White paper

Lo stato dell'AI aziendale nel settore Media & Entertainment

Analisi riassuntiva

Man mano che le organizzazioni del settore Media & Entertainment (M&E) accelerano l'adozione dell'intelligenza artificiale per migliorare le applicazioni rivolte ai clienti, danno priorità a casi di utilizzo consolidati come la personalizzazione e l'automazione del servizio di assistenza clienti. Ciò consente loro di acquisire esperienza, ottenere un ROI rapido e ridurre problemi o rischi.

In un recente studio condotto da Forrester Consulting e commissionato da Akamai dal titolo Lo stato dell'AI aziendale: acquisire esperienza e gestire i rischi, è stato chiesto a centinaia di responsabili tecnologici globali di parlare dei loro approcci all'intelligenza artificiale per le applicazioni rivolte ai clienti. I risultati evidenziano una mentalità strategica, ma cauta: le organizzazioni si focalizzano sui casi di utilizzo dell'intelligenza artificiale di comprovata validità per ottenere un ROI rapido, riducendo al minimo i rischi.

Gli intervistati del settore Media & Entertainment (M&E) danno priorità al miglioramento delle experience degli spettatori attraverso la personalizzazione e l'automazione, basandosi su un'infrastruttura scalabile e su partner affidabili per affrontare sfide quali sicurezza, conformità e carenza di talenti. Questo approccio supporta le performance a bassa latenza e garantisce la conformità, caratteristiche entrambe fondamentali per raggiungere la fiducia dei clienti e la competitività in un settore in rapida evoluzione.

Risultati principali

L'intelligenza artificiale promuove le experience e l'efficienza dei clienti: il 78% degli intervistati che operano nel settore M&E intende misurare il successo dell'intelligenza artificiale con il miglioramento delle customer experience (CX). Molti intervistati hanno citato casi di utilizzo specifici, come l'analisi dei dati, le chatbot del servizio di assistenza clienti e l'automazione del supporto IT, che automatizzano le attività e personalizzano i contenuti, aumentando l'efficienza operativa e la fidelizzazione dei clienti.

I rischi sono legati ai danni alla reputazione e al tasso di abbandono dei clienti: il mancato funzionamento di un programma basato sull'intelligenza artificiale rappresenta una preoccupazione per il 50% di tutti gli intervistati, mentre il 44% è preoccupato per i danni alla reputazione del brand e la mancata conformità alle normative. Gli intervistati sono inoltre preoccupati per lo scarso livello dell'assistenza clienti che danneggia la fiducia e genera perdite di ricavi in un settore competitivo.

I partner offrono una scalabilità sicura: per sviluppare soluzioni basate sull'intelligenza artificiale, il 76% degli intervistati si affida a provider di soluzioni di AI specializzata, il 46% a piattaforme cloud pubbliche, il 44% a integratori di sistemi globali e il 28% a fornitori di soluzioni sull'edge. Per l'implementazione, il 64% sceglie piattaforme cloud pubbliche, il 58% provider di soluzioni di AI specializzata, il 52% integratori di sistemi globali e il 46% fornitori di soluzioni sull'edge per esigenze a bassa latenza, come consigli in tempo reale.

Insieme, questi risultati dimostrano che le aziende del settore M&E si stanno avvicinando all'intelligenza artificiale non solo come tecnologia, ma anche come fattore trainante della crescita aziendale. L'intelligenza artificiale viene utilizzata per migliorare le CX e l'efficienza, dedicandosi ai partner per superare le lacune in termini di talenti e infrastrutture e per mantenere la massima attenzione sui rischi legati ai brand e alle normative.

L'intelligenza artificiale sta migliorando le CX e l'efficienza nel settore M&E

Le organizzazioni che operano nel settore M&E utilizzano l'intelligenza artificiale per trasformare le applicazioni rivolte ai clienti, con particolare attenzione alla personalizzazione, all'automazione e all'ottimizzazione dei contenuti. Ciò favorisce interazioni più veloci e coinvolgenti, come chatbot e consigli basati sull'intelligenza artificiale, automatizzando, al contempo, le attività di back-end per ridurre i costi e migliorare i workflow.

I principali fattori trainanti includono un miglioramento delle CX, della fidelizzazione e dell'efficienza operativa. Il successo viene misurato principalmente in base al miglioramento delle CX e all'aumento dei ricavi, sottolineando come un maggiore coinvolgimento porta alla fidelizzazione e alla crescita. Come indicato da un intervistato: "[Utilizziamo l'AI] per comprendere al meglio le esatte esigenze dei nostri clienti, in modo da poter migliorare in modo significativo le loro experience, rafforzando notevolmente la loro fedeltà alla nostra azienda".

78%
Percentuale che intende misurare il successo dell'intelligenza artificiale in base al miglioramento delle CX

80%
Percentuale che intende misurare il successo dell'intelligenza artificiale in base all'incremento del fatturato

64%
Percentuale che sta implementando/scalando consigli personalizzati

56%
Percentuale che sta implementando/scalando l'automazione del servizio di assistenza clienti

44%
Percentuale che sta implementando/scalando la ricerca visiva

26%
Percentuale che sta implementando/scalando la creazione di contenuti procedurali

> **"[Utilizziamo l'AI] per comprendere al meglio le esatte esigenze dei nostri clienti, in modo da poter migliorare in modo significativo le loro experience, rafforzando notevolmente la loro fedeltà alla nostra azienda".**

Le organizzazioni ottimizzano le CX accelerando la creazione dell'intelligenza artificiale

Le organizzazioni che operano nel settore dei media danno priorità ai casi di utilizzo dell'intelligenza artificiale con il massimo ROI per ottenere risultati rapidi e sviluppare competenze. Le applicazioni principali includono l'automazione del servizio di assistenza clienti, la creazione di contenuti procedurali e la ricerca visiva, che migliorano il coinvolgimento e semplificano le operazioni.

Ad esempio, l'automazione del tagging dei metadati e dell'indicizzazione dei contenuti riduce le attività manuali, mentre l'AI generativa aumenta la produttività e fa emergere i contenuti che aumentano il coinvolgimento. I professionisti del settore M&E mettono in evidenza la personalizzazione come fattore critico per la crescita dei ricavi. Come ha detto un intervistato, "il caso di utilizzo più importante dell'intelligenza artificiale per la nostra organizzazione è migliorare le customer experience attraverso l'automazione e la personalizzazione intelligenti. Sfruttiamo l'intelligenza artificiale per analizzare i dati dei clienti, prevedere le loro preferenze, automatizzare il supporto tramite chatbot e fornire consigli personalizzati su più piattaforme".

Questo approccio controllato riduce al minimo i rischi, promuovendo la fiducia nelle applicazioni avanzate come l'integrazione della realtà virtuale. Con una creazione dell'intelligenza artificiale più rapida, le organizzazioni possono scalare le innovazioni in modo sicuro.

> **Il caso di utilizzo più importante dell'intelligenza artificiale per la nostra organizzazione è migliorare le customer experience attraverso l'automazione e la personalizzazione intelligenti. Sfruttiamo l'intelligenza artificiale per analizzare i dati dei clienti, prevedere le loro preferenze, automatizzare il supporto tramite chatbot e fornire consigli personalizzati su più piattaforme.**

Trovare un equilibrio tra innovazione e rischio è fondamentale

Rispetto a molti settori, il settore M&E attribuisce una maggiore importanza alle CX e alla reputazione delle aziende, evidenziando come la reputazione del brand e la fiducia degli spettatori dipendono dalle performance tecnologiche.

Pertanto, anche se sono alla ricerca di innovazioni, le organizzazioni che operano nel settore dei media procedono con cautela a causa dei rischi elevati. Tra le principali preoccupazioni vi sono il mancato funzionamento nel modo previsto (50%), il danno alla reputazione del brand (44%), la mancata conformità alle normative (44%), scarse CX (42%) e l'aumento del tasso di abbandono da parte dei clienti a causa di experience scadenti (38%).

Gli intervistati sottolineano questi rischi, sottolineando: "Gli errori nell'intelligenza artificiale potrebbero danneggiare la fiducia dei clienti o violare le normative, comportando l'abbandono dei clienti o facendo incorrere in sanzioni che influiscono sulla reputazione e sulla stabilità dell'azienda". Trovare un equilibrio tra velocità e affidabilità è fondamentale per proteggere la reputazione e i ricavi.

Principali rischi percepiti correlati all'intelligenza artificiale nel settore 'M&E

Funzionamento non corretto	50%
Danni alla reputazione del brand	44%
Mancata conformità alle normative	44%
Scarse CX	42%
Aumento del tasso di abbandono dei clienti	38%

Per mitigare questi tipi di rischi, le organizzazioni che operano nel settore dei media possono adottare alcune best practice che sfruttano l'infrastruttura distribuita per garantire il successo:

- **Definire e misurare risultati chiari:** definire obiettivi specifici, come migliorare le customer experience o la crescita dei ricavi, per allineare le iniziative di intelligenza artificiale alle priorità aziendali, garantendo interazioni positive con i clienti e un ROI misurabile.
- **Adottare un approccio graduale:** iniziate con casi di utilizzo di comprovata validità, come l'automazione del servizio di assistenza clienti, per accelerare la creazione dell'intelligenza artificiale, ridurre i rischi di malfunzionamento e le scarse customer experience, prima di passare ad applicazioni avanzate come la realtà virtuale.
- **Sfruttare l'infrastruttura sull'edge:** utilizzate piattaforme distribuite sull'edge per la delivery di contenuti a bassa latenza, riducendo al minimo il tasso di abbandono e supportando la conformità alle normative sulla privacy dei dati attraverso l'elaborazione localizzata.
- **Coinvolgere le parti interessate in modo sicuro:** coinvolgete tutte le parti interessate, incluso il reparto di conformità aziendale, per allineare gli obiettivi dell'intelligenza artificiale, garantire il rispetto delle normative e proteggere la reputazione del brand tramite soluzioni distribuite sull'edge.
- **Collaborare con esperti:** collaborare con provider di soluzioni di AI specializzata e piattaforme di cloud pubblico per risolvere il problema della carenza di talenti, migliorare la sicurezza e garantire la conformità, nonché salvaguardare la reputazione del brand e la fiducia dei clienti.

Un'infrastruttura performante a bassa latenza è fondamentale per il successo

Nel settore M&E, le performance in tempo reale sono essenziali per casi di utilizzo come lo streaming personalizzato e la ricerca visiva. Un'infrastruttura a bassa latenza assicura experience eccellenti, impedendo il tasso di abbandono dovuto a ritardi.

Le tecnologie cloud-native sono quasi universali nelle attività di M&E: il 94% delle organizzazioni le sta già utilizzando o sta pianificando di adottarle (di cui il 54% in fase di espansione/aggiornamento, il 24% in fase di implementazione, il 16% in fase di pianificazione). Ciò fornisce ambienti scalabili per l'AI inferencing e gli output istantanei. Sono diffusi anche i sistemi open source basati sull'intelligenza artificiale, che sono implementati o ampliati dal 66% delle organizzazioni. I provider sull'edge (46%) vengono utilizzati per supportare l'elaborazione distribuita più vicina agli utenti. Questi ambienti stanno diventando sempre più popolari per l'intelligenza artificiale; infatti, quasi la metà delle aziende si affidano a loro per gestire carichi di lavoro avanzati.

94%
Percentuale delle organizzazioni del settore di media che utilizzano o prevedono di adottare piattaforme cloud-native

66%
Percentuale che utilizza sistemi/modelli open source basati sull'intelligenza artificiale

54%
Percentuale che sta espandendo/aggiornando le piattaforme cloud-native

46%
Percentuale che utilizza i provider di soluzioni sull'edge per l'implementazione

24%
Percentuale che ha già implementato piattaforme cloud-native

16%
Percentuale che sta pianificando l'adozione di soluzioni cloud-native

> **Le piattaforme tecnologiche sono difficili da integrare. Si assiste ad una mancanza di talenti con competenze sull'intelligenza artificiale; inoltre, è necessario rispettare rigorosamente le normative di settore e le leggi sulla protezione dei dati.**

Con un'adozione così ampia, il settore è strutturalmente pronto a scalare l'intelligenza artificiale rapidamente una volta maturati i casi di utilizzo avanzati, a dimostrazione che le aziende che operano nel settore M&E adottano velocemente le nuove tecnologie implementando solidi sistemi di protezione.

Come ha spiegato un intervistato, "le piattaforme tecnologiche sono difficili da integrare. Si assiste ad una mancanza di talenti con competenze sull'intelligenza artificiale; inoltre, è necessario rispettare rigorosamente le normative di settore e le leggi sulla protezione dei dati". Una solida infrastruttura aiuta a mitigare questi problemi, offrendo un'implementazione dell'intelligenza artificiale affidabile e velocissima.

> **L'utilizzo di analisi basate sull'intelligenza artificiale per ottimizzare le performance di vendita e migliorare le customer experience contribuisce direttamente alla crescita dei ricavi.**

I partner di fiducia promuovono il successo attraverso le experience e le competenze

Le organizzazioni che operano nel settore dei media si avvalgono di partner affidabili per affrontare le lacune in termini di competenze, sicurezza e scalabilità.

Per sviluppare soluzioni basate sull'intelligenza artificiale, i provider di soluzioni di AI specializzata (76%) offrono competenze nel settore, mentre le piattaforme cloud pubbliche (46%) forniscono un'infrastruttura di base.

Per l'implementazione, le piattaforme cloud pubbliche sono maggiormente utilizzate (64%), seguite dai provider di soluzioni di AI specializzata (58%). Anche gli integratori di sistemi e i fornitori di servizi globali (52%) svolgono un ruolo significativo. Questi partner contribuiscono a garantire la conformità e le performance guidando le organizzazioni per affrontare queste lacune.

I provider di servizi sull'edge (46%) sono particolarmente apprezzati per le esigenze a bassa latenza. Inoltre, mentre il 30% degli intervistati ha difficoltà ad assumere talenti competenti nell'intelligenza artificiale, i partner svolgono anche un ruolo fondamentale nel colmare queste lacune con competenze e soluzioni pronte all'uso.

I partner principali per lo sviluppo e l'implementazione dell'intelligenza artificiale nel settore M&E

Per lo sviluppo:		Per l'implementazione:	
Provider di soluzioni di AI specializzata	76%	Piattaforme cloud pubbliche	64%
Piattaforme cloud pubbliche	46%	Provider di soluzioni di AI specializzata	58%
Integratori di sistemi globali	44%	Integratori di sistemi globali	52%
Provider di servizi sull'edge	28%	Provider di servizi sull'edge	46%

Questi partner garantiscono conformità e performance, contribuendo a superare le incertezze e colmare le lacune nei talenti (il 30% degli intervistati cita le sfide legate all'assunzione dei talenti).

Uno sguardo al futuro: scalare in modo strategico con l'intelligenza artificiale

Le organizzazioni del settore M&E stanno sfruttando l'intelligenza artificiale per progredire nella personalizzazione e nell'automazione, misurando il successo in base al miglioramento delle CX e alla crescita dei ricavi. Concentrandosi su casi d'uso consolidati, si accelera la creazione dell'intelligenza artificiale e si affrontano sfide chiave come sicurezza e conformità.

Rischi come danni al brand e abbandono dei clienti sottolineano la necessità di prestare la massima attenzione. Partner affidabili (provider di soluzioni di AI specializzata per lo sviluppo e provider di cloud pubblici per l'implementazione) forniscono le competenze necessarie per mitigare questi rischi, consentendo di scalare in modo sicuro.

Per ulteriori informazioni, visitate il sito akamai.com/it per accedere allo studio completo di Forrester dal titolo Lo stato dell'AI aziendale: acquisire esperienza e gestire i rischi.

Metodologia: questo approfondimento si basa su uno studio di Forrester Consulting commissionato da Akamai, che ha condotto un sondaggio su 400 responsabili decisionali, di cui 50 nel settore M&E, a giugno 2025. Per le domande principali del sondaggio, i partecipanti sono stati autorizzati a selezionare più risposte o a classificare le risposte in base alle loro preferenze. Questo documento si concentra esclusivamente sulle risposte fornite dai 50 responsabili decisionali del settore M&E, offrendo una prospettiva mirata su questo specifico segmento. Il sondaggio è stato condotto tramite una metodologia in doppio cieco (double-blind).

Akamai è l'azienda di cybersecurity e cloud computing che abilita e protegge il business online. Le nostre soluzioni di sicurezza leader del settore, la nostra innovativa intelligence sulle minacce e il nostro team operativo su scala globale forniscono una difesa approfondita in grado di proteggere i dati e le applicazioni aziendali ovunque. Le soluzioni complete di cloud computing offerte da Akamai assicurano performance elevate e notevoli risparmi grazie alla piattaforma più distribuita al mondo. Le maggiori aziende internazionali si affidano ad Akamai per ottenere la protezione, la scalabilità e le competenze leader del settore di cui hanno bisogno per far crescere le loro attività senza rischi. Per ulteriori informazioni, visitate il sito **akamai.com** o **akamai.com/blog** e seguite Akamai Technologies su **X** e **LinkedIn**. Data di pubblicazione: 10/25.