IA SPIEGATA SEMPLICE

Da community digitale a ecosistema di business

Autore **Domenico Falcicchio**

Governo e gestione delle organizzazioni nell'evoluzione digitale



2019	2026	33	€ 1,78 mln
nasce il podcast	AI Week a Milano Rho	persone nel team	fatturato 2024

MAPPA DEL PROGETTO

Un filo logico in sei passi: dal caso alle leve strategiche, fino alle raccomandazioni.

Come una community sull'IA diventa un ecosistema d'impresa scalabile?

1 · Il caso
Chi è, storia, contesto

2 · Il modello
Ecosistema, ricavi, margini, risultati

3 · Organizzazione
Governance, persone e risorse

4 · Competizione
Settore, concorrenti, strategia

5 · Leve strategiche
Brand, fedeltà, clienti, prezzo, mercato, piano

6 · Innovazione
Digitale, ambidestrismo, impatto

Sintesi: SWOT → rischi → raccomandazioni → conclusioni → il consiglio dei fondatori

METODO E FONTI

Risposte dei fondatori e fonti pubbliche, con la fonte citata, poi lette con framework teorici.

Fonti pubbliche
Forbes, Sky TG24, Registro Imprese, sito, App Store

Risposte dei fondatori
13 risposte scritte su ricavi, organizzazione, clienti, prezzo

Risposte con fonte
fondatori · fonti pubbliche · stime dell'autore dichiarate

lettura

Framework di analisi
BMC · VRIO · catena del valore · Porter · Ansoff · Aaker · ambidestrismo · SWOT

13
risposte ricevute dai fondatori in 5 aree

Le 5 aree
Ricavi e costi · Organizzazione · Clienti e fedeltà · Prezzo · Chiusura

CHI È IA SPIEGATA SEMPLICE

Una community nata attorno a un podcast, oggi organizzatrice del maggiore evento sull'IA in Italia.

Fondatori
Pasquale Viscanti e Giacinto Fiore, co-CEO

Origine
Podcast nato a febbraio 2019

Missione
Raccontare l'IA a imprenditori e manager

IA Spiegata Semplice S.r.l.
Altamura (BA) · iscritta il 7/10/2022

Target
Manager, imprenditori, studenti

Prodotti
Podcast · AI Week · AI Play · Zero to AI · libri

Numeri
€ 1,78 mln (2024) · 2 CEO, 18 dipendenti, 13 collaboratori · 56.000+ iscritti · 105.500+ partecipanti

SETTE ANNI DI CRESCITA

Da podcast a fiera europea: ogni passo aggiunge un prodotto senza perdere la community.

2019
Nasce il podcast

2020
Prima AI Week, online in lockdown

2022
Nasce la S.r.l.; evento su AI Play

2023
Rimini: ~3.000 presenze dal vivo

2025
Milano Rho: 17.513 presenze

2026
Rho: quasi 30.000 presenze

2027
25-26 maggio; obiettivo 35.000+

PERCHÉ ORA: LA DOMANDA DI COMPETENZE

Domanda che cambia
da "cos'è l'IA" a "come la uso"

Adozione ancora bassa
solo il 20% delle imprese UE usa l'IA (Eurostat 2025)

AI Act, art. 4
obbligo di alfabetizzazione dal 2/2/2025

Bisogno di competenze
nelle imprese

si traduce in

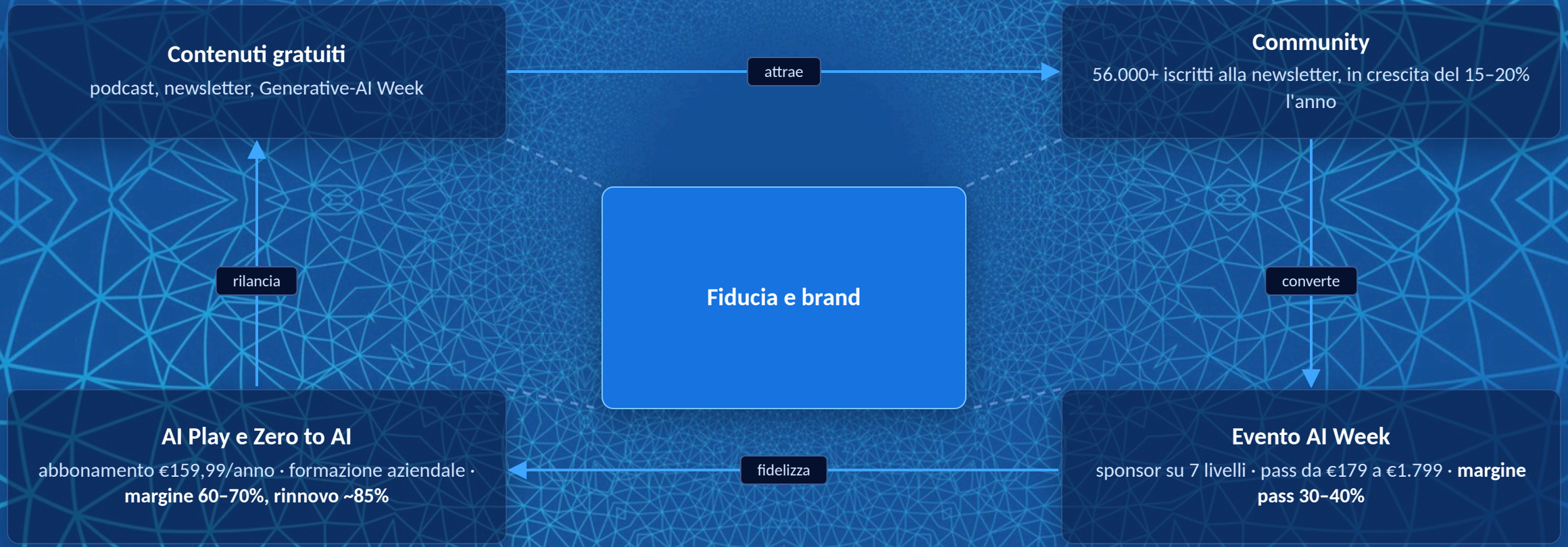
Offerta IASS
podcast, eventi, AI Play, formazione

"Le imprese cercano partner affidabili, non solo tecnologia"
Viscanti, Forbes 2025 (sintesi)

AI Act, art. 4 · alfabetizzazione in materia di IA
Il Regolamento UE 2024/1689 impone a fornitori e utilizzatori di sistemi di IA di garantire un livello sufficiente di alfabetizzazione in materia di IA per il proprio personale e per chi li usa per loro conto, tenendo conto di conoscenze, esperienza, formazione e contesto d'uso.

IL MODELLO: UN CICLO DI FIDUCIA

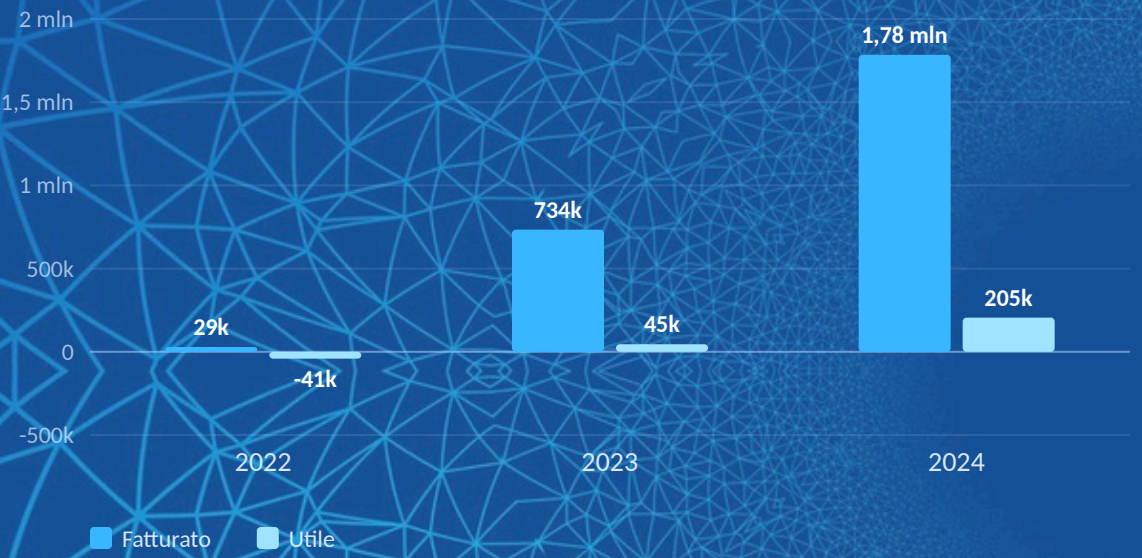
I contenuti gratuiti alimentano la community, che compra eventi e formazione e torna ai contenuti.



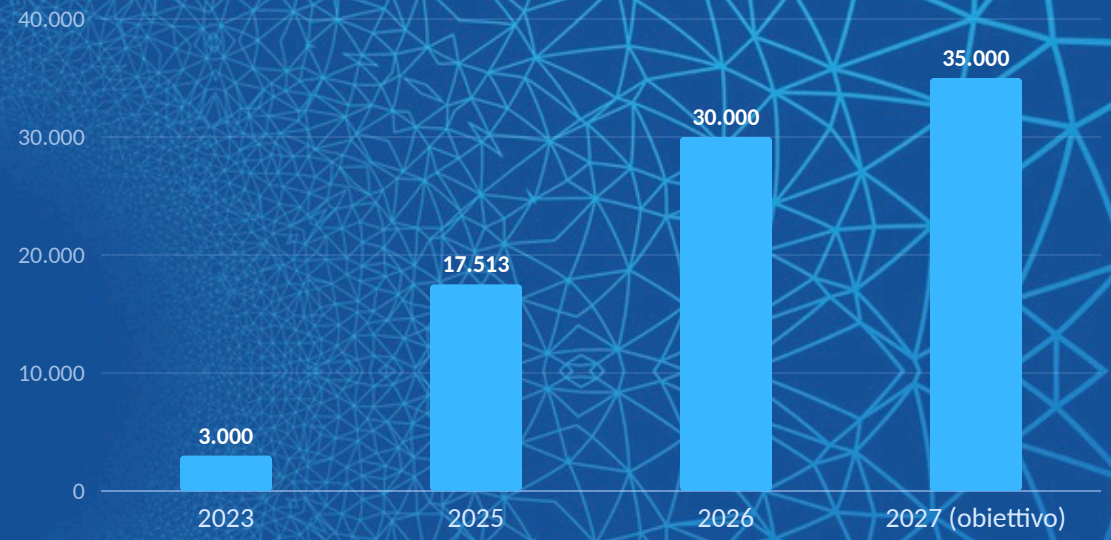
RISULTATI ECONOMICI

Il fatturato è cresciuto 25 volte in un anno; il 70% dei ricavi viene da AI Week (sponsor + pass).

Fatturato e utile (euro)



Presenze ad AI Week (2025: 9.000 unici)



Ricavi per fonte · **dato dei fondatori** (risposte 2026); formazione e libri hanno un peso marginale

Sponsorship AI Week · 40%	Pass AI Week · 30%	Abbonamenti AI Play · 30%

×25
ricavi 2022→2023

+143%
ricavi 2024

11,5%
margine netto 2024

MARGINI E STRUTTURA DEI COSTI

A parità di ricavi, AI Play genera quasi il doppio del margine dei pass: il costo dell'evento è la Fiera.

MARGINE PER ATTIVITÀ · fondatori

Abbonamenti AI Play

60–70%

Pass AI Week

30–40%

Sponsorship: margine non indicato dai fondatori

CONTRIBUTO AL MARGINE · stima su punti medi



COSTI PRINCIPALI · in ordine di peso

1. Allestimento degli spazi in Fiera
2. Personale e collaboratori
3. Servizi tecnici e logistici
4. Piattaforme tecnologiche (evento e partecipanti)

Lettura

I due flussi da evento (70% dei ricavi) hanno costi fissi alti: Fiera, allestimenti, persone. AI Play ha costi di piattaforma e contenuti già prodotti: ogni abbonamento in più pesa poco sui costi. **Spostare il mix verso i ricavi ricorrenti aumenta il margine complessivo.**

ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE

Due CEO decidono insieme la strategia e si dividono le aree operative; il team conta 31 persone oltre ai fondatori.

Eventi
AI Week, sponsor, espositori

Contenuti
podcast, newsletter, libri, social

Piattaforma
AI Play e app evento

Due CEO-fondatori
decisioni strategiche congiunte, confronto continuo · gestione operativa divisa per aree, con allineamento sulle decisioni rilevanti

18
dipendenti

13
collaboratori esterni

Ambassador
selezionati con call for applications

Sviluppo AI
affidato al partner Boosha

PERSONE E PROCESSI

Selezione aperta, coordinamento diretto e una riunione a settimana nel picco: un modello snello.

1 · SELEZIONE

Call for applications
sul sito di AI Week: partnership, stampa, creator

Incontri di persona
durante altri eventi di settore

2 · FORMAZIONE E COORDINAMENTO

Email e contatti diretti
informazioni e indicazioni condivise per ogni attività

Responsabilità per area
ognuno contribuisce secondo competenze e ruolo

3 · PICCO PRIMA DELL'EVENTO

Riunione di team settimanale

- stato di avanzamento
- rispetto delle scadenze
- criticità condivise
- priorità operative

Cosa funziona
Coordinamento rapido tra reparti; la riunione settimanale rende visibili ritardi e criticità in tempo utile; la call aperta allarga il bacino di creator e partner a costo quasi nullo.

Cosa va strutturato
Formazione affidata a email e contatti diretti: con 31 persone e una fiera da 30.000 presenze servono onboarding scritto, deleghe formali e indicatori condivisi. (lettura dell'autore)

RISORSE E COMPETENZE (VRIO)

Brand, community e rete di sponsor danno un vantaggio duraturo; il know-how va reso meno dipendente dai fondatori.

Risorsa	Ha valore?	È rara?	È difficile da copiare?	È ben organizzata?	Vantaggio
Brand e reputazione	SÌ	SÌ	IN PARTE	SÌ	DURATURO
Community	SÌ	IN PARTE	IN PARTE	SÌ	DURATURO
Rete di speaker e aziende	SÌ	SÌ	SÌ	SÌ	DURATURO
Archivio di contenuti (AI Play)	SÌ	IN PARTE	NO	SÌ	TEMPORANEO
Know-how dei fondatori	SÌ	SÌ	IN PARTE	IN PARTE	DA PROTEGGERE

DOVE NASCE IL VANTAGGIO

Il vantaggio competitivo si concentra in due attività della catena del valore: contenuti e community.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO

Infrastruttura e governance due CEO con decisioni congiunte, S.r.l. con sede ad Altamura

Risorse umane 18 dipendenti, 13 collaboratori, ambassador via call for applications

Tecnologia AI Play, app dell'evento, traduzione con IA, piattaforme di gestione partecipanti

Approvvigionamento speaker, sponsor, partner, spazi e allestimenti in Fiera (prima voce di costo)

ATTIVITÀ PRIMARIE

Ideazione contenuti
podcast, libri

Produzione evento
Rho, 17 palchi

Marketing e community
podcast, newsletter, social, creator, advertising

Vendita
sponsor 40% · pass 30% · AI Play 30%

Servizi dopo l'evento
video su AI Play

Margine
11,5%
netto 2024

LE CINQUE FORZE DEL SETTORE

Mercato facile da aprire e affollato: il vantaggio sta nel brand e nella community.

Nuovi entranti · ALTA
barriere basse: capitale € 10.000

Fornitori · MEDIA
speaker, aziende, piattaforme, spazi in Fiera (prima voce di costo)

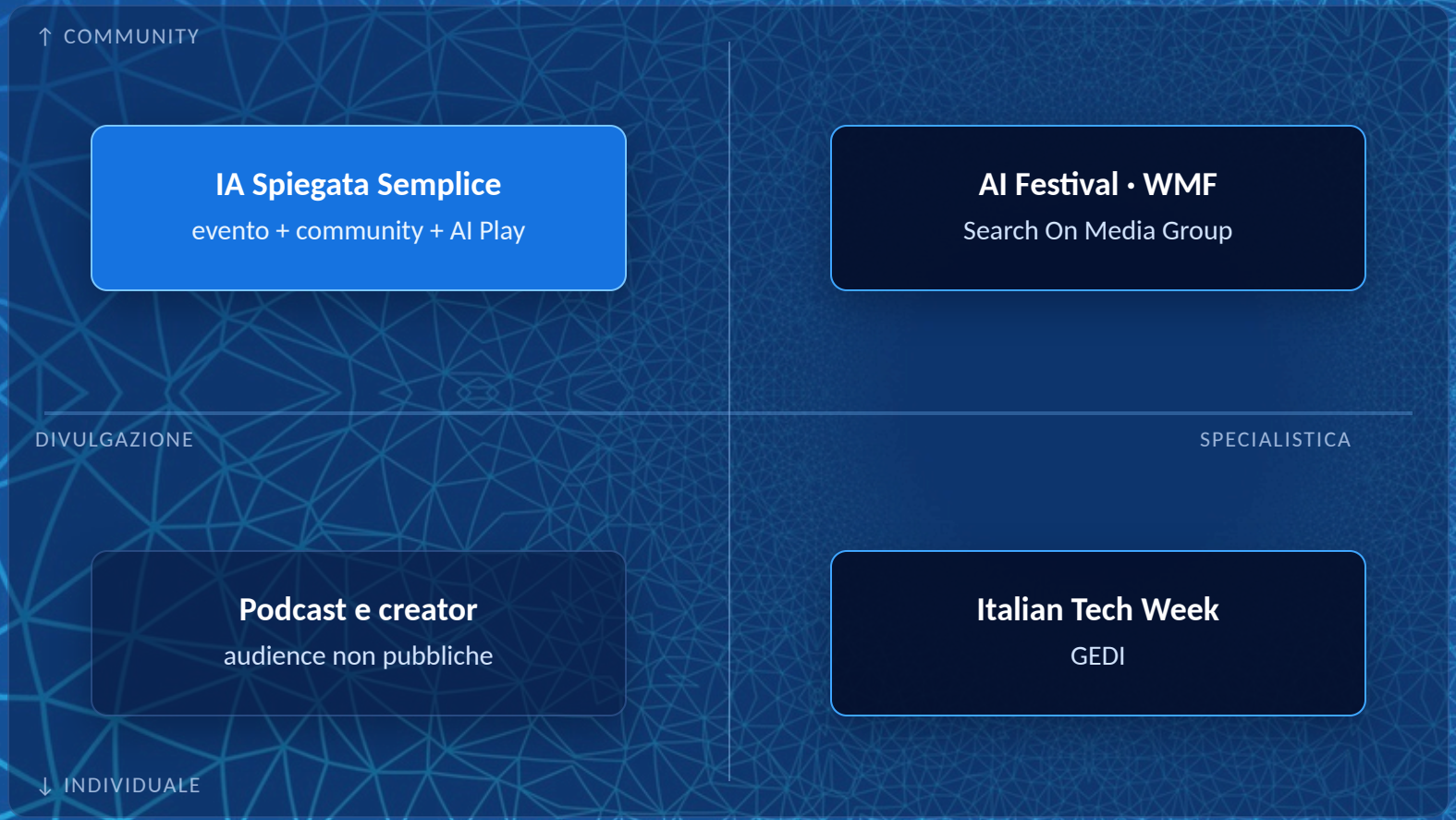
Rivalità
mercato affollato dopo l'esplosione dell'IA generativa

Clienti · MEDIA
molte alternative; fedeltà da community: 70% torna, 85% rinnova AI Play

Sostituti · ALTA
università, big tech, tutorial gratuiti

MAPPA DI POSIZIONAMENTO

IASS presidia lo spazio "divulgazione + community", dove i concorrenti diretti sono pochi.



Spazio presidiato

format di massa e relazione continua insieme

Rischio

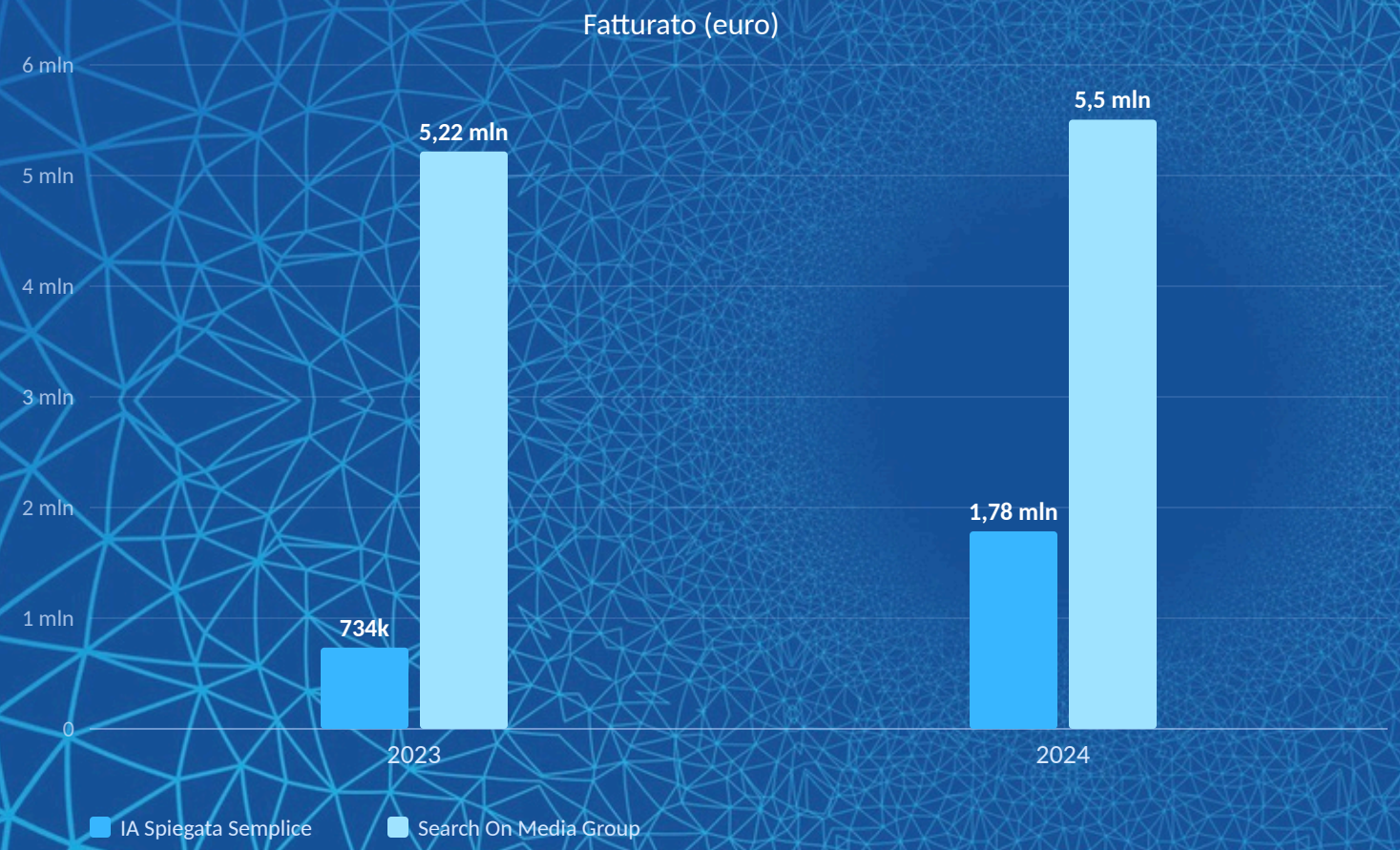
crescendo come fiera, avvicinarsi a WMF

Nota

Principali concorrenti: WMF e Italian Tech Week.

CONFRONTO ECONOMICO CON IL LEADER

IASS fattura un terzo del leader, ma cresce 26 volte più veloce e ha un margine 10 volte più alto.



+143% vs +5,5%
crescita ricavi 2024

11,5% vs 1,1%
margine netto 2024

~3 volte
il fatturato del leader

Fonte: bilanci depositati (Registro Imprese)

STRATEGIA COMPETITIVA

Non leadership di costo: IASS segue una differenziazione con focus su manager e imprenditori.

	Costo inferiore	Differenziazione
Mercato ampio	Leadership di costo	Differenziazione • Search On Media
Nicchia	Focus sui costi	**Focus su differenziazione** • **IASS**

Prezzi alti

pass fino a € 1.799; sponsor che firmano anche dopo l'aumento 2027

Scala minore

il concorrente fattura 3 volte tanto

Margine alto

11,5% contro 1,1%: potere di prezzo; AI Play 60–70%

Rischio: restare "a metà" se la fiera cresce troppo

STRATEGIA DI CRESCITA

La strategia prevalente è lo sviluppo di nuovi prodotti sulla stessa community, poi nuovi mercati.

	Prodotti esistenti	Prodotti nuovi
Mercati esistenti	**Penetrazione** più pass e sponsor in Italia: ricavi +143% nel 2024	**Sviluppo di prodotto · PREVALENTE** AI Play, Zero to AI, Prompt Battle, workshop salute
Mercati nuovi	**Sviluppo di mercato** Milano, Europa, istituzioni UE (in corso)	**Diversificazione** Sviluppo AI con il partner Boosha (marginale)

Perché

i nuovi prodotti usano la stessa community: costo di acquisizione basso e fiducia già costruita. AI Play rinnova all'85% e ha il margine più alto.

Matrice di Ansoff · classificazione dell'autore su dati pubblici e risposte dei fondatori

BRAND: ARCHITETTURA

Un marchio-madre forte sostiene sotto-marchi con funzioni diverse: contenuto, evento, formazione.

Intelligenza Artificiale Spiegata Semplice
"Il modo migliore per scoprire l'IA" · marchio registrato

Podcast
dal 2019 · ogni lunedì

AI Week
evento · Rho · maggio · 70% dei ricavi

AI Play
piattaforma video · 30% dei ricavi

Zero to AI
formazione per le aziende

Generative-AI Week
online · gratuita · novembre

Libri
5 titoli, ultimo nel 2025

BRAND: EQUITY

Tutte le componenti sono forti: la fedeltà è confermata dal 70% di ritorno e dall'85% di rinnovi AI Play.

Il modello di Aaker

La brand equity è il valore che il marchio aggiunge al prodotto. Nasce da cinque categorie di asset: fedeltà alla marca, notorietà del nome, qualità percepita, associazioni alla marca e altre risorse esclusive (marchi registrati, brevetti, canali distributivi).

Fedeltà · ALTA

70% dei partecipanti torna; rinnovo AI Play ~85%

Notorietà · ALTA

56.000+ iscritti, 105.500+ partecipanti, Forbes, Sky TG24

Qualità percepita · ALTA

4,9/5 da 6.831 persone; sponsor Google, Microsoft, IBM

Brand equity

Associazioni · ALTE

"spiegata semplice", community, "Netflix dell'IA"

Altre risorse esclusive · MEDIE

marchio registrato; piattaforma AI Play

FIDELIZZAZIONE DEI CLIENTI

Ogni livello del percorso trattiene il cliente: il 70% dei partecipanti torna e l'85% rinnova AI Play.

Ascolto gratuito	Podcast, tavole rotonde e Generative-AI Week gratuite
Community	Newsletter 56.000+; base iscritti in crescita del 15–20% l'anno
Evento a pagamento	70% dei partecipanti torna · ~80% acquista in early bird · -10% da 3 pass
Abbonamento	AI Play: rinnovo ~85% · il Privilege Pass include AI Play per un anno

CLIENTI: ACQUISIZIONE E DATI

Cinque canali portano nuovi clienti; i dati sul pubblico guidano evento, marketing e offerte agli sponsor.

ACQUISIZIONE MULTICANALE

- **Podcast**
- **Newsletter**
- **Social media**
- **Creator**
- **Advertising**

Nuovi clienti
partecipanti, abbonati, aziende

Dati raccolti
- composizione del pubblico
- settori più rappresentati
- interessi dei partecipanti
- aziende presenti

USO DEI DATI

Edizioni successive
programma e organizzazione dell'evento

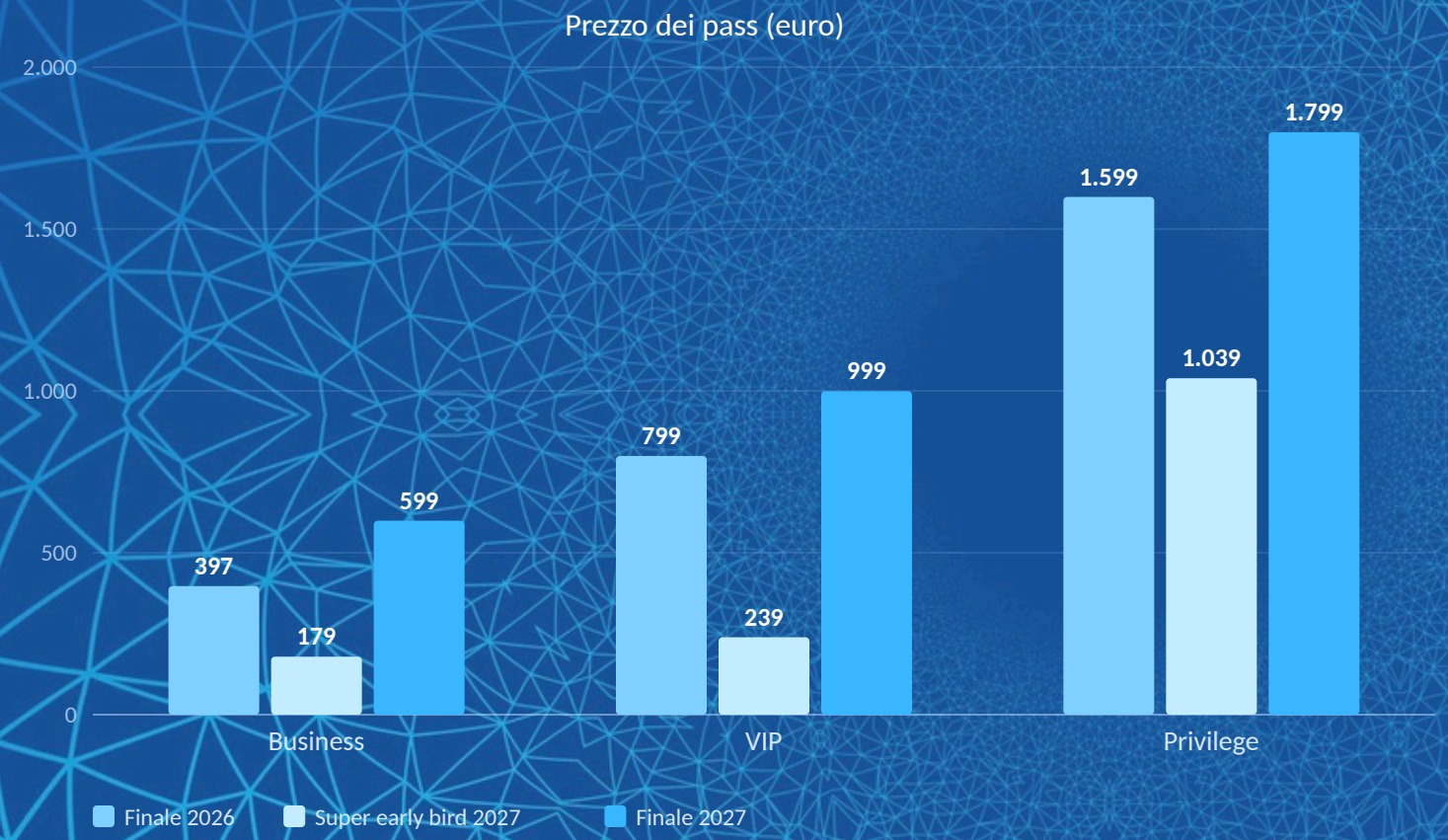
Marketing
messaggi e canali mirati

Proposte per sponsor
offerte coerenti con il profilo del pubblico

Lacuna
I fondatori non indicano un canale prevalente: misurare la conversione per canale è il passo successivo.

PREZZO ED ELASTICITÀ

I prezzi salgono verso l'evento e nel 2027; gli sponsor continuano a firmare: domanda poco sensibile al prezzo.



Listini finali +12,5% / +51%
dal 2026 al 2027

Sponsor 2027
accordi in chiusura nonostante l'aumento dei prezzi: il valore percepito regge

Presenze 17.513 → ~30.000
2025 → 2026 (dichiarate)

~80% acquista in early bird
prezzi fissati su mercato, valore dell'offerta e partnership; salgono verso l'evento

LIBERALIZZAZIONE DEL MERCATO

Un mercato libero attira nuovi entranti; la regolazione sull'IA ne aumenta la domanda.

Attività libera
ATECO 82.3, nessuna licenza né prezzi regolati

AI Act, art. 4
obbligo di alfabetizzazione

più domanda

Barriere basse
una S.r.l. con € 10.000 di capitale

Mercato attrattivo e contendibile

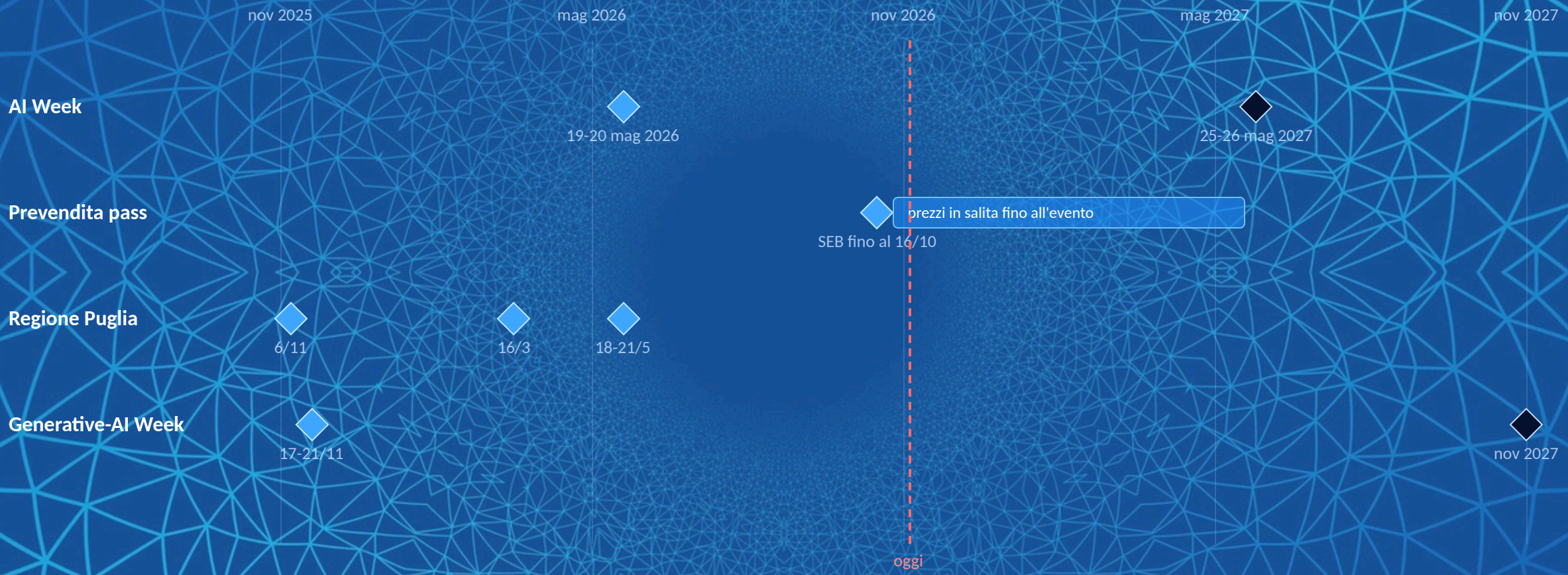
risposta

Difese di IASS
brand, community (70% torna), sponsor che firmano anche a prezzi più alti

Concorrenza aperta
AI Festival, WMF, università, creator

PIANIFICAZIONE STRATEGICA

Il calendario guarda avanti di oltre dodici mesi; nel picco, una riunione settimanale tiene il ritmo.



TRASFORMAZIONE DIGITALE

Dal digitale come necessità (lockdown) al digitale come vantaggio: formato ibrido e piattaforme proprie.

Online · 2020-22
lockdown, evento su AI Play

→

Dal vivo · 2023-24
Rimini, prime presenze

→

Ibrido · 2025-27
Rho + giorni da remoto

CANALI DI ACQUISIZIONE · strategia multicanale

- **Podcast** — Spreaker
- **Newsletter** — 56.000+
- **Instagram** — 25.000
- **Creator** — call dedicata
- **Advertising** — campagne

PIATTAFORME PROPRIE

- **AI Play** — 500+ contenuti · app iOS
- **App evento** — programma e incontri
- **Traduzione IA** — main stage 2025

AMBIDESTRISMO ORGANIZZATIVO

L'azienda sfrutta ciò che funziona e sperimenta in parallelo: l'equilibrio è il punto critico.

EXPLOITATION · SFRUTTARE

Podcast settimanale
ogni lunedì dal 2019

Newsletter
56.000+ iscritti, +15–20% l'anno

Format AI Week
consolidato: 70% dei ricavi

↔ equilibrio
due CEO allineati sulle decisioni rilevanti; riunioni settimanali per le priorità

EXPLORATION · ESPLORARE

Prompt Battle · Agent Olympics
nuovi format 2026

Workshop salute (FISM)
novità 2025

Zero to AI · Sviluppo AI
servizi per le aziende

IMPATTO E TERRITORIO

L'azienda trasforma la divulgazione in ricerca, istituzioni e sviluppo locale.

Divulgazione ed etica
uso critico; competenza come "patente di guida"

Ricerca
Premio McCarthy, FISM, università, SEMEION

Cultura dell'IA
missione dell'azienda

Territorio
Altamura; 33 persone nel team; Regione Puglia: 8 giovani imprenditori

Istituzioni
relatori UE (Zaharieva, Sioli) e Governo (Zangrillo)

ANALISI SWOT

I punti di forza sono relazionali e ricorrenti; le debolezze riguardano struttura interna e dipendenza dall'evento.

PUNTI DI FORZA

- **Brand e community** — 70% torna
- **AI Play** — rinnovo 85%, margine 60–70%
- **Crescita +143%** — margine netto 11,5%

DEBOLEZZE

- **Ricavi da evento annuale** — 70% da AI Week
- **Dipendenza dai due CEO** — decisioni congiunte
- **Coordinamento informale** — formazione via email

OPPORTUNITÀ

- **AI Act e formazione** — obbligo di alfabetizzazione
- **Espansione europea**
- **Più ricavi ricorrenti** — spostare il mix su AI Play

MINACCE

- **Concorrenti più grandi** — leader 3 volte più grande
- **Contenuti IA banalizzati**
- **Mercato che corre** — barriere basse

DAI RISCHI ALLE RACCOMANDAZIONI

Ogni rischio ha una contromisura e un indicatore per verificarla.

RISCHIO	RACCOMANDAZIONE	INDICATORE
Dipendenza dai due CEO	**Formalizzare deleghe per area e un secondo livello di responsabili**	**decisioni delegate, turnover**
Ricavi concentrati su AI Week (70%)	**Crescere AI Play e formazione aziendale, che hanno margine più alto**	**quota di ricavi ricorrenti**
Coordinamento informale del team	**Onboarding scritto per collaboratori e ambassador; cruscotto condiviso**	**tempi di inserimento, scadenze rispettate**
Elasticità al prezzo non misurata	**Tracciare vendite per fascia e canale; testare prezzi oltre l'early bird**	**conversione per fascia e canale**
Scala che erode la nicchia	**Presidiare community e target manager**	**NPS dei manager, quota B2B**

CONCLUSIONI

Tesi: la crescita nasce dalla fiducia costruita con una community, non dalla vendita di un singolo prodotto

Dati
ricavi × 25 in un anno, +143% nel 2024, margine 11,5%; AI Play rinnova all'85%

Modello
ciclo contenuti → community → evento → piattaforma; 70% dei ricavi dall'evento

Strategia
differenziazione con focus, brand come barriera, prezzi che reggono gli aumenti

Implicazione: scalare senza perdere identità, spostando il mix verso AI Play e strutturando il team; da misurare: canali e prezzo

IL CONSIGLIO DEI FONDATORI

A chi vuole creare una community come la loro.

"Puntare sul valore offerto alla community e creare contenuti in linea con ciò che gli utenti desiderano e di cui hanno realmente bisogno."

Pasquale Viscanti e Giacinto Fiore · risposta scritta, 2026

Valore prima del prezzo
contenuti gratuiti come porta d'ingresso

Ascolto del pubblico
dati su settori e interessi guidano il programma

Fiducia che ritorna
70% torna, 85% rinnova

FONTI

Risposte dei fondatori, stampa, dati societari, siti ufficiali e istituzioni.

Risposte dei fondatori

13 risposte scritte (2026): ricavi per fonte, margini, costi, organico, deleghe, selezione, picco di lavoro, canali, rinnovi, uso dei dati, prezzi, consiglio finale; ritorno 70% ed early bird da interviste precedenti

Stampa

Forbes Italia (2021, 2022, 2025) · Sky TG24 (2025, 2026) · Gazzetta della Lombardia (2026) · AI News · Panorama · Quality Travel · Money.it

Dati societari

Registro Imprese via ReportAziende, UfficioCamerale, TopAziende

Siti e app

aiweek.it (edizioni 2025-2027) · iaspiegatasemplice.it · pasqualeviscanti.com · App Store (AI Play)

Istituzioni

Regione Puglia / ARTI · Eurostat (via Macitynet) · AI Act (Reg. UE 2024/1689)