



Strada di Paderna, 2  
47895 – Domagnano (RSM)  
T. 0549 964894  
info@thespacesm.com  
COE SM 28035

Ufficio Stampa  
press@thespacesm.com  
Denis Arcangeli  
+39 334 3480388

## COMUNICATO STAMPA

# AI nel mondo e-commerce: The Space e The Strategy puntano sulla concretezza

**Le due realtà sammarinesi presentano il loro approccio sinergico all'intelligenza artificiale: soluzioni misurabili e pronte a generare valore reale per gli shop online.**

*San Marino, 18 marzo 2026* – Tutti parlano di **intelligenza artificiale**, ma per molte aziende il vero tema oggi non è più capire se adottarla, ma come farlo in modo utile, sostenibile e capace di generare valore concreto. **The Space**, realtà specializzata in e-commerce e sviluppo di progetti digitali, e **The Strategy**, società focalizzata su strategia e performance marketing, affrontano questa sfida insieme, secondo un approccio preciso.

### Prima di tutto, l'adozione interna

Prima di proporre qualsiasi soluzione AI ai propri clienti, le due realtà hanno percorso un periodo strutturato di **adozione interna e testing**.

*«Il rischio più grande nell'adozione dell'AI in ambito e-commerce è quello di implementare strumenti **potenti** ma disconnessi dai flussi reali dello shop: dal catalogo, dalla logica di navigazione, dal comportamento degli utenti. Abbiamo testato internamente ogni soluzione proprio per capire dove l'AI crea valore vero e dove invece genera solo complessità aggiuntiva»,* spiega **Niccolò Forcellini, CEO di The Space**.

Un approccio concreto e pragmatico, che ha permesso di selezionare solo gli strumenti e le applicazioni realmente efficaci, scartando tutto ciò che non produce un impatto misurabile sul business.

*«Quando abbiamo iniziato a lavorare sull'AI, la prima domanda che ci siamo posti non era "quale tecnologia usare", ma "quale problema stiamo risolvendo". L'intelligenza artificiale ha senso solo se migliora le performance, semplifica i processi decisionali e si integra nella strategia complessiva di un'azienda.»*, afferma **Filippo Bacciocchi, CEO di The Strategy**.

## Un approccio sinergico tra strategia e tecnologia

La collaborazione tra **The Space e The Strategy** nasce dalla complementarità delle rispettive competenze. Da un lato, la capacità di The Space di intervenire sugli aspetti tecnici e architetturali degli e-commerce.

*«Tecnicamente, l'e-commerce è uno degli ambiti in cui l'AI può avere l'impatto più immediato e misurabile. Ma per farlo bene bisogna conoscere profondamente come funziona uno shop online. È questa la competenza che abbiamo messo al centro del nostro percorso di adozione», conclude **Forcellini**.*

Dall'altro, la visione strategica e orientata alle performance di The Strategy.

*«Il nostro obiettivo è **aiutare gli e-commerce a crescere**. L'AI è uno strumento straordinario per farlo, ma deve essere calata nella realtà specifica di ogni cliente: il suo mercato, il suo funnel, i suoi KPI. Non esistono soluzioni universali, esistono soluzioni giuste per quel contesto», sottolinea **Baccocchi**.*

Insieme, le due realtà hanno costruito un metodo condiviso per portare l'AI all'interno dei progetti digitali in modo integrato e coerente con gli obiettivi di business dei clienti.

Dopo mesi di testing e validazione interna, The Space e The Strategy sono ora pronti a portare questo approccio ai propri clienti, con **soluzioni concrete**, già rodiate e orientate ai risultati.

### SamiAi

Tra le soluzioni nate da questo percorso c'è **SamiAi** (*sami-ai.space*), un assistente alla vendita intelligente progettato per integrarsi negli e-commerce e guidare l'utente durante il percorso d'acquisto. Dai primi test, la soluzione ha già evidenziato risultati significativi in termini di conversioni e riduzione dell'abbandono del carrello.

Tutto senza mai tralasciare l'aspetto della sostenibilità dei business online.

*«Abbiamo lavorato molto sui dettagli tecnici per migliorare l'accessibilità dello strumento in termini di investimento. A parità di performance, la nostra soluzione offre un pricing più conveniente rispetto ai competitor di mercato. Dettaglio fondamentale per **proteggere la marginalità** degli e-commerce che lo implementeranno», conclude **Niccolò**.*

Per richiedere l'accesso anticipato alla versione beta, visita *sami-ai.space*.

**Per ulteriori informazioni**  
UFFICIO STAMPA  
[press@thespacesm.com](mailto:press@thespacesm.com)  
+39 334 3480388