unici (**83% vs 77% Global**) e le partnership sono anche considerate una leva per accelerare l'AI (**77% vs 82% Global**).

Per consultare lo studio completo: https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/en-us/report/2025-cdo

***Metodologia di studio**
L'IBM Institute for Business Value, in collaborazione con Oxford Economics, ha intervistato 1.700 senior leader tra cui Chief Data Officer, Chief Data and Analytics Officer, Chief Analytics Officer, Chief AI Officer e altri ruoli senior. L'indagine è stata condotta in 27 aree geografiche e 19 settori tra luglio e settembre 2025. Gli argomenti trattati nel sondaggio includevano la strategia dei dati, gli standard dei dati, la qualità e l'integrità, la governance dei dati, la data readiness per l'intelligenza artificiale, il talento e la cultura organizzativa.

L'IBM Institute for Business Value, il think tank di leadership di pensiero di IBM, combina la ricerca globale e i dati sulle prestazioni con l'esperienza di pensatori del settore e accademici di spicco per fornire insight che rendono i leader aziendali più intelligenti. Per ulteriori informazioni sulla leadership di pensiero di livello mondiale, visitare: www.ibm.com/ibv. Per ricevere ulteriori approfondimenti, iscriviti alla newsletter di IdeaWatch: https://ibm.co/ibv-ideawatch.

Informazioni su IBM
IBM è fornitore globale leader di cloud ibrido, intelligenza artificiale e competenze di consulenza. Aiuta i clienti in oltre 175 paesi a valorizzare le informazioni ricavate dai loro dati, ottimizzare i processi aziendali, ridurre i costi e ottenere un vantaggio competitivo nei loro settori. Più di 4.000 imprese pubbliche e private che operano in settori chiave dell'economia, come servizi finanziari, telecomunicazioni e sanità, si affidano alla piattaforma cloud ibrida IBM e Red Hat OpenShift per realizzare i loro progetti di trasformazione digitale in modo rapido, efficiente e sicuro. Le innovazioni di IBM nell'intelligenza artificiale, nell'informatica quantistica, nelle soluzioni cloud specifiche di settore e nella consulenza offrono alle imprese opzioni di offerta aperte e flessibili tra cui scegliere. Tutto questo è supportato dall'attenzione e impegno di lunga data di IBM verso i valori di fiducia, trasparenza, responsabilità, inclusione e servizio. Visitare ibm.com/it-it per maggiori informazioni.

LinkedIn: IBM

Contatti:
Paola Piacentini, *IBM External Relations Leader*

email: paola_piacentini@it.ibm.com
tel. + 39 335 1270646