

**Conf
com**



Assintel

Associazione Italiana Imprese Digitali



FOCUS LOMBARDIA

**ESTRATTO E APPROFONDIMENTO DA
ASSINTEL REPORT 2025**

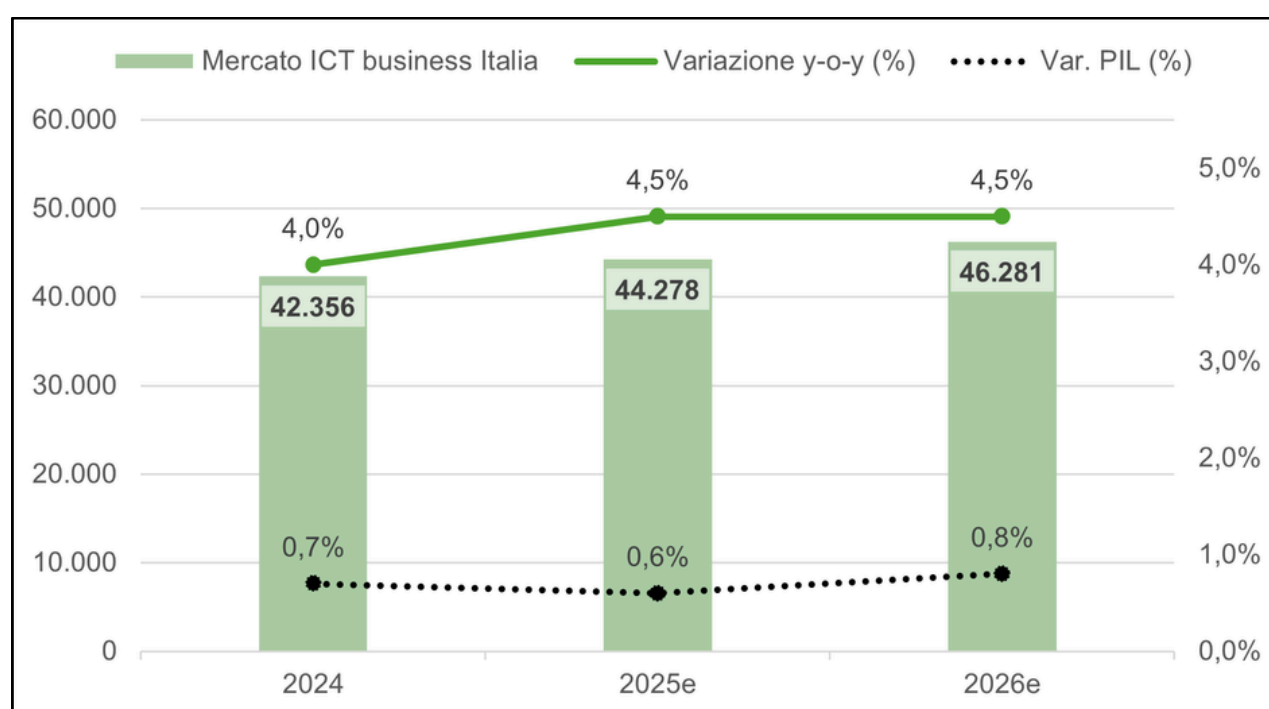
Sommario

1. Scenario	3
2. Focus Lombardia	8
3. Conclusione	11

Scenario

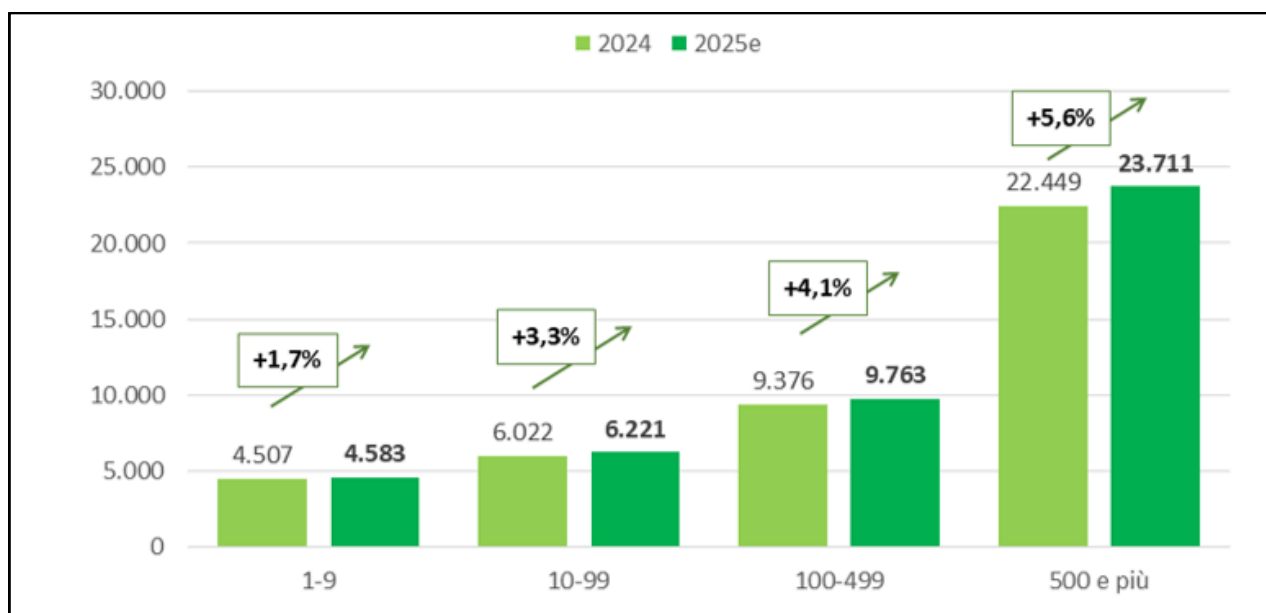
Il mercato ICT business italiano mantiene un ritmo di crescita superiore al +4%, in linea con il trend europeo e con una dimensione nazionale ormai consolidata oltre i 44 miliardi di euro.

Il mercato ICT business in Italia (mln euro)



Fonte: Assintel Report 2025

Il mercato ICT in Italia per dimensione d'azienda (mln euro)

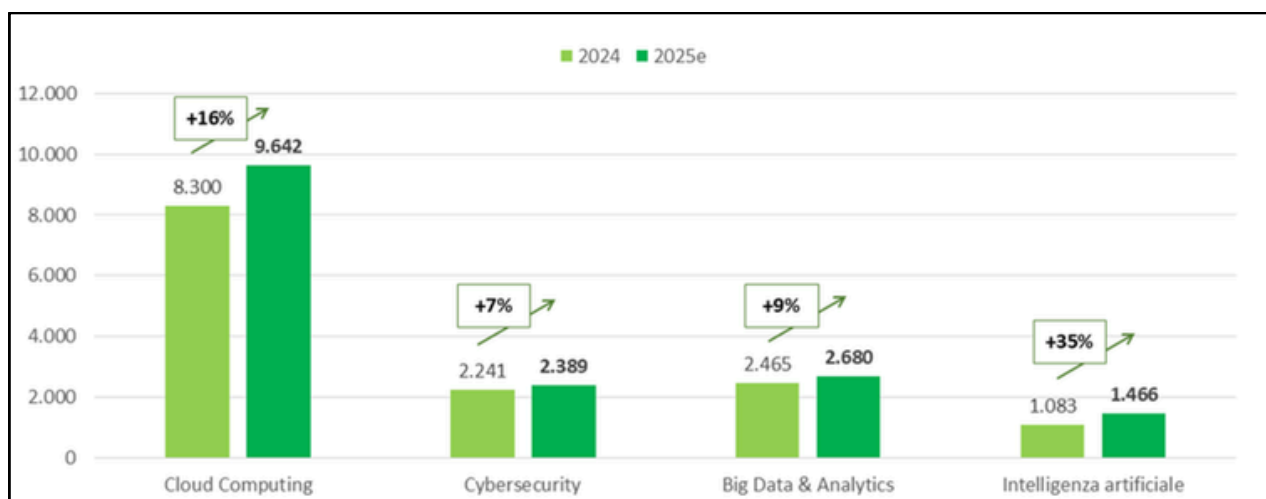


Fonte: Assintel Report 2025

Il segmento delle organizzazioni con **oltre 500 addetti** si conferma essere il **principale comparto del mercato ICT business**, con un valore complessivo che passa dai 22,4 miliardi di euro del 2024 a una stima di **23,7 miliardi nel 2025 (+ 5,6%)**. Anche il mercato delle piccole e medie imprese (PMI) continua a crescere con ritmi differenti a seconda della fascia dimensionale.

Questo quadro rappresenta il riferimento per leggere le dinamiche territoriali, in cui i **"new digital driver"** – cloud, intelligenza artificiale, big data & analytics e cybersecurity – continuano a trainare gli investimenti.

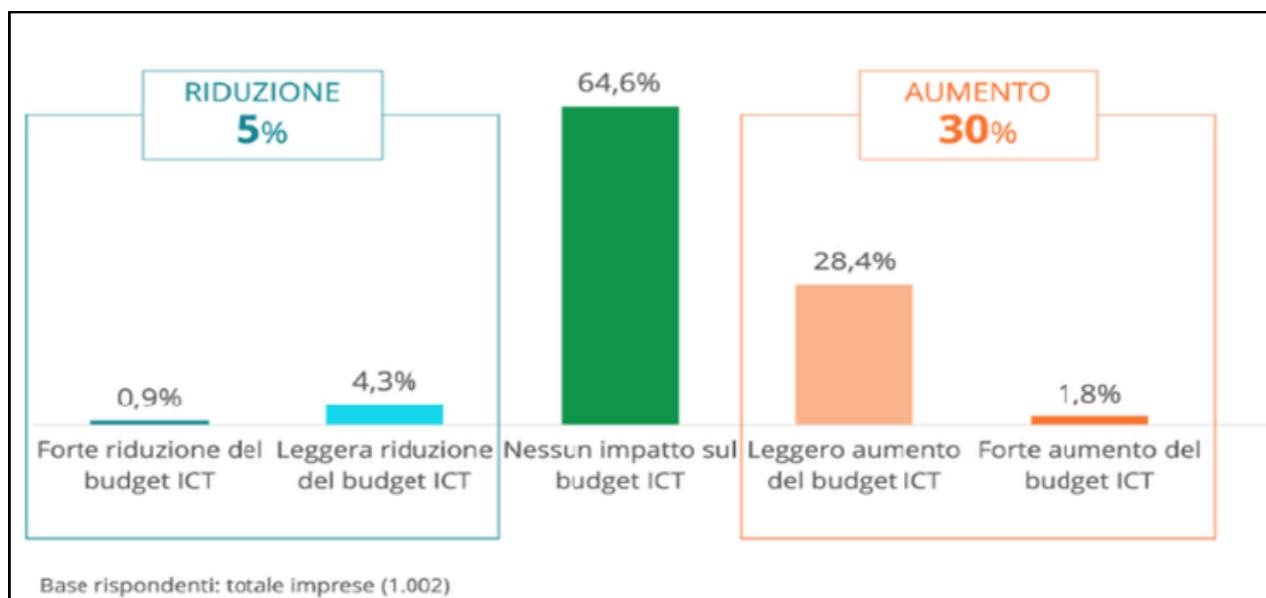
I mercati New Digital Driver (mln euro)



Fonte: Assintel Report 2025

Un dato molto interessante è la volontà espressa di aumentare il budget riservato agli investimenti ICT. Dall'indagine condotta su un campione rappresentativo di 1.000 imprese della domanda il **30%** di esse **prevede di incrementare il budget** (nel 2025 il dato era pari al 19%).

Dinamica budget ICT delle imprese della domanda (2026 vs 2025)

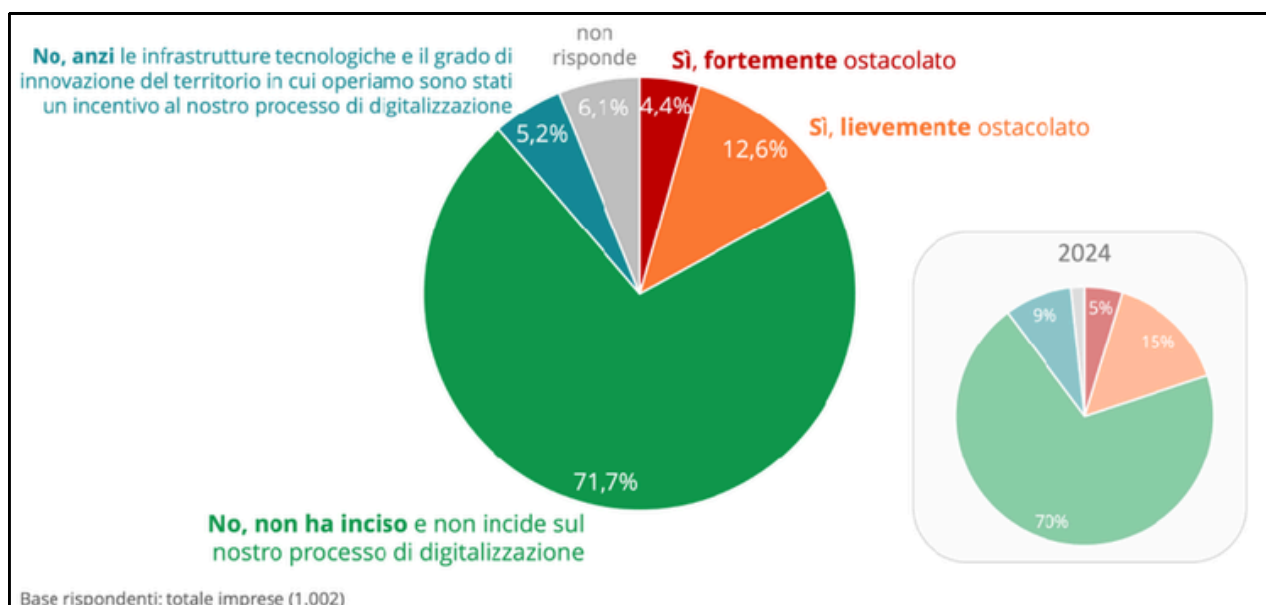


Fonte: Assintel Report 2025

Solo il 17% delle stesse imprese intervistate ritiene che il contesto territoriale, con le sue infrastrutture ed il suo tessuto di realtà più o meno orientate all'innovazione, rappresenti un ostacolo agli investimenti evidenziando un leggero miglioramento rispetto all'indagine condotta nel 2024 quando questa opinione era segnalata dal 20%. **La netta maggioranza delle aziende (72%) ritiene che il contesto non abbia inciso sul proprio processo di digitalizzazione** ed il 5% ha vissuto il contesto aziendale come un incentivo alla digitalizzazione.

Il **principale ostacolo alla digitalizzazione** delle aziende italiane è rappresentato dalle **risorse economiche**, segnalate dal 27% del campione. Si confermano la **mancaanza di competenze** (15%) e una **cultura aziendale** non orientata al cambiamento (15%).

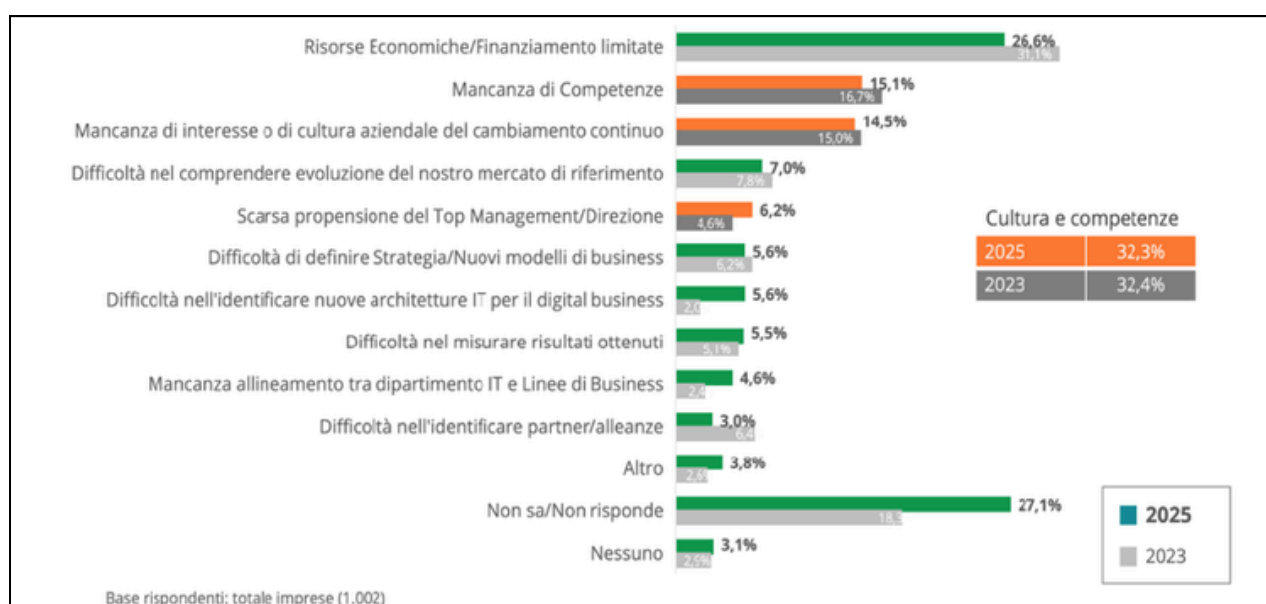
Contesto territoriale ostacolo al processo di digitalizzazione?



Fonte: Assintel Report 2025

Il fattore economico, quindi, si conferma la principale limitazione alla digitalizzazione, tuttavia viene superato nel complesso dagli aspetti che rimandano alle competenze e alla cultura aziendale includendo anche le resistenze del management riluttante rispetto all'innovazione: questi aspetti riguardano un'impresa su tre.

Principali ostacoli alla digitalizzazione

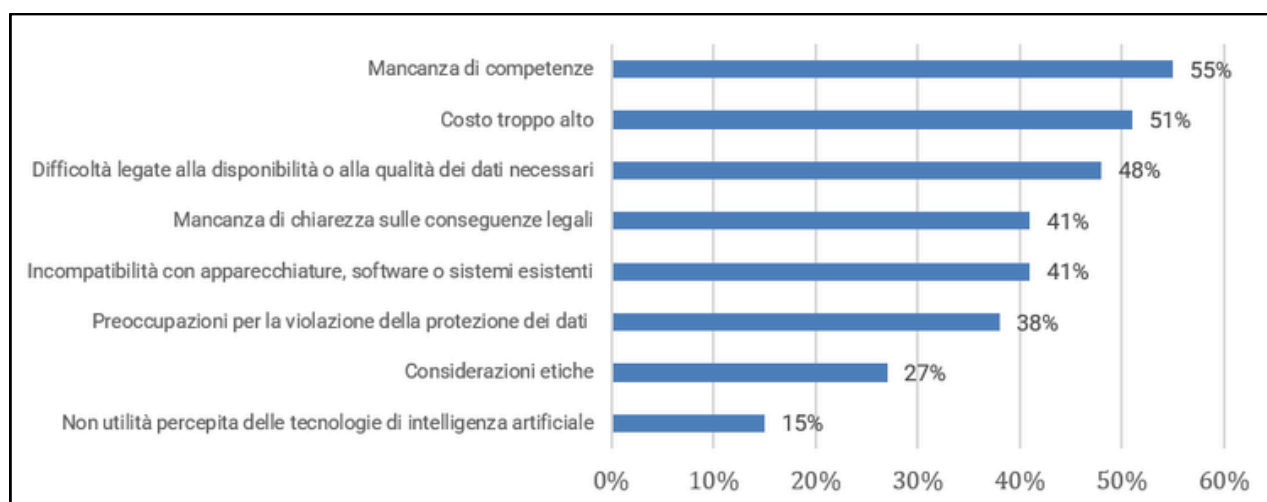


Fonte: Assintel Report 2025

Se scendiamo poi nel dettaglio delle barriere relative all'**adozione dell'intelligenza artificiale nelle PMI**, possiamo osservare, accanto agli aspetti già menzionati, due ulteriori aree di criticità: da una parte i dati (la loro disponibilità, la loro qualità e la necessità di garantirne la riservatezza), dall'altra, gli aspetti legali e regolamentari, che rappresentano un freno concreto per molte aziende che intendono sperimentare soluzioni basate su AI.

La gestione di dati incompleti o poco strutturati limita l'efficacia degli algoritmi, mentre le questioni legate alla privacy e alla compliance aumentano la percezione di rischio da parte del management. In sintesi, sebbene le risorse economiche e le competenze rimangono centrali, le PMI si trovano oggi a dover affrontare nuove sfide multidimensionali, in cui dati, sicurezza e normative giocano un ruolo cruciale nell'abilitare o rallentare l'adozione dell'intelligenza artificiale.

Barriere nell'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale tra le PMI



Fonte: Assintel Report 2025

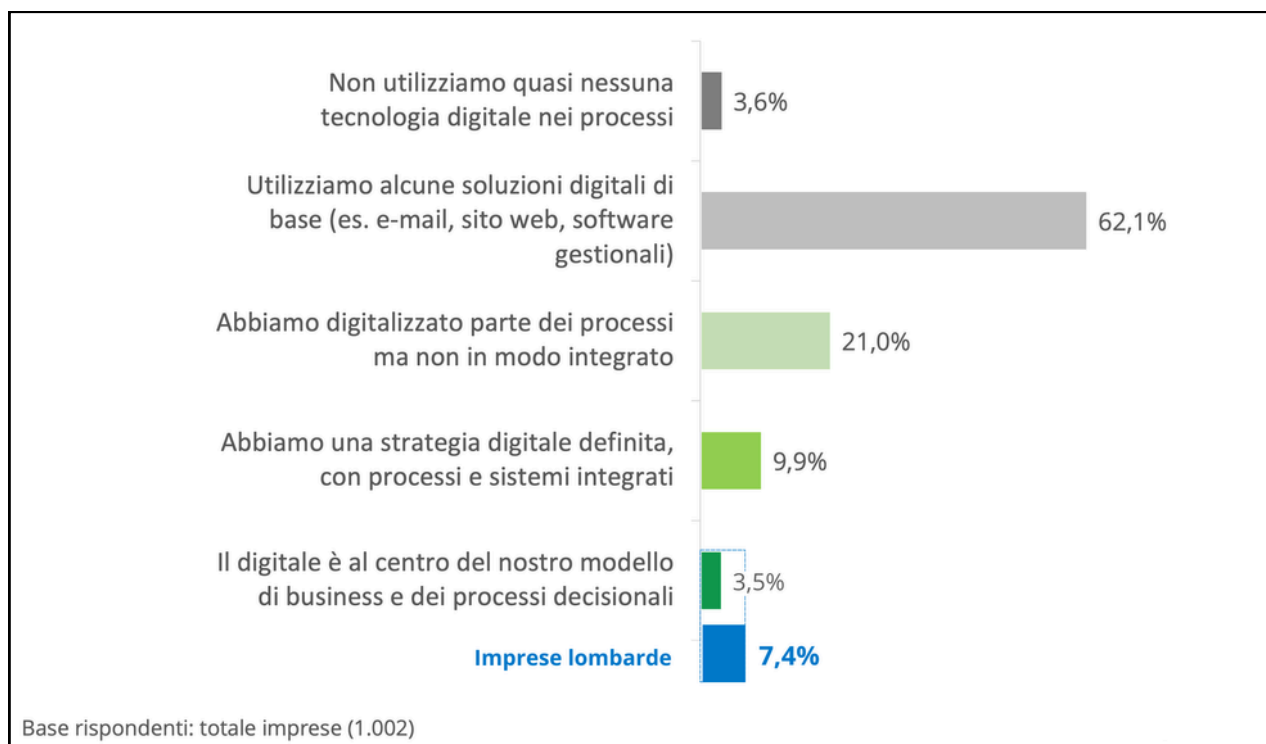
Focus Lombardia

Nel contesto appena delineato, la **Lombardia** si conferma il **principale polo italiano dell'innovazione digitale**, con un'elevata concentrazione di imprese, competenze e progettualità. Il territorio riflette e spesso anticipa le direttrici nazionali, con una **forte spinta su servizi IT, adozione del cloud, sviluppo dell'AI e rafforzamento della cybersicurezza**.

Le evidenze che seguono restituiscono una sintesi delle principali dinamiche del mercato ICT lombardo, mettendone in luce specificità, punti di forza e principali traiettorie evolutive nel confronto con il quadro nazionale.

La Lombardia è sensibilmente più matura dal punto di vista digitale rispetto alla media nazionale. Il **7,4% delle imprese dichiara che il digitale è al centro del proprio modello di business**, contro il 3,5% della media Italia (+3,9 punti percentuali).

D: come valuta il livello complessivo di maturità digitale della sua azienda?



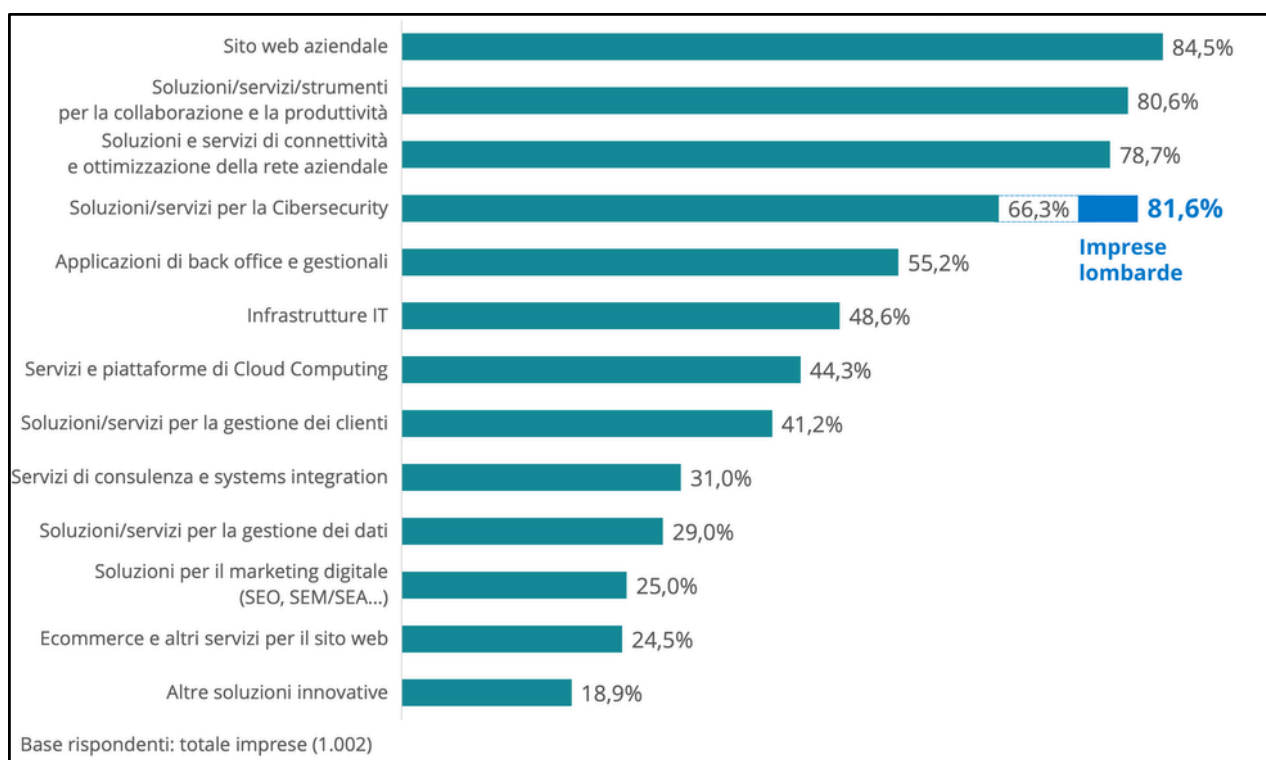
Fonte: Assintel Report 2025

Le imprese lombarde hanno più spesso una strategia digitale strutturata. L'11,9% dispone di processi e sistemi integrati, rispetto al 9,9% nazionale.

Parlando di new digital driver, osserviamo come l'Intelligenza Artificiale è già più diffusa in Lombardia. Il **31,6% delle imprese utilizza una piattaforma di AI**, contro il 23,8% della media nazionale (+7,8 punti). La cybersecurity rappresenta, inoltre, uno dei maggiori punti di forza della regione.

L'81,6% delle aziende utilizza soluzioni di sicurezza informatica, oltre 15 punti percentuali sopra la media italiana.

Tecnologie e servizi ICT attualmente adottati dalle imprese



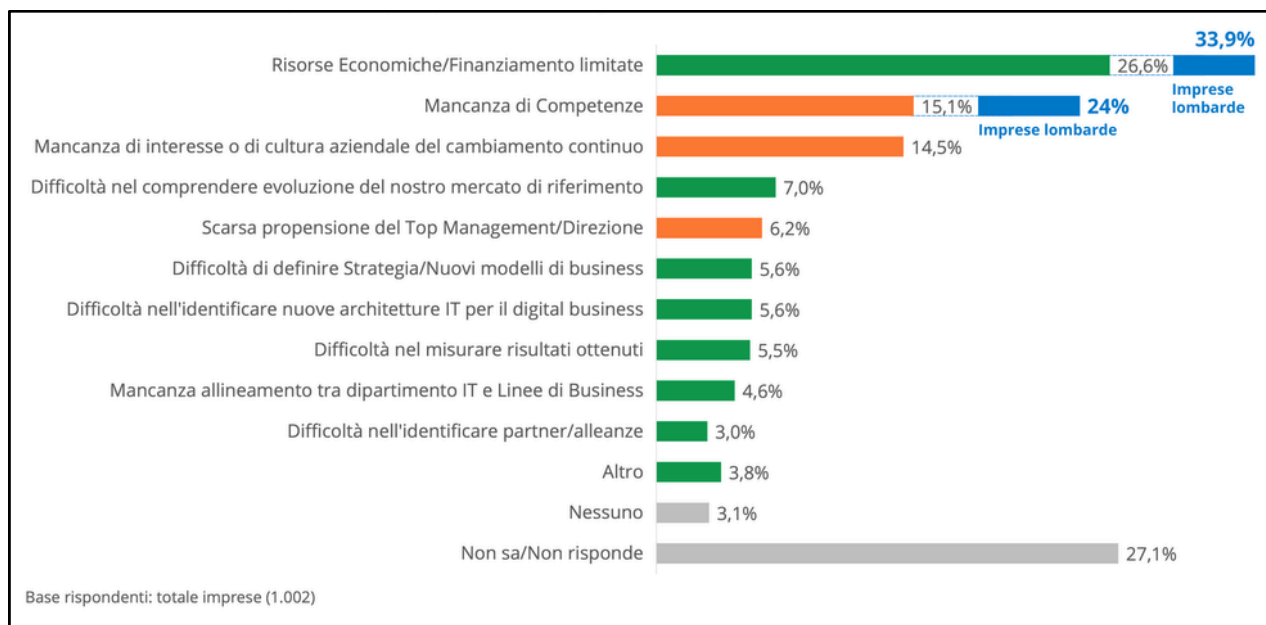
Fonte: Assintel Report 2025

L'e-commerce è più diffuso. Il **43,7% delle imprese lombarde utilizza strumenti di commercio elettronico e servizi evoluti per il sito aziendale**, contro il 34,8% della media italiana (+8,9 punti). Anche la presenza online è più consolidata: **oltre il 91% delle imprese dispone di un sito web aziendale**, contro l'87% nazionale.

La Lombardia mostra anche una maggiore propensione all'internazionalizzazione. Il **12% delle imprese intende esplorare nuovi mercati esteri**, contro l'8,2% nazionale.

Le imprese lombarde percepiscono maggiormente il problema delle competenze digitali. Il **24% individua nella carenza di competenze un ostacolo alla digitalizzazione**, contro il 15% della media italiana (+9 punti). È un segnale tipico degli ecosistemi più avanzati: cresce la domanda di specializzazione.

D: quali sono i principali ostacoli alla digitalizzazione della vostra azienda?



Fonte: Assintel Report 2025

Anche la **scarsità di risorse economiche viene avvertita più intensamente**. Il **33,9% la indica come barriera**, contro il 26,6% nazionale (+7,3 punti), probabilmente perché le aziende lombarde stanno affrontando investimenti tecnologici ambiziosi.

Le imprese lombarde sono meno colpite dagli effetti del contesto territoriale sulla digitalizzazione.

In tale prospettiva, anche la **minore adozione di soluzioni di digital marketing, di piattaforme Big Data e Analytics** e, in parte, di ulteriori investimenti in connettività non appare come un segnale di ritardo, ma come possibile espressione di una maggiore focalizzazione su ambiti ritenuti più strategici e core per la competitività, quali cybersecurity, AI e integrazione dei processi. Le evidenze suggeriscono quindi che, nel caso lombardo, alcune aree di minore presidio vadano lette non come debolezze strutturali, ma come il riflesso di un ecosistema che ha già superato alcune fasi di base della digitalizzazione e che sta riallocando risorse verso applicazioni a più alto valore, pur mantenendo aperta l'esigenza di rafforzare ulteriormente la valorizzazione dei dati e le strategie digitali di mercato.

Conclusione

Nel complesso, il quadro delineato dal report conferma con chiarezza il ruolo della Lombardia come principale motore della trasformazione digitale italiana, non solo per la maggiore intensità degli investimenti, ma anche per il livello di maturità raggiunto dalle imprese del territorio rispetto alla media nazionale. La regione si distingue infatti per una presenza più consistente di aziende che hanno già integrato il digitale nei propri processi e nei propri modelli organizzativi, con una quota di imprese che dichiara di collocare il digitale al centro del business pari al **7,4%**, contro il 3,5% della media Italia, e con una diffusione superiore di strategie digitali strutturate e processi integrati.

Questo livello di avanzamento si riflette anche nell'**adozione delle tecnologie più rilevanti per la competitività attuale**. In Lombardia l'utilizzo di soluzioni di intelligenza artificiale risulta più diffuso rispetto al dato nazionale, così come quello della cybersecurity, che rappresenta uno degli asset più solidi del tessuto imprenditoriale regionale. Anche e-commerce, presenza online e strumenti evoluti di relazione e gestione dei clienti mostrano una penetrazione più ampia rispetto alla media italiana, segnalando un ecosistema che non si limita a digitalizzare le funzioni di base, ma sta progressivamente spostando l'attenzione verso applicazioni a maggiore valore aggiunto.

Allo stesso tempo, proprio questo maggiore grado di maturità rende più evidenti le criticità strutturali che accompagnano la fase successiva della trasformazione. **Le imprese lombarde percepiscono con maggiore intensità sia il tema delle competenze digitali sia quello delle risorse economiche**, indicando questi elementi come i principali ostacoli alla digitalizzazione in misura superiore rispetto al dato nazionale. Si tratta di un segnale significativo: negli ecosistemi più avanzati, la sfida non è più soltanto avviare il cambiamento, ma sostenerlo con professionalità specialistiche, capacità organizzative e investimenti continui in innovazione.

In questa prospettiva, la Lombardia appare come un territorio già oltre la fase della semplice adozione digitale di base, ma ancora impegnato a **consolidare la propria leadership** attraverso il rafforzamento delle competenze, la valorizzazione dei dati, l'evoluzione dei modelli di business e l'accesso a risorse adeguate per accompagnare la crescita tecnologica. Il risultato è un sistema produttivo che mostra una **forte capacità di innovazione, ma anche una crescente consapevolezza delle condizioni necessarie per trasformare il vantaggio competitivo digitale in sviluppo duraturo e diffuso**.

ASSINTEL è l'associazione aderente a Confcommercio che rappresenta a livello nazionale le imprese del settore ICT e digitale - dagli operatori globali alle PMI e start up innovative - operando come un business network per gli operatori del settore e favorendo relazioni, sinergie e opportunità concrete per le aziende associate su tutto il territorio nazionale, negli ambiti tecnologici più innovativi e nei diversi settori economici.

Progetto di:



ASSINTEL REPORT 2025
È ONLINE!

ACCEDI QUI:



TREND DEL MERCATO ICT

SURVEY SULLE IMPRESE
DELLA DOMANDA

MATURITÀ DIGITALE
DELLE PMI

Ricerca a cura di:



Sponsor:

