



Natale sempre più¹ digitale: in Italia il 57% usa l'IA durante le feste e oltre 1 su 5 le parla nei momenti difficili

Descrizione

COMUNICATO STAMPA a?? CONTENUTO PROMOZIONALE

Una recente ricerca condotta da Kaspersky ha messo in luce un cambiamento significativo nell'utilizzo dell'intelligenza artificiale durante le festività natalizie. Lontano dall'essere solo un affidabile assistente per lo shopping o la pianificazione, l'IA sta emergendo come un compagno digitale poliedrico, in grado di fornire anche supporto emotivo, un fenomeno particolarmente rilevante tra la Generazione Z e i millennial. Tuttavia, gli esperti di Kaspersky avvertono che riporre troppa fiducia nell'intelligenza artificiale può² rappresentare un rischio per la sicurezza dei dati personali.

Nel periodo che precede le festività natalizie, Kaspersky ha condotto un sondaggio[1] per comprendere in che modo le persone utilizzano gli strumenti basati sull'intelligenza artificiale per sfruttare al meglio il tempo libero e semplificare i preparativi delle feste, oltre a individuare le potenziali minacce informatiche associate a questi strumenti.

Dalla ricerca emerge che la popolarità dell'IA durante le vacanze 2025/2026 in Italia è piuttosto elevata: il 57% degli intervistati dichiara infatti di voler integrare l'intelligenza artificiale nelle proprie attività vacanziera. Le generazioni più giovani mostrano il maggiore entusiasmo verso queste tecnologie, con l'86% degli intervistati a livello globale tra i 18 e i 34 anni che afferma di voler ricorrere all'IA durante il periodo delle festività.

In che modo l'intelligenza artificiale può² aiutarti?

Secondo il sondaggio, in Italia oltre la metà degli utenti di IA prevede di utilizzare questi strumenti durante le vacanze per cercare ricette (61%) o ristoranti e alloggi (39%), a conferma del ruolo sempre

più centrale dell'intelligenza artificiale nel semplificare i processi di ricerca e ridurre il tempo dedicato all'organizzazione.

L'IA si distingue inoltre come efficace generatrice di idee. Il sondaggio rivela che il 40% degli italiani si affida all'intelligenza artificiale per trovare idee regalo, suggerimenti su come festeggiare o consigli sulle decorazioni natalizie. La stessa percentuale di intervistati intende utilizzare l'IA per ricevere spunti su come trascorrere il tempo libero durante le festività.

Durante le vacanze, quasi la metà degli intervistati in Italia (48%) considera l'IA un valido assistente per lo shopping, in grado di supportarli nella creazione delle liste della spesa, nella ricerca delle offerte migliori o nell'analisi delle recensioni. A livello globale, le generazioni più giovani mostrano un forte interesse per l'IA come strumento di pianificazione del budget (50%), mentre le persone più anziane (over 55) sono meno inclini a delegare la gestione delle spese all'intelligenza artificiale (31%), preferendo invece utilizzarla per cercare ricette (59%) e trovare idee regalo (41%).

I moderni strumenti di intelligenza artificiale permettono agli acquirenti natalizi di individuare offerte in linea con le preferenze personali e i limiti di budget in pochi clic. Tuttavia, l'affidabilità delle informazioni generate dai chatbot resta una preoccupazione significativa. Si raccomanda pertanto di verificare attentamente tutti i link suggeriti dall'IA prima di cliccarvi sopra, poiché potrebbero rimandare a contenuti dannosi o di phishing. Per ridurre questo rischio, gli esperti di sicurezza informatica consigliano di adottare soluzioni di sicurezza dotate di strumenti di rilevamento del phishing basati sull'intelligenza artificiale.

Parlami, AI

Oltre alla capacità di affrontare compiti pratici e generare nuove idee, l'intelligenza artificiale ha assunto un nuovo ruolo: quello di compagno virtuale in grado di offrire supporto emotivo. In Italia, il 22% di coloro che utilizzano l'IA durante le vacanze prende in considerazione l'idea di parlarle quando si sente infelice.

A livello globale, i giovani e i millennial mostrano il maggiore interesse per il supporto emotivo basato sull'intelligenza artificiale, con il 35% degli intervistati che dichiara di considerare questa possibilità. Al contrario, la generazione più anziana manifesta un interesse molto più contenuto: solo il 19% degli intervistati di età pari o superiore ai 55 anni prende in considerazione l'idea di rivolgersi all'IA quando si sente turbato.

Sebbene la comunicazione con i servizi di intelligenza artificiale possa sembrare personale e privata, Ã importante ricordare che la maggior parte dei chatbot appartiene ad aziende commerciali, ciascuna con proprie politiche di raccolta e trattamento dei dati. Di seguito alcuni consigli utili per migliorare la tutela della privacy:

Con la rapida evoluzione dei modelli LLM cresce anche il loro potenziale di instaurare un dialogo significativo con gli utenti. Tuttavia, Ã importante ricordare che questi modelli imparano a rispondere sulla base dei dati, in gran parte provenienti da Internet, e possono quindi replicare errori o pregiudizi presenti nei contenuti di addestramento. Per questo motivo, Ã consigliabile approcciarsi ai suggerimenti dell'IA con un sano scetticismo ed evitare di condividere un eccesso di informazioni personali. ha commentato Cesare D'Angelo, General Manager Italy, France & Mediterranean di Kaspersky.

[1] Lo studio Ã stato condotto dal centro ricerche di mercato di Kaspersky nel novembre 2025. All'indagine hanno partecipato 3000 intervistati provenienti da 15 paesi (Argentina, Cile, Cina, Germania, India, Indonesia, Italia, Malesia, Messico, Arabia Saudita, Sudafrica, Spagna, Turchia, Regno Unito, Emirati Arabi Uniti).

Contatti:
Kaspersky
kaspersky@noesis.net

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE

Responsabilit  editoriale di Kaspersky

  

immediapress

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione

Dicembre 22, 2025

Autore

redazione