Nota mensile sulle aspettative dei consumatori italiani

– Maggio 2025 –

Intelligenza Artificiale

La diffusione della moderna intelligenza artificiale (IA) generativa - e di strumenti come ChatGPT e Google Gemini - sta influenzando profondamente la nostra società. Si pensi, ad esempio, al loro impiego nelle attività quotidiane - come l'acquisizione di informazioni, l'istruzione o lo shopping - e al modo in cui la IA sta trasformando l'interazione dell'uomo con la tecnologia.

È verosimile che l'adozione di questi moderni strumenti possa esercitare un impatto significativo sul mercato del lavoro, tanto dal lato della domanda quanto da quello dell'offerta. L'intelligenza artificiale potrebbe infatti portare a una riduzione dei posti di lavoro, soprattutto nei settori maggiormente esposti all'automazione, sollevando preoccupazioni sul futuro occupazionale. Al contempo, l'adozione di queste tecnologie potrebbe creare nuove opportunità lavorative, nello sviluppo della Intelligenza Artificiale stessa, nell'analisi dei dati e, più indirettamente, introducendo nuovi modelli produttivi con impatti positivi nella produttività in tutti i settori.

Rispetto ad altre tecnologie "general purpose", come la diffusione dei personal computer o di internet, l'adozione dell'IA si sta distinguendo per un'espansione notevolmente più rapida. In questo contesto di grandi cambiamenti, diventa dunque essenziale esaminare in che modo l'adozione e l'impiego dell'intelligenza artificiale in Italia stiano incidendo sulla quotidianità delle persone e sul mercato del lavoro.

La diffusione dell'Intelligenza Artificiale in Italia

Grazie ai dati raccolti dall'*Italian Survey on Consumer Expectations* (ISCE) è possibile studiare la diffusione dell'intelligenza artificiale nel nostro Paese utilizzando un campione rappresentativo a livello nazionale. L'indagine fornisce informazioni sulla familiarità degli italiani con gli strumenti di IA, sulla frequenza di utilizzo e sulla probabilità di utilizzare queste nuove tecnologie in diversi ambiti.

Dall'indagine emerge che **il 76% della popolazione italiana di età compresa tra i 18 e i 75 anni è a conoscenza dei nuovi strumenti di Intelligenza Artificiale** e che **circa il 37% degli intervistati li ha utilizzati almeno una volta nei 12 mesi precedenti**.

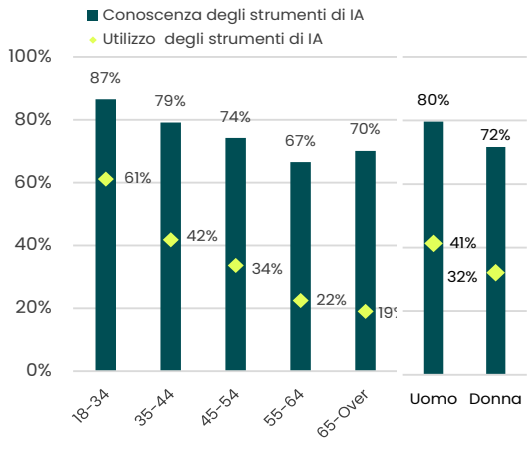
Tanto la conoscenza, quanto l'utilizzo, variano in base all'età, al genere, al livello di istruzione e di reddito. Entrambe **tendono a diminuire all'aumentare dell'età**, e ad

Pubblicazione finanziata dal PNRR, Missione 4 (Infrastruttura e Ricerca), Componente 2 (Dalla Ricerca all'Impresa), Investimento 1.3 (Partnership Estese), Tematica 9 (Sostenibilità economica di sistemi e territori). Sito web: https://grins.it/. A cura di: Donatella Albano, Chiara Gesmundo, Luigi Guiso, Tullio Jappelli e Carlo Savino.

aumentare **in corrispondenza di livelli di reddito ed educazione maggiori**. Coerentemente con quanto rilevato da altri studi[1], anche i dati dell'ISCE rilevano **un divario di genere nella conoscenza e nell'adozione di queste nuove tecnologie**. Un divario che potrebbe portare ad importanti implicazioni a livello sociale ed economico, potenzialmente accentuando ulteriormente le disuguaglianze di genere già esistenti sul mercato del lavoro.

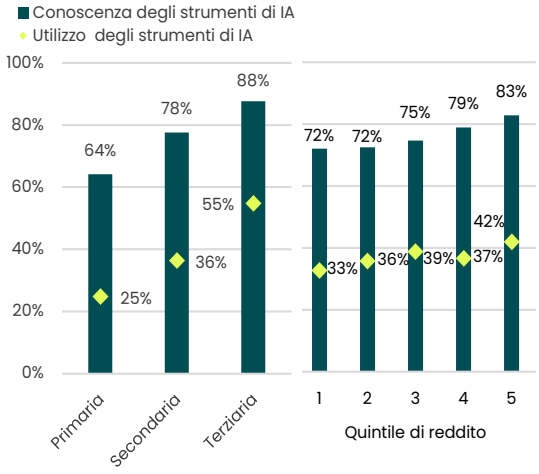
Fig. 1.: Conoscenza e uso

(a) Genere e età



Fonte: Italian Survey on Consumer Expectations (ISCE).
Note: Per "conoscenza" degli strumenti di IA si intende un valore uguale o maggiore a due su una scala da 1 a 7 (dove 1 indica "non ne so niente" e 7 indica "ne so molto"). Per "utilizzo" si intende almeno un utilizzo nei 12 mesi precedenti alla data della rilevazione.

(b) Educazione e reddito



Fonte: Italian Survey on Consumer Expectations (ISCE).
Note: Per "conoscenza" degli strumenti di IA si intende un valore uguale o maggiore a due su una scala da 1 a 7 (dove 1 indica "non ne so niente" e 7 indica "ne so molto"). Per "utilizzo" si intende almeno un utilizzo nei 12 mesi precedenti alla data della rilevazione.

L'impatto sul mercato del lavoro

L'impatto dell'intelligenza artificiale sul mercato del lavoro è ad oggi uno degli aspetti più dibattuti. Diversi studi evidenziano come possa **favorire un sostanziale aumento della produttività** (si pensi ad esempio all'impatto sulle attività di sviluppo software, scrittura professionale o consulenza strategica).

Uno studio di L. Gambacorta, T. Jappelli e T. Oliviero[2] analizza un sottocampione dell'ISCE (contenente 2.700 intervistati occupati), fornendo una stima dei guadagni connessi all'utilizzo dell'IA in ambito lavorativo. **Gli autori stimano un incremento dei guadagni associato all'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale pari all'1,8-2,2%.** Un valore economicamente rilevante e paragonabile ai rendimenti associati a mezzo anno di istruzione aggiuntiva o al 10% del rendimento collegati all'uso del computer nei primi anni '90.

[1] Si veda ad esempio: Aldasoro, I., O. Armantier, S. Doerr, L. Gambacorta, and T. Oliviero (2024). *The gen AI gender gap*, Economics Letters, 241, 111814.

[2] Exploring Household Adoption and Usage of Generative AI: New Evidence from Italy", 2025, mimeo

Pubblicazione finanziata dal PNRR, Missione 4 (Infrastruttura e Ricerca), Componente 2 (Dalla Ricerca all'Impresa), Investimento 1.3 (Partnership Estese), Tematica 9 (Sostenibilità economica di sistemi e territori). Sito web: https://grins.it/. A cura di: Donatella Albano, Chiara Gesmundo, Luigi Guiso, Tullio Jappelli e Carlo Savino.

Sintesi

L'adozione dell'Intelligenza Artificiale sta trasformando la società moderna e il mercato del lavoro. **Gli uomini, i più giovani e gli individui con un livello di istruzione più elevato hanno maggiori probabilità di conoscere e utilizzare questi nuovi strumenti.** Al contempo, **i vantaggi economici** associati all'adozione dell'IA attraverso la sua integrazione nei processi produttivi **ne evidenziano il potenziale nel migliorare la produttività e i guadagni**.

La presenza simultanea di vantaggi economici e di disuguaglianze nell'adozione di questi nuovi strumenti sottolinea infine la **necessità di colmare il divario digitale per garantire che tutti i segmenti della popolazione possano beneficiare dei progressi derivanti dall'IA**. Data la sua rapida diffusione, programmi di alfabetizzazione digitale, insieme a iniziative di *upskilling* e *reskilling* per preparare i lavoratori all'evoluzione del mercato del lavoro, saranno nei prossimi anni fondamentali per colmare il divario digitale e garantire una distribuzione equa ed omogenea dei benefici connessi all'uso di queste nuove tecnologie.

Pubblicazione finanziata dal PNRR, Missione 4 (Infrastruttura e Ricerca), Componente 2 (Dalla Ricerca all'Impresa), Investimento 1.3 (Partnership Estese), Tematica 9 (Sostenibilità economica di sistemi e territori). Sito web: https://grins.it/. A cura di: Donatella Albano, Chiara Gesmundo, Luigi Guiso, Tullio Jappelli e Carlo Savino.

Italian Survey on Consumer Expectations (ISCE)

I dati analizzati provengono dall'indagine ISCE ("Italian Survey on Consumer Expectations") che da ottobre 2023 raccoglie - con cadenza trimestrale - dati relativi alle **scelte economico-finanziarie dei consumatori** e le loro **aspettative circa l'andamento futuro di un insieme di grandezze economiche**.

La **Nota mensile** è a cura di un gruppo di lavoro congiunto di **ANIA** (Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici) e del Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche dell'**Università degli Studi di Napoli Federico II**. Il progetto è realizzato nell'ambito delle attività dello Spoke 3 del partenariato esteso **Grins - Growing, Resilient, Inclusive and Sustainable**.

Per i dettagli metodologici, sui contenuti, sulle definizioni e sul campione oggetto della rilevazione si rimanda all'**Appendice Metodologica**. Per approfondimenti sui dati presentati e su ulteriori informazioni statistiche non contenute nella Nota si veda l'**Appendice Statistica**.

Eventuali chiarimenti sui dati contenuti in questa pubblicazione possono essere richiesti via e-mail all'indirizzo grins_spoke3@ania.it.

Pubblicazione finanziata dal PNRR, Missione 4 (Infrastruttura e Ricerca), Componente 2 (Dalla Ricerca all'Impresa), Investimento 1.3 (Partnership Estese), Tematica 9 (Sostenibilità economica di sistemi e territori). Sito web: https://grins.it/. A cura di: Donatella Albano, Chiara Gesmundo, Luigi Guiso, Tullio Jappelli e Carlo Savino.