

Nova 24

Intelligenza artificiale, competizione aperta con i motori di ricerca

Digitale. L'indagine We Are Social mette in luce come stanno evolvendo le modalità di presenza da parte degli utenti su social media e piattaforme

Giampaolo Colletti

Una poltrona per due. Si potrebbe sintetizzare così l'ultima copertina del Time, che provocatoriamente ha messo Elon Musk seduto alla "resolute desk", la scrivania presidenziale nello studio ovale della Casa Bianca. Un richiamo anche al peso sempre maggiore delle big tech, essendo Musk ancora alla guida anche di X. Mai come oggi le piattaforme guidano le conversazioni, determinano preferenze di acquisto, incrementano le bolle, segnano l'evolversi dei nostri consumi digitali. È quanto emerge dalla nuova ricerca Digital 2025, scattata da We Are Social e che fotografa la nostra presenza sui social media e nelle piattaforme online.

D'altronde questi ambienti stanno assumendo il ruolo di servizi di scoperta nei quali le persone trovano contenuti pubblici che poi vanno a condividere in privato. In fondo - argomentano i ricercatori - pubblicare contenuti e renderli condivisibili a una vasta platea non è più l'obiettivo di chi accede alla rete. Perché sta emergendo un

cambiamento radicale nel modo in cui le persone si relazionano al digitale e ai prodotti fisici. Il contenuto resta centrale, ma si lega al dispositivo nel quale è ancorato. Intanto quasi il 90% della popolazione italiana accede ai contenuti digitali per la quasi totalità da dispositivi in mobilità e per un tempo medio di quasi 6 ore al giorno. Non solo giovani smanettoni perché l'età media di navigazione aumenta verso fasce più mature. Ci si connette per informarsi (71,5%), per fare ricerche online (62,2%), per viaggiare (55,9%) e per restare in contatto con amici e familiari (53,4%).

Ma la novità che irrompe nella nuova rilevazione presentata oggi in anteprima sul Sole 24 Ore afferisce a quell'intelligenza artificiale che ha sparigliato le carte delle nostre fruizioni quotidiane, al lavoro e nella vita di tutti i giorni. Perché a proposito di dispositivi proprio l'AI sta trasformando l'esperienza di ricerca online. «Negli ultimi mesi il comportamento delle persone nella scoperta e nella decisione di acquisto è cambiato radicalmente. Strumenti di chat basati sull'intelligenza artificiale come ChatGPT e Microsoft Copilot

stanno diventando alternative ai motori di ricerca tradizionali, modificando molto il modo in cui le persone cercano informazioni e prendono decisioni. A differenza dei motori di ricerca, questi strumenti non prevedono formati pubblicitari tradizionali come i banner, spingendo le aziende a ripensare le proprie strategie di visibilità in questo nuovo scenario», afferma Gabriele Cucinella, ceo Eu di We Are Social.

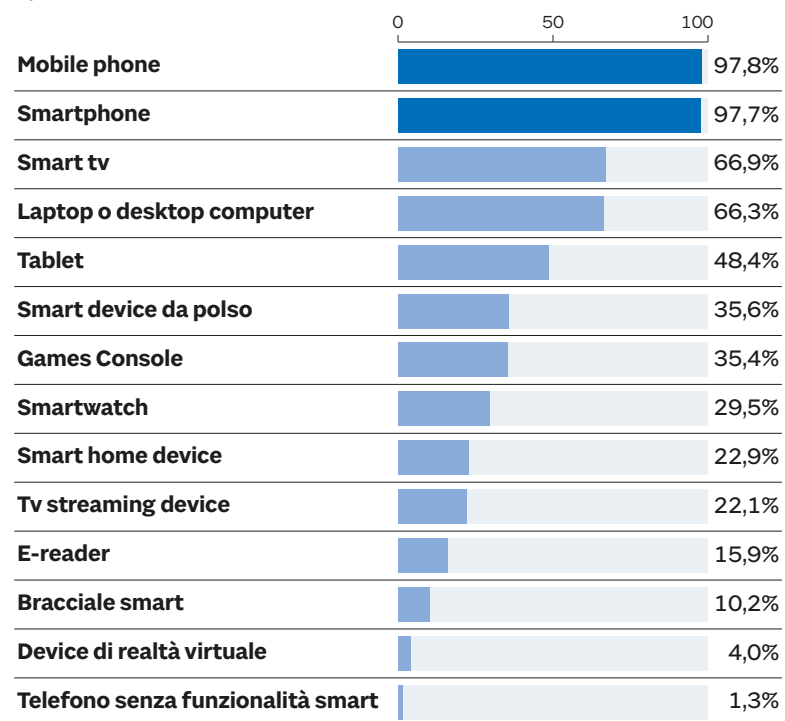
Così le principali strategie di adattamento includono quella che viene definita *generative engine optimization*, ossia la creazione di contenuti ottimizzati per gli strumenti di IA, dando priorità alla visibilità su piattaforme frequentemente citate come Wikipedia e database affidabili. C'è poi l'integrazione sempre più fluida dei servizi delle aziende con gli assistenti IA, come le liste della spesa basate su Gpt di Instacart. Tutto ciò apre la strada alla nuova generazione di agenti di intelligenza artificiale capaci di offrire esperienze migliorate. Ma arrivano anche nuovi formati pubblicitari emergenti, integrati stavolta in strumenti come Copilot e che si allineano in modo discreto alle intenzioni degli utenti,



TRASFORMARE LE BATTERIE
Trasformare le batterie esauste in miniere di litio, cobalto e altri materiali strategici: è l'obiettivo di Caramel, progetto dell'Università di Brescia.

Quali sono i device più usati

Percentuale di utenti internet (con più di 16 anni) che possiede ciascun tipo di device



Fonte: elaborazione We are social su dati Gwi

Tra le strategie di adattamento la creazione di contenuti ottimizzati per gli strumenti di IA

presentandosi come suggerimenti non invasivi. Così le tecnologie, intese come piattaforme e dispositivi, registriamo un peso strategico più rilevante rispetto al ruolo tattico del passato, orientando le navigazioni. Lo smartphone è ancora l'asso pigliatutto come ormai da molto tempo (97,7%), ma altri ambienti digitali iniziano a imporsi. Secondo la ricerca crescono le smart tv (66,9%), gli smartwatch e i fitness tracker (35,6%), le console di gioco (35,4%) e gli smart home (22,9%). «Ancora una volta l'intelligenza artificiale sta ridisegnando il futuro della scoperta, trasformando il comportamento delle persone, anche se fiducia e autenticità restano i pilastri fondamentali per una visibilità di successo che coinvolga gli individui e le organizzazioni», conclude Cucinella.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BREVI

RAPPORTO CLUSIT

Sicurezza, nel mirino news e multimedia

Nel 2024 nel mondo sono stati rilevati 3.541 incidenti cyber con una crescita rispetto all'anno precedente del 27,4%. L'Italia resta un bersaglio, subisce il 10% degli attacchi globali, news e multimedia sono la categoria più colpita (il 18% del totale). Un quarto degli incidenti al settore manifatturiero nel mondo è stato contro realtà italiane, così come un quarto degli attacchi mondiali al settore trasporti e logistica globali. Oltre un terzo degli incidenti in Italia è stato causato da malware. Sono le evidenze contenute nel rapporto annuale del Clusit, l'Associazione italiana per la sicurezza informatica. Il settore news e multimedia ha raggiunto un primato negativo nel 2024 con un singolo attacco che ha compromesso i dati di 5 milioni di persone. —L.Tre.

SCIENZA

I ricercatori giovani i più colpiti da Trump

Sono i ricercatori più giovani, come dottorandi e postdoc a essere i più colpiti dai tagli di Donald Trump agli enti di ricerca scientifica. «Alcune delle riforme dell'amministrazione - si legge in un articolo su Nature - come il congelamento dei fondi per la ricerca e la riduzione del rimborso per i costi generali delle sovvenzioni federali sono state temporaneamente bloccate dai tribunali. Ma la direzione scelta dall'amministrazione è chiara e molti ricercatori temono che il sistema di supporto federale su cui hanno imparato a fare affidamento si stia erodendo». —L.Tre.