

Bridging the GENERATIONAL AI GAP

Unlocking Productivity for All Generations



The Inclusion
Initiative

protiviti®

AI, DIVERSITÀ E PRODUTTIVITÀ: COME COLMARE IL GAP GENERAZIONALE

Le principali evidenze dello studio “Bridging the GENERATIONAL AI GAP: Unlocking Productivity for all Generations”

Il report della “**Generations Survey 2025**” – realizzato dalla **London School of Economics (LSE)** in collaborazione con **Protiviti** – esplora in profondità come le diverse generazioni adottano e utilizzano l'intelligenza artificiale (AI) sul posto di lavoro. L'obiettivo principale è fornire insight pratici e basati su dati per aiutare i leader aziendali a colmare il divario generazionale nell'adozione dell'AI, promuovendo al contempo produttività, innovazione e inclusione.

In un contesto in cui l'AI sta rapidamente trasformando i modelli operativi, comprendere le dinamiche generazionali diventa cruciale per garantire un'adozione efficace e sostenibile. Il report si basa su un'analisi quantitativa e qualitativa condotta su un campione rappresentativo di circa 3.000 lavoratori di diversi settori, provenienti da 30 paesi (principalmente, US, UK, Italia e Germania) e appartenenti a quattro generazioni: Gen Z, Millennials, Gen X e Baby Boomers.

Il contesto: AI e forza lavoro multigenerazionale

Oltre il 78% delle organizzazioni a livello globale sta investendo in tecnologie di AI generativa, ma il 42% dei progetti viene interrotto prima di raggiungere gli obiettivi prefissati. Questo dato evidenzia una criticità strutturale: l'adozione tecnologica non è solo una questione di strumenti, ma anche di cultura, competenze e leadership.

Le aziende si trovano ad affrontare una doppia sfida:

- **Comprendere** come le diverse generazioni percepiscono e utilizzano l'AI
- **Garantire** che tutti i team abbiano le competenze necessarie per guidare l'adozione

Il report sfata il mito secondo cui l'AI sarebbe una tecnologia “per i giovani”. Con una formazione adeguata e un supporto mirato, tutte le generazioni possono diventare utenti avanzati e contribuire attivamente all'innovazione.

Adozione dell'AI: differenze generazionali

Il 70% dei dipendenti dichiara di utilizzare l'AI nel proprio lavoro quotidiano, ma con forti differenze tra le generazioni:

- Gen Z: 82%
- Millennial: 73%
- Gen X: 60%
- Baby Boomer: 52%

Le attività più comuni in cui viene utilizzata l'AI includono:

- **Creazione di contenuti (43%):** generazione di testi, immagini, presentazioni
- **Comunicazione (34%):** assistenza nella scrittura di e-mail, report, messaggi
- **Analisi dati (27%):** supporto nell'elaborazione e interpretazione di dataset complessi

Il 38% dei dipendenti è attivamente coinvolto in iniziative AI, ma anche qui emergono differenze significative:

- **Gen Z:** il 47% è coinvolto
- **Gen X e Baby Boomers:** solo il 30% circa è coinvolto

Inoltre, in media fra le persone coinvolte su iniziative AI, la Gen Z vi dedica il 40% del proprio tempo lavorativo, mentre Gen X e Baby Boomers ve ne dedicano circa il 30%.

Questo divario riflette non solo una maggiore familiarità con la tecnologia, ma anche una diversa propensione al rischio e all'innovazione.

Formazione e impatto sulla produttività

Solo il 35% dei dipendenti ha ricevuto una formazione specifica sull'AI negli ultimi 12 mesi. Anche in questo caso, le differenze generazionali sono marcate:

- Gen Z: 45%
- Millennial: 34%
- Gen X: 32%
- Baby Boomer: 25%

L'impatto della formazione è evidente:

- **Il 92% di chi ha ricevuto formazione** utilizza l'AI regolarmente
- **Solo il 57% di chi non ha ricevuto formazione** lo fa

In termini di produttività, la formazione raddoppia i benefici:

- **Con formazione: +28%** tempo risparmiato con l'AI
- **Senza formazione: +14%** tempo risparmiato con l'AI

Il risparmio medio è di 7,5 ore a settimana, che si traduce in un valore economico stimato di circa **18.000 \$/anno per dipendente**. Questo dato sottolinea l'importanza strategica di investire in programmi di upskilling e reskilling.

Diversità generazionale nei team AI

I team AI caratterizzati da una forte diversità generazionale risultano significativamente più produttivi:

- Il 77% dei team multigenerazionali è considerato altamente produttivo
- Solo il 66% dei team meno diversificati raggiunge lo stesso livello

Tuttavia, Gen Z e Millennial sono sovra-rappresentati nei team AI rispetto alla loro quota nella forza lavoro complessiva. Questo squilibrio può limitare la varietà di prospettive e l'efficacia delle soluzioni sviluppate.

Il 49% dei dipendenti non ancora coinvolti in progetti AI esprime il desiderio di parteciparvi, dichiarando che sarebbe disposto a dedicare in media un terzo del proprio tempo a tali attività. Questo rappresenta un'opportunità concreta per ampliare la base di adozione e valorizzare il potenziale inespresso.

Barriere all'adozione: fiducia e incentivi

La fiducia nelle tecnologie AI rappresenta una barriera significativa:

- Solo il **49%** degli utenti attuali si fida delle decisioni generate dall'AI
- Tra i non utenti, la fiducia scende al **20%**

Le principali richieste per aumentare la fiducia includono:

- **Spiegazioni chiare dei processi decisionali** (47%)
- **Trasparenza su errori e protezione dei dati** (45%)
- **Supervisione umana** (39%)

Gli incentivi che possono spingere i dipendenti ad adottare l'AI sono principalmente:

- **Bonus o aumenti salariali** (35%)
- **Opportunità di carriera** (24%)
- **Feedback periodici** (16%)

Questi dati suggeriscono che l'adozione dell'AI non può essere imposta, ma deve essere incentivata attraverso leve motivazionali personalizzate.

Strategie per aumentare l'adozione

Per favorire un'adozione più ampia e inclusiva dell'AI, il report suggerisce diverse strategie:

- Il **38%** dei dipendenti preferisce **workshop pratici e personalizzati per ruolo**
- L'**integrazione dell'AI nei software già in uso** rappresenta un forte incentivo (28%)
- Le **testimonianze di colleghi** e i **casi d'uso concreti** aumentano la fiducia e l'interesse

Le generazioni più anziane, in particolare Gen X e Baby Boomer, mostrano una preferenza per:

- **Spiegazioni dettagliate e guide step-by-step**
- **Dimostrazioni pratiche su affidabilità e accuratezza dell'AI**
- **Supporto continuo**

Questo implica che le strategie di formazione e comunicazione devono essere adattate alle caratteristiche e alle esigenze di ciascun gruppo generazionale.

Appartenenza e commitment organizzativo

Il senso di appartenenza e il coinvolgimento verso l'organizzazione non rappresentano fattori decisivi per l'adozione dell'intelligenza artificiale in azienda. Al contrario, risultano determinanti **formazione specifica** sull'intelligenza artificiale, **motivazione personale** e **fiducia** nelle soluzioni AI-based.

Inoltre, i dipendenti coinvolti in progetti AI mostrano livelli più alti di:

- **Appartenenza**
- **Motivazione**
- **Impegno e proattività**

Questo suggerisce che le iniziative di engagement devono essere accompagnate da percorsi di sviluppo professionale concreti.

Conclusioni e raccomandazioni per i Leader

L'adozione dell'AI non è solo una questione tecnologica, ma un processo culturale che richiede **intenzionalità, inclusività e leadership**. Per massimizzare i benefici, i leader devono:

- **Investire in formazione mirata**, differenziata per generazione e ruolo
- **Offrire incentivi chiari**, sia economici che legati alla crescita professionale
- **Integrare l'AI nei flussi di lavoro esistenti**, evitando soluzioni isolate
- **Promuovere la diversità generazionale nei team AI**, come leva di innovazione
- **Coinvolgere tutte le generazioni**, valorizzando le competenze e le esperienze di ciascuna

Solo attraverso un approccio olistico e inclusivo sarà possibile trasformare l'AI in un vero motore di crescita sostenibile, produttività e benessere organizzativo.

Per saperne di più, scarica il report completo: [Bridging the Generational AI Gap: Unlocking Productivity for all Generations](#)

Contatti

Alessandro Cencioni

Managing Director

alessandro.cencioni@protiviti.it

Marco Cimino

Director

marco.cimino@protiviti.it

Andrea Nicosia

Associate Director

andrea.nicosia@protiviti.it

Lorenzo Coda

Manager

lorenzo.coda@protiviti.it