

In Italia i media elogiano l'IA, ma le microimprese non capiscono come usarla

L'Italia sta sviluppando un **rapporto sbilanciato con l'intelligenza artificiale**: le principali **testate** – e quindi il discorso pubblico – parlano con sfrenato entusiasmo degli strumenti di IA, dipingendoli come il futuro, eppure, nella realtà quotidiana, le **microimprese** si trovano ad avere in mano strumenti che **non sanno come utilizzare**. Considerando che le microimprese compongono la quasi totalità del tessuto produttivo italiano, il dato dice lunga sulla dissonanza tra ciò che viene dichiarato e la concretezza dei fatti.

L'8 luglio l'associazione **Hermes Center** ha pubblicato il report [*La rappresentazione mediatica dell'IA in Italia*](#), in cui analizza come quattro dei principali giornali italiani – *Il Sole 24 Ore*, *Il Corriere della Sera*, *La Repubblica* e *Il Giornale* – abbiano trattato l'argomento nel periodo compreso tra il 1° maggio e il 15 agosto 2024, ovvero nei mesi successivi all'**approvazione dell'AI Act** da parte dell'Unione Europea. Le metodologie di raccolta degli articoli sono variate da testata a testata – alcune si sono dimostrate fin troppo prolifiche –, ma complessivamente i ricercatori hanno **analizzato 563 articoli**, un ottimo bacino di riferimento da cui ricavare un carotaggio editoriale.

Il risultato? **Ondate di tecno-ottimismo e una marcata assenza di dibattito** nei confronti dell'AI Act, il pacchetto di leggi che, quando viene trattato, viene perlopiù dipinto come una zavorra burocratica che non fa altro che ostacolare il progresso. **Le IA vengono descritte come un'evoluzione inevitabile da accettare senza indugio**, una leva per la crescita e la prosperità imprenditoriale. Le preoccupazioni sollevate si concentrano su concetti astratti, filosofici o ipotetici, su scenari lontani e a tratti fantascientifici, **ignorando i problemi reali** già riconosciuti dagli esperti – se non per quelli legati all'uso di materiale protetto da diritto d'autore. Tema in cui, non a caso, rientra anche l'annosa questione di come le intelligenze artificiali utilizzino gli articoli pubblicati dai quotidiani.

Questa forma di propaganda si scontra però con il mondo della concretezza. Secondo la rilevazione [*Le microimprese usano poco l'intelligenza artificiale perché non sanno a cosa serve*](#), diffusa ieri dalla **Fondazione per la Sostenibilità Digitale**, il **53,9% dei microimprenditori non usa l'IA in azienda**. Non si tratta di diffidenza neo-luddista, ma di dubbi sinceri: il 72% dei titolari di microimprese intervistati si dichiara competente in ambito digitale e un buon 92% dei partecipanti all'indagine ha comunque riconosciuto che questa tecnologia, in generale, rappresenta un'opportunità aziendale. **Solo il 2% ha identificato le IA come un rischio per la propria attività**.

Nonostante le opinioni prevalentemente positive, però, più della metà delle microimprese **non sa come impiegare l'intelligenza artificiale** in maniera efficace o non ne vede il vantaggio economico, una posizione che evidenzia una "difficoltà a individuare valore

In Italia i media elogiano l'IA, ma le microimprese non capiscono come usarla

strategico". Leggendo tra le righe, si ha dunque a che fare con un mondo imprenditoriale in cui la dirigenza si sente ben preparata e si dimostra ingiustificatamente entusiasta nei confronti dell'IA, ma che poi finisce in buona parte per non integrarla affatto o per integrarla solo in maniera moderata all'interno delle proprie operazioni. Il peggio di due mondi: **manca sia la reale consapevolezza delle insidie** e delle complessità che le intelligenze artificiali rappresentano, **sia la conoscenza di come poterle eventualmente sfruttare per ottimizzare i processi di lavoro**.

Questa situazione è facilmente comprensibile: l'**analfabetismo digitale italiano** è un [problema ben noto](#), le testate più influenti del Paese trasmettono un entusiasmo acritico nei confronti dell'IA, e, a distanza di anni, le stesse aziende che producono questi strumenti non sono ancora state in grado di offrire esempi concreti di come andrebbero impiegati i loro servizi. Anzi, **OpenAI** - l'azienda che ha di fatto lanciato la corsa alle IA - ha [notoriamente disatteso](#) i propri obiettivi aziendali e questo nonostante le dichiarazioni del suo CEO, Sam Altman, [secondo cui](#) consulterebbe i propri modelli di IA per definire le scelte imprenditoriali dell'azienda.

Sarebbe però sbagliato ritenere che queste discrepanze siano confinate a una fascia marginale della realtà italiana: secondo i [dati ISTAT](#), le microimprese - ovvero le imprese con meno di 10 addetti - **rappresentano più del 94,8% del tessuto produttivo** nostrano. Realtà che "realizzano il 27,2% del valore aggiunto, il 25% degli investimenti e impiegano il 42,3% della forza lavoro totale". Se è vero che gli introiti del sistema Italia sono in buona parte legati ai colossi internazionali, le microimprese rappresentano oggi la quasi totalità della spinta imprenditoriale e **offrono lavoro a quasi la metà degli italiani**: fattori che hanno un impatto reale sulla vita quotidiana di milioni di persone.



Walter Ferri

Giornalista milanese, per *L'Indipendente* si occupa di analisi nel campo della tecnologia, dei diritti informatici, della privacy e dei nuovi media, indagando le implicazioni sociali ed etiche delle nuove tecnologie. È coautore e curatore del libro *Sopravvivere nell'era dell'Intelligenza Artificiale*.

In Italia i media elogiano l'IA, ma le microimprese non capiscono
come usarla



Vuoi approfondire l'argomento?

***Ventitré esperti di livello internazionale
selezionati da L'Indipendente, affrontano
con chiarezza e rigore i principali aspetti
sociali, individuali e tecnologici del futuro
che ci attende con la diffusione dell'IA.***

Acquista ora