

Il mercato dell'AI content creation vale circa 3 miliardi di euro

2025-04-03 11:52:50 di Enzo Argante

URL:<https://forbes.it/2025/04/03/il-mercato-dellai-content-creation-vale-circa-3-miliardi-di-euro/>

Il mercato dell'AI content creation ha registrato un incremento di fatturato di circa un miliardo rispetto all'anno precedente. Ma non è tutto perché entro il 2029 i ricavi risulteranno più che raddoppiati, superando la soglia dei 7 miliardi di euro. A livello prettamente geografico, il Nord America emerge in quanto asset dominante, seguito in seconda battuta dall'Asia. “Negli ultimi mesi abbiamo assistito a straordinari passi avanti nella creatività e nella creazione di contenuti guidati dall'intelligenza artificiale”, ha affermato **Abran Maldonado**, OpenAI ambassador. Sulla stessa lunghezza d'onda anche Giacinto Fiore e Pasquale Viscanti, ideatori di Intelligenza Artificiale Spiegata Semplice e organizzatori dell'AI Week: “L'intelligenza artificiale è un vero e proprio volano per la creatività dei professionisti contemporanei, sta a noi sfruttarla al meglio, rispettando sempre i valori etici e le normative vigenti”.

Creatività e contenuto

Creatività e contenuto, contenuto e creatività: più che due binari paralleli, risultano fili costantemente intrecciati e sempre più caratterizzati dalle tecnologie emergenti, tra cui l'intelligenza artificiale. Conferme in merito giungono da una serie di ricerche condotte sulle principali testate del settore da Espresso Communication per conto dell'AI Week, ovvero la fiera europea dedicata all'artificial intelligence in programma 13 e 14 maggio a Rho Fiera Milano, secondo le quali a livello globale sta prendendo sempre più corpo il trend “AI Content Creation Fever”, vero e proprio trampolino per la creatività dei professionisti. Secondo una recente indagine a cura di Statista nel 2024, a livello globale, **l'AI è stata utilizzata dal 42% dei manager del settore marketing e media** in ottica creazione contenuti ed elaborazione di strategie impattanti. Ulteriori indicazioni importanti provengono dal mercato globale di riferimento: infatti, secondo quanto specificato da Business Research Company, l'asset dell'AI Powered Content Creation chiuderà l'anno corrente superando i **3 miliardi di euro di fatturato**, registrando un aumento pari a un miliardo rispetto al 2024. Ma non è tutto perché, in vista delle prossime 4 annate, il mercato vedrà ricavi più che raddoppiati oltrepassando la soglia dei 7 miliardi (+133% sul 2025) con una crescita media annuale composta del 22%.

In Europa

Alcuni paesi sono più lungimiranti. A livello prettamente geografico - secondo l'analisi di Zion Market Research - il Nord America emerge, ed emergerà in futuro, come asset dominante, grazie ad una serie di investimenti strategici, seguito in seconda battuta dall'Asia. E in Europa? Sotto questo punto di vista, ecco il report di KBV Research: entro il 2031, il Vecchio Continente registrerà un fatturato superiore a 340 milioni di euro con la Germania in primo piano. Il secondo e il terzo gradino del podio, invece, sono occupati da Francia (2°), che registrerà un incremento del 30%, e Regno Unito (3°) con il 28% d'incremento.

In Italia

E in Italia? Secondo un ulteriore report Istat quasi il 36% delle organizzazioni made in Italy sfruttano le potenzialità dell'intelligenza artificiale per strutturare contenuti e perfezionare o personalizzare con creatività campagne pubblicitarie. Giacinto Fiore e Pasquale Viscanti, founder della community Intelligenza Artificiale

Spiegata Semplice e organizzatori dell'AI Week, hanno detto: “L’**AI è un volano per la creatività dei professionisti globali** e assumerà sempre più una posizione di rilievo. I vantaggi, sotto questo punto di vista, sono innumerevoli. In primis, la tecnologia migliora l’efficienza dei worker e la precisione in fase di scrittura e stesura dei singoli concetti. Però, non è l’unico perché la technology per eccellenza velocizza anche la raccolta dati e l’analisi di eventuali competitor, in questo modo i creativi in carne ed ossa possono elaborare proposte originali che risultano innovative agli occhi di fornitori e utenti presenti sul mercato. Un esempio concreto giunge dagli Stati Uniti e, nello specifico, da Washington grazie ad una delle testate giornalistiche più conosciute a livello globale, vale a dire il Washington Post. Infatti, la redazione del noto giornale si affida all’AI per scovare, in lassi di tempo relativamente brevi, trend e notizie accattivanti da utilizzare come base per articoli che, in seguito, risultano estremamente interessanti agli occhi di lettori e abbonati. Ovviamente, nel pieno rispetto delle normative vigenti e dei vincoli etici attualmente attivi”.

I passi avanti

Maldonado ha aggiunto: “Negli ultimi mesi abbiamo assistito a straordinari passi avanti nella creatività e nella creazione di contenuti guidati dall’intelligenza artificiale. I modelli di intelligenza artificiale sono ora in grado di ragionare, di affinare la loro intelligenza emotiva e di produrre immagini 4K mozzafiato. Questi progressi ci costringono a confrontarci con domande urgenti sulla sicurezza dei posti di lavoro, sulle leggi legate al copyright e sull’impatto più ampio sul settore della creazione di contenuti. Allo stesso tempo, sono entusiasta dei visionari emergenti che improvvisamente hanno a disposizione tutti questi potenti strumenti per trasformare l’immaginazione in realtà. Sotto questo punto di vista, stiamo vivendo un periodo davvero incredibile e non vedo l’ora di approfondire questi argomenti durante l’AI Week”.

Ai content creation: i trend del futuro

Gli esperti coinvolti hanno definito i trend che maggiormente caratterizzeranno lo scenario legato al trend dell’AI Content Creation Fever in vista del futuro. In primis, **l’iper-personalizzazione**: grazie all’artificial intelligence, i creator possono offrire content “su misura” a seconda delle preferenze, degli interessi e delle abitudini dei singoli utenti o clienti. Questi miglioreranno sia il tasso di soddisfazione delle community sia il rendimento di eventuali campagne. Ma non è tutto perché nei prossimi anni si parlerà sempre più di contenuti richiesti e prodotti in real time. Grazie ad essi i professionisti saranno in grado di generare proposte in linea con i più stretti fatti di attualità e rispondere in maniera tempestiva alle richieste del mercato. E ancora, con l’ascesa degli assistenti vocali e dell’AI conversazionale, i creator saranno chiamati a realizzare diverse tipologie di contenuti come, appunto, audio e video utilizzando anche software e piattaforme personalizzate e specifiche per il voice cloning. Per ultimo, ma non meno importante, un fattore di estrema rilevanza sarà la multimodalità delle proposte creative, le quali dovranno essere adattate a diversi canali e, allo stesso tempo, diverse audience. **LEGGI ANCHE:** [OpenAI raccoglie altri 40 miliardi di dollari. Ora ne vale 300](https://forbes.it/2025/04/03/il-mercato-dellai-content-creation-vale-circa-3-miliardi-di-euro/)