

Capgemini press contacts:

Tiziana Sforza

Marketing & Communication

tiziana.sforza@capgemini.com

+39 348 7018984

La fiducia e la collaborazione tra essere umano e AI guideranno la prossima era dell'AI agentica, un'opportunità da 450 miliardi di dollari entro il 2028

- *Si stima che gli agenti AI saranno in grado di generare un valore economico di 450 miliardi di dollari entro il 2028, grazie all'aumento dei ricavi e alla riduzione dei costi, anche se il percorso verso la scalabilità risulta ancora sfidante*
- *La fiducia negli agenti AI completamente autonomi è scesa dal 43% al 27% nell'ultimo anno, a causa di preoccupazioni legate a privacy ed etica*
- *Nonostante ciò, si prevede che entro tre anni gli agenti AI saranno coinvolti nella maggior parte delle attività aziendali, e si calcola che un'efficace collaborazione tra persone e macchine possa incrementare del 65% l'impegno umano nelle attività ad alto valore*

Milano, 4 agosto 2025 – L'AI agentica sarà in grado di generare un valore economico fino a 450 miliardi di dollari entro il 2028, ma, nonostante la forte spinta, solo il 2% delle organizzazioni ha raggiunto una diffusione su scala completa e la fiducia negli agenti AI sta diminuendo. Le aziende si stanno redendo conto che gli agenti AI offrono il massimo impatto quando gli esseri umani restano parte attiva del processo. Quasi tre dirigenti su quattro affermano che i benefici della supervisione umana superano i costi, e il 90% considera la partecipazione umana nei processi guidati dall'AI come positiva o comunque neutrale. È quanto emerge dal nuovo report del Capgemini Research Institute, ["Rise of agentic AI: How trust is the key to human-AI collaboration"](#), secondo cui fiducia e supervisione umana sono elementi fondamentali per sprigionare il potenziale dell'AI agentica. Il divario tra intenzione e reale preparazione rappresenta oggi uno dei maggiori ostacoli al raggiungimento del valore stimato.

L'AI agentica è una delle tecnologie emergenti a più rapida diffusione, ma le aziende sono ancora nelle fasi iniziali di adozione. Quasi un quarto di esse ha già lanciato dei progetti pilota e il 14% è passato all'implementazione, ma la maggior parte si trova ancora in fase di pianificazione. Questo ritmo relativamente lento contrasta con l'ambizione dei dirigenti: il 93% ritiene infatti che la diffusione degli agenti AI nei prossimi 12 mesi rappresenterà una fonte di vantaggio competitivo. Eppure, quasi la metà delle aziende non ha ancora una strategia chiara per l'implementazione.

*"Il potenziale economico degli agenti AI è enorme, ma tradurlo in realtà richiede più della sola tecnologia: serve una trasformazione strategica e strutturata che coinvolga persone, processi e sistemi," commenta **Monia Ferrari, Amministratore Delegato di Capgemini in Italia**. "Per avere successo, le organizzazioni devono concentrarsi sui risultati, ripensando i propri processi con una visione 'AI-first'. Al centro di questa trasformazione c'è la necessità di costruire fiducia, sviluppando l'AI in modo etico e sicuro fin dalle fasi iniziali. Occorre anche riprogettare le strutture organizzative per favorire una sinergia efficace tra esseri umani e AI, creando le condizioni per valorizzare il giudizio umano e ottenere migliori risultati di business."*



Le aziende puntano sulla trasparenza per colmare il crescente divario di fiducia nell'AI agentica

La fiducia negli agenti AI completamente autonomi è calata drasticamente nell'ultimo anno, passando dal 43% al 27%, e quasi due dirigenti su cinque ritengono che i rischi superino i benefici. Solo il 40% delle aziende dichiara di fidarsi degli agenti AI per la gestione autonoma di attività e processi, mentre la maggior parte non si fida completamente della tecnologia.

Il report evidenzia che la fiducia tende a crescere man mano che si passa dalla fase esplorativa a quella di implementazione: tra chi ha già avviato l'integrazione, il 47% mostra livelli di fiducia superiori alla media, contro il 37% tra chi è ancora in fase esplorativa. Per favorire l'adozione, le aziende stanno puntando su trasparenza, comprensione dei criteri decisionali degli agenti AI e garanzie etiche.

La sinergia essere umano-AI è la chiave per un'adozione duratura

Il vero valore dell'AI agentica risiede nella capacità di affrontare sfide aziendali complesse e ripensare il modo in cui si lavora. Entro i prossimi 12 mesi, oltre il 60% delle aziende prevede di costituire team ibridi essere umano-AI, in cui gli agenti fungeranno da supporto o potenzieranno le capacità umane. In questo nuovo scenario, gli agenti AI non sono più visti solo come strumenti, ma come membri attivi del team.

Il 70% delle aziende ritiene che l'adozione degli agenti AI comporterà una ristrutturazione organizzativa, portando a un ripensamento dei ruoli, delle strutture di team e dei flussi di lavoro. Le aziende stanno scoprendo che il massimo valore si ottiene quando l'essere umano resta coinvolto. Una collaborazione efficace tra umani e AI potrebbe aumentare del 65% l'impegno in attività a più alto valore, stimolare la creatività (+53%) e migliorare la soddisfazione dei dipendenti (+49%).

È il momento di portare l'innovazione su scala

Il valore economico di 450 miliardi di dollari atteso entro il 2028 deriva da una combinazione di nuovi ricavi e riduzione dei costi dovuti all'introduzione di agenti AI semi-autonomi o completamente autonomi. L'adozione su larga scala ha un potenziale ancora maggiore: secondo le previsioni, le aziende che implementano su larga scala genereranno in media circa 382 milioni di dollari nei prossimi tre anni, mentre le altre potranno arrivare a circa 76 milioni di dollari.

Nel breve termine, si ritiene che gli agenti AI saranno adottati maggiormente nei settori del customer service, dell'IT e delle vendite, per poi allargarsi alle attività operative, alla ricerca e sviluppo e al marketing nei prossimi tre anni. Tuttavia, la maggior parte degli impieghi si limita ancora a livelli di autonomia iniziali: solo il 15% dei processi aziendali opera in modalità semi-autonoma o completamente autonoma. Secondo le previsioni, questa percentuale salirà al 25% entro il 2028, ma attualmente la maggior parte degli agenti funziona ancora come assistente o copilota, a supporto di attività di routine piuttosto che per la gestione autonoma di flussi di lavoro complessi.

La preparazione all'AI resta una sfida

Secondo il report, la maggior parte delle aziende non è ancora pronta a portare su scala l'AI agentica in modo efficace: l'80% non dispone di infrastrutture AI mature e meno di una su cinque dichiara di avere un'elevata prontezza dal punto di vista dei dati. Le preoccupazioni etiche come la privacy, i bias algoritmici e la mancanza di comprensibilità restano diffuse, ma poche aziende stanno adottando misure concrete. Ad esempio, la privacy è la principale preoccupazione per oltre la metà degli intervistati (51%), ma solo il 34% sta effettivamente intervenendo per affrontarla. Inoltre, solo la metà dei dirigenti afferma di comprendere davvero cosa possano fare gli agenti AI, e ancora meno sa individuare i casi in cui questi sistemi superano l'automazione tradizionale.



Per cogliere appieno il potenziale degli agenti AI, conclude il report, le aziende devono andare oltre l'hype: serve ripensare i processi, trasformare i modelli di business, riorganizzare le strutture aziendali e trovare il giusto equilibrio tra autonomia degli agenti e coinvolgimento umano.

Per maggiori informazioni e per scaricare il report completo, visita [questo link](#).

Metodologia di ricerca

Il Capgemini Research Institute ha condotto un'indagine globale su 1.500 dirigenti di organizzazioni con fatturato annuo superiore a 1 miliardo di dollari, operanti in 14 paesi e appartenenti a 13 settori diversi. Tutte le aziende intervistate hanno avviato attività legate all'AI generativa. L'indagine si è svolta nell'aprile 2025 e ha coinvolto dirigenti di livello direttivo o superiore: il 60% proveniente da funzioni Data & AI, il restante 40% da altri ambiti aziendali.

Capgemini

Capgemini, partner globale per la trasformazione tecnologica e di business delle aziende, supporta i suoi clienti nella loro transizione verso un mondo più digitale e sostenibile, creando impatto positivo per le imprese e la società. Capgemini è un gruppo responsabile e diversificato di 340.000 persone presente in più di 50 paesi nel mondo. Oltre 55 anni di esperienza rendono Capgemini un partner affidabile per i suoi clienti, in grado di fornire soluzioni innovative per le loro esigenze di business. Capgemini offre servizi e soluzioni end-to-end, dalla strategia e progettazione all'ingegneria, grazie alle sue competenze all'avanguardia in ambito AI, AI generativa, cloud e dati, alla sua esperienza settoriale e al suo ecosistema di partner. Nel 2024 il Gruppo ha registrato ricavi complessivi pari a 22,1 miliardi di euro.

Get The Future You Want | www.capgemini.com

Capgemini Research Institute

Il Capgemini Research Institute è il think-tank interno di Capgemini dedicato a tutto ciò che è digitale. L'istituto pubblica lavori di ricerca in merito all'impatto delle tecnologie digitali sulle grandi aziende tradizionali. Il team fa leva sul network mondiale di esperti Capgemini e lavora a stretto contatto con partner accademici e tecnologici. L'istituto possiede centri di ricerca dedicati in India, Singapore, nel Regno Unito e negli Stati Uniti ed è stato nominato per sei volte consecutive il migliore al mondo per la qualità dei suoi studi da una giuria di analisti indipendenti: un primato nel settore.

Per saperne di più consultare il sito <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>