

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E GLI ITALIANI
CHI LA CONOSCE, CHI LA TEME E CHI IMMAGINA QUALCHE VANTAGGIO

**LEGGE UE SULL'IA:
PER IL 44% DEGLI ITALIANI È LA SOLUZIONE PIÙ EFFICACE
PER PREVENIRE GLI EFFETTI NEGATIVI DELLA NUOVA TECNOLOGIA**

La possibile disinformazione generata dall'IA è un aspetto che preoccupa gli italiani in maniera diffusa (65%). Gli ambiti che potrebbero risentire maggiormente della disinformazione sono la sicurezza (false minacce/allarmi: 34%), seguita dall'economia (28%) e dalla politica (27%).

È quanto emerge da una ricerca di **Changes Unipol**, elaborata da Ipsos, sul percepito e il vissuto degli italiani in merito all'Intelligenza Artificiale, dalla quale emerge inoltre che:

- Altre importanti misure auspiccate dagli italiani per gestire gli impatti dell'IA sulla disinformazione sono l'**educazione e formazione dei cittadini (31%)**, lo **sviluppo di tecnologie per rilevare la disinformazione (31%)** e la **responsabilizzazione delle piattaforme media nel monitorare e rimuovere fake news (29%)**;
- Oltre alla disinformazione, le **preoccupazioni degli italiani** sull'utilizzo dell'IA si concentrano su:
 - ✓ **lavoro**, con l'**87%** che ritiene ci sarà **almeno uno svantaggio**, in primis la **perdita di posti di lavoro (39%)** e la **chiusura delle imprese artigianali (32%)**;
 - ✓ **protezione dei dati personali** (che peggiorerà secondo il **34%**);
 - ✓ **sicurezza digitale** (che peggiorerà per il **32%**);
 - ✓ **condizioni climatiche** (che peggioreranno secondo il **28%**).
- Gli eventuali **svantaggi dell'IA per il lavoro** prevalgono nelle opinioni degli italiani (l'**87%** ritiene ci sarà almeno uno svantaggio), tuttavia in molti (l'**81%**) vedono anche potenziali **vantaggi dell'IA** (l'**81%** ritiene ce ne sarà almeno uno);
- Secondo gli italiani l'IA porterà miglioramenti principalmente nella **digitalizzazione della pubblica amministrazione (52%)**, nel **vivere esperienze culturali (50%)**, nel fare **shopping (48%)**, negli **spostamenti e mobilità (46%)**, nella **precisione e velocità delle diagnosi mediche (46%)**;
- Le generazioni più giovani mostrano una conoscenza più profonda dell'IA rispetto a quelle più mature, e ne fanno un utilizzo maggiore (**21% Generazione Z vs 5% dei Boomer**);
- Il **45%** degli italiani che l'ha sperimentata, valuta i risultati proposti dell'IA molto utili, opinione che cresce tra i Millennials (**55%**).

Bologna, 27 marzo 2024

L'Europarlamento ha approvato lo scorso 13 marzo il cosiddetto Ai Act, l'impianto di norme europee sull'Intelligenza Artificiale. Un provvedimento auspicato, come emerge dalla nuova ricerca¹ di **Changes Unipol** elaborata da Ipsos e mirata ad indagare il rapporto tra gli italiani e l'IA.

Il 44% degli intervistati ritiene che l'implementazione di **regolamenti e leggi severi sull'uso dell'IA** sia la soluzione più efficace per prevenire effetti negativi della nuova tecnologia, in particolare per impedire l'eventuale disinformazione generata dal suo utilizzo improprio, un aspetto che preoccupa gli italiani in maniera diffusa (65%).

I possibili effetti della disinformazione generata dall'IA

Gli ambiti che potrebbero risentire della **disinformazione** potenzialmente generata dall'IA sono la **sicurezza**, ad esempio diffondendo false minacce o allarmi (34%), seguita dall'**economia**, attraverso manipolazioni del mercato o delle tendenze economiche (28%), e dalla **politica**, influenzando il risultato delle elezioni (27%). I timori sono diffusi anche per la **salute**, ovvero la diffusione di false informazioni su malattie/trattamenti (24%) e per i **diritti umani**, con la pubblicazione di informazioni che potrebbero incitare all'odio o alla discriminazione (23%).

Nonostante l'elevata preoccupazione, che tra i Baby Boomers (60-79 anni) arriva a riguardare una quota di popolazione del 70%, è diffusa la percezione che sia possibile **riconoscere le informazioni reali** da quelle generate dall'IA: il 38% ritiene che ciò avvenga "sempre o la maggior parte delle volte" (nei Millennials, 29-43 anni, questo grado di fiducia raggiunge il 43%), il 32% "raramente" mentre solo il 10% sostiene che non sia possibile distinguere.

Le misure per prevenire gli effetti negativi della nuova tecnologia informatica

In aggiunta all'introduzione di regolamenti e leggi severi sull'uso dell'IA, gli italiani ritengono che altre misure efficaci possano essere l'**educazione e formazione dei cittadini** (31%), lo **sviluppo di tecnologie per rilevare la disinformazione** (31%) e la **responsabilizzazione delle piattaforme media nel monitorare e rimuovere fake news** (29%).

A livello generale, comunque, ben l'82% dei connazionali indica come necessaria l'introduzione di **almeno una misura di controllo** sull'IA per contrastare il fenomeno della disinformazione.

L'esperienza d'uso degli italiani

Il 70% degli italiani ha una **conoscenza almeno di base** dell'Intelligenza Artificiale, sebbene soltanto il 12% dichiara di **averne fatto uso**, anche solo saltuario. Una percentuale, quella dell'utilizzo, che sale fino al 21% nel caso della Generazione Z e tende poi a decrescere con l'età: i Millennials l'hanno

¹ L'indagine è stata realizzata presso un campione rappresentativo della popolazione nazionale di età 16-74 anni (oltre 44 milioni di individui) e dei residenti nelle principali Aree Metropolitane (oltre 13 milioni di individui), secondo genere, età, area geografica, ampiezza centro, titolo di studio, tenore di vita, professione e nucleo familiare. Sono state realizzate 1.720 interviste, condotte mediante metodo CAWI (Computer Assisted Web Interviewing: metodologia di raccolta dati che si basa sulla compilazione di un questionario via web).

usata nel 12% dei casi, la Generazione X nell'11%, mentre soltanto il 5% dei Baby Boomers ha avuto occasione di provare l'IA.

L'utilizzo più frequente dell'IA risulta essere quello della **creazione di contenuti testuali** (nel 40% dei casi), ma è consueto anche l'uso per **attività personali o creative** (34% dei casi), ricerca e **studi accademici** (27%) e per l'automazione di **compiti domestici** (24%). Si ferma invece al 23% la quota di chi ha indicato un uso in ambito lavorativo.

Circa la metà degli italiani (45%) che l'hanno sperimentata, valuta come **"molto utili" i risultati proposti dall'AI**: un'opinione positiva che cresce in particolare tra i Millennials (55%). Se però si estende l'analisi anche a coloro che hanno definito "abbastanza utili" gli esiti, la percentuale che esprime soddisfazione per l'esperienza d'uso dell'AI sale all'88%.

IA tra fiducia e diffidenza

Due italiani su tre non hanno ancora un'opinione sul fatto che l'IA produca effetti positivi oppure negativi, ma chi ha invece le idee chiare si divide a metà tra coloro che si dicono **attratti e curiosi** per l'IA (il 18%) e chi è invece **diffidente e preoccupato** per le sue implicazioni (il 16%). Più in generale, il 59% dichiara di avere un grado di fiducia almeno sufficiente, in una scala da 1 a 10, per questa tecnologia.

I più giovani della Generazione Z, tra 16 e 28 anni, esprimono un sentimento di attrazione più elevato (nel 25% dei casi), mentre sono soprattutto i Baby Boomers, tra 60 e 79 anni, a non sapere scegliere se per l'IA possano prevalere gli aspetti positivi o negativi (nel 51% dei casi).

Le preoccupazioni degli italiani sull'IA per il lavoro

Oltre alla disinformazione, le preoccupazioni degli italiani sull'utilizzo dell'IA si concentrano su alcuni aspetti della vita, personali e collettivi, molto sentiti. Anzitutto sul **lavoro**, con l'87% degli intervistati che ritiene ci sarà **almeno uno svantaggio** portato dall'introduzione dell'IA: in particolare, i timori si riferiscono alla possibile **perdita di posti di lavoro** (39%), alla **chiusura delle imprese artigianali** (32%) nonché a **minori opportunità lavorative per i lavoratori con una bassa alfabetizzazione digitale** (30%).

A riconoscere **almeno un possibile vantaggio** per il mondo del lavoro sono comunque l'81% degli italiani, che individuano effetti positivi soprattutto nella **riduzione degli errori umani** nei processi lavorativi (32%), nella possibilità di accedere ampiamente a **dati ed informazioni** (28%), nella **semplificazione delle attività** (27%) e nella **riduzione del carico di lavoro** (26%). Soltanto il 19%, però, indica la **creazione di nuovi lavori** come un possibile plus.

La Generazione Z, più delle altre, trova positivi aspetti quali la semplificazione delle attività (34%) e l'aumento della produttività (29%), mostrando invece di temere la **minaccia per la creatività** umana (34%).

Il futuro dell'IA

Guardando ai prossimi 5 anni, gli italiani hanno le idee ben chiare su quali aspetti miglioreranno e quali peggioreranno. Nel primo caso, a beneficiare dell'IA sarà soprattutto la **digitalizzazione della Pubblica Amministrazione** (indicata nel 52% dei casi), seguita dalla possibilità di vivere **esperienze culturali** (50%), fare **shopping** (48%), gestire i propri spostamenti e la **mobilità** (46%) e dall'aumentata precisione e velocità delle **diagnosi mediche** (46%).

D'altro canto, i possibili impatti negativi vengono visti soprattutto nella **protezione dei dati personali**, che peggiorerà secondo il 34%, nella **sicurezza digitale**, con il rischio cybercrime (32%), nella **comunicazione tra le persone** (31%) e nella **qualità dell'informazione dei media** (30%). Da segnalare inoltre che sul **tema dell'ambiente** prevalgono i pareri negativi: solo per il 26% l'IA aiuterà il clima, mentre il 28% ritiene che l'effetto sarà peggiorativo.

Infine, secondo gli italiani, con l'IA le opportunità lavorative prevarranno sugli ostacoli per i **giovani** (nel 42% dei casi) e per le **persone con disabilità** (34%), mentre c'è da aspettarsi più ostacoli che opportunità per le **persone con una bassa scolarizzazione** (40%), per gli **over 50** (36%) e per gli **immigrati** (20%).

Unipol Gruppo

Unipol è uno dei principali gruppi assicurativi in Europa e leader in Italia nel Ramo Danni (in particolare nei settori Auto e Salute), con una raccolta complessiva pari a 15,1 miliardi di euro, di cui 8,7 miliardi nei Rami Danni e 6,4 miliardi nei Rami Vita (dati 2023). Unipol adotta una strategia di offerta integrata e copre l'intera gamma dei prodotti assicurativi, operando principalmente attraverso la controllata UnipolSai Assicurazioni. Il Gruppo è attivo, inoltre, nell'assicurazione auto diretta (Linear Assicurazioni), nell'assicurazione trasporti ed aviazione (Siat), nella tutela della salute (UniSalute), nella previdenza integrativa e presidia il canale della bancassicurazione (Arca Vita e Arca Assicurazioni). Gestisce inoltre significative attività diversificate nei settori immobiliare, alberghiero (Gruppo UNA), medico-sanitario (Centro Medico Santagostino) e agricolo (Tenute del Cerro). Unipol Gruppo S.p.A. è quotata alla Borsa Italiana.

Unipol Gruppo

Media Relations
Fernando Vacarini
T. +39 051 5077705
pressoffice@unipol.it

Investor Relations
Adriano Donati
T. +39 051 5077933
investor.relations@unipol.it

Barabino & Partners

Massimiliano Parboni	Giovanni Vantaggi
T. +39 335 8304078	T. +39 328 8317379
m.parboni@barabino.it	g.vantaggi@barabino.it