

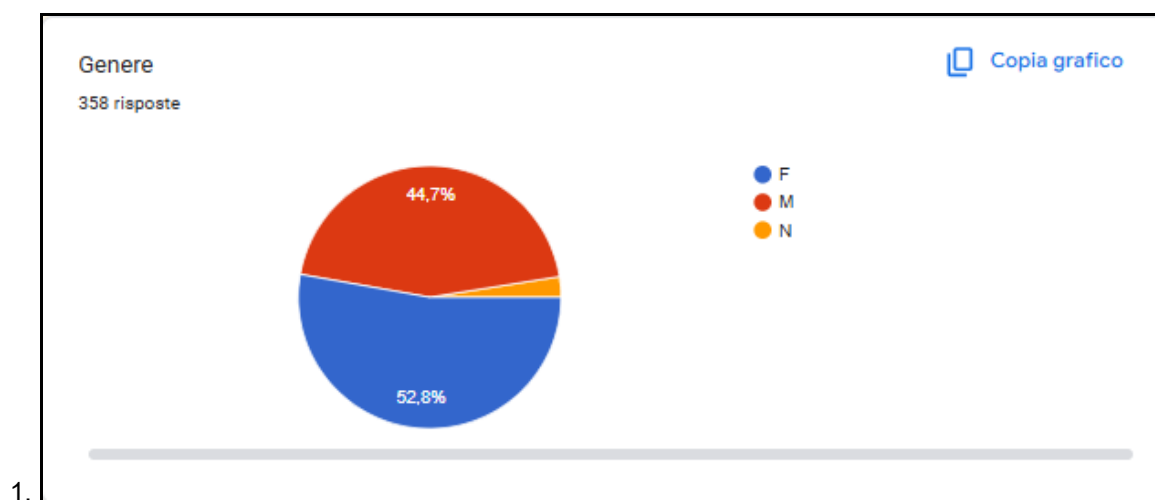
ANALISI DEI RISULTATI SULL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE E SUI DIRITTI DEI CONSUMATORI

A partire dal mese di febbraio 2025 è stata realizzata un'indagine conoscitiva digitale attraverso la creazione di un sondaggio digitale strutturato con domande chiuse a risposta multipla. Il questionario, creato nell'ambito del progetto "IA e Giovani Consumatori: Educazione e Diritti a Portata di Click" realizzato nell'ambito del "Piano provvisorio di attività annuale per la tutela dei consumatori e degli utenti – annualità 2024" - L.R. n.6/2016 - art. 7, co. 2 e 3. DGR n. 966 del 22/11/2024" è stato progettato con lo scopo di: indagare il livello di conoscenza sull'intelligenza artificiale da parte dei partecipanti; capire come viene percepito l'uso dell'IA nella vita di tutti i giorni e quali sono le principali preoccupazioni; raccogliere opinioni sulle regole e le tutele che dovrebbero essere introdotte o rafforzate per proteggere maggiormente i cittadini; verificare quanto i giovani siano informati sui propri diritti come consumatori nell'era digitale. Il questionario è stato creato attraverso un modulo di Google Form ed è stato pubblicato sulla landing page dedicata al progetto sul sito di U.Di.Con. Regionale Lazio APS, raggiungibile al seguente link:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf_mrX_oxhtuusZOcyZwpul9bpA4LUfRRPgWQIbljbeb8YZg/viewform

Nel mese di giugno 2025 sono stati raccolti ed elaborati i dati del questionario.

Di seguito i risultati dell'indagine:

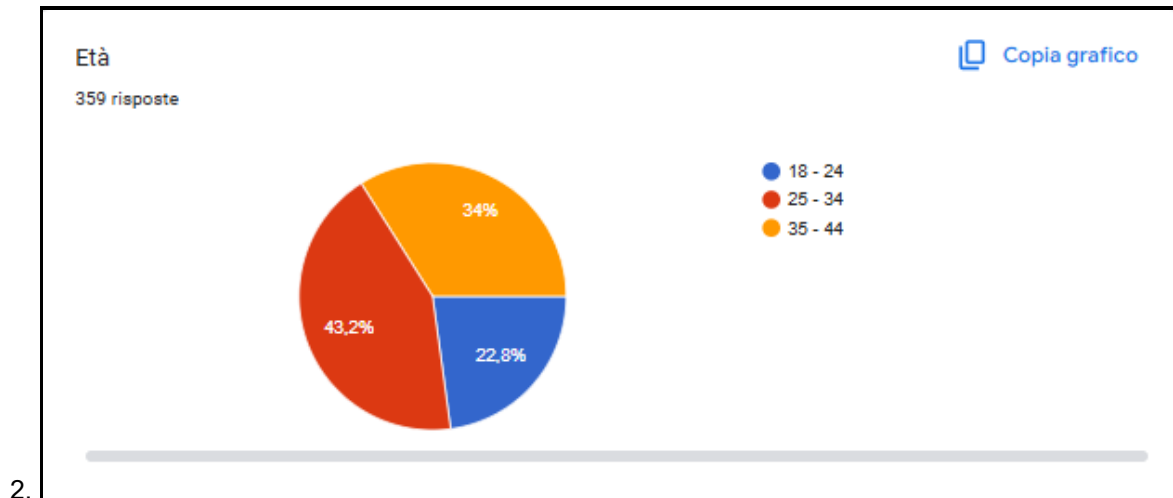


Il campione oggetto dell'indagine è composto da un totale di **358 rispondenti**. L'analisi della variabile "Genere" evidenzia una **prevalenza della componente femminile**, che rappresenta il **52,8% del totale**. Questo indica che poco più della metà delle persone coinvolte nell'indagine si identifica come donna.

La componente maschile costituisce invece il **44,7% del campione**, mostrando una presenza lievemente inferiore rispetto alla componente femminile.

Infine, una quota residuale, pari a circa **2,5%**, ha dichiarato di appartenere a un genere non binario o

non ha specificato un genere (categoria indicata come "N").

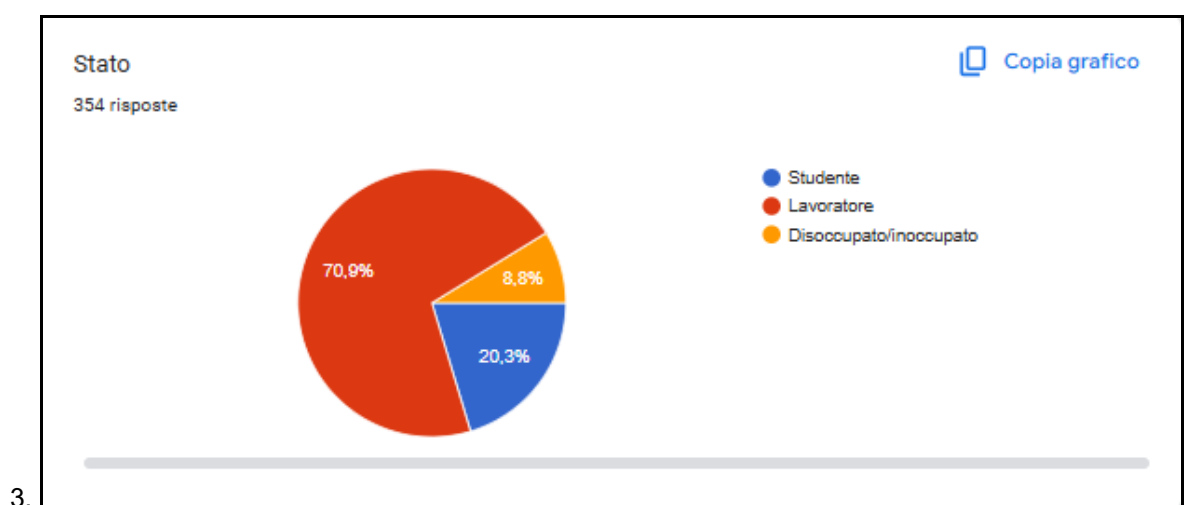


Il campione analizzato, composto da **359 rispondenti**, mostra una **maggiore concentrazione nella fascia d'età compresa tra i 25 e i 34 anni**, che rappresenta il **43,2% del totale**. Questo dato indica che **poco meno della metà delle persone coinvolte nell'indagine** appartiene a questa fascia anagrafica, evidenziando una forte partecipazione da parte dei giovani adulti.

Segue la fascia di età **35-44 anni**, che comprende il **34% dei rispondenti**. Questo segmento rappresenta quindi circa un terzo del campione e conferma una buona presenza di persone in età adulta, con un'esperienza di vita e lavorativa potenzialmente più consolidata.

Infine, la fascia più giovane, **18-24 anni**, costituisce il **22,8% del totale**, mostrando una presenza più contenuta ma comunque significativa di partecipanti appartenenti alla cosiddetta "Generazione Z".

Nel complesso, si osserva quindi una **composizione demografica prevalentemente giovane**, con oltre il **65% del campione** concentrato nelle fasce **18-34 anni**.

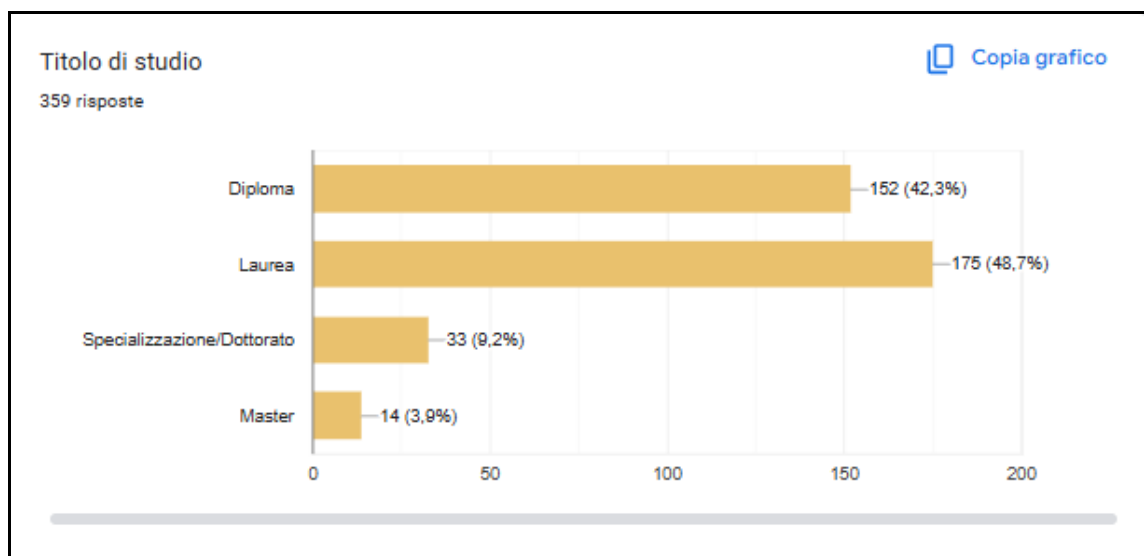


L'analisi della variabile "Stato occupazionale", su un totale di **354 risposte valide**, evidenzia una **netta predominanza della categoria dei lavoratori**, che rappresentano il **70,9% del campione**. Questo dato indica che **oltre due terzi degli intervistati** risultano attualmente occupati.

Segue la categoria degli **studenti**, che costituiscono il **20,3% del totale**, a testimonianza della partecipazione anche di una **quota significativa di giovani in formazione**, presumibilmente in età scolastica o universitaria.

Infine, la quota di **disoccupati o inoccupati** si attesta all'**8,8%**, rappresentando una **minoranza** del campione, ma comunque una fetta importante per un'analisi più inclusiva delle condizioni socio-lavorative degli intervistati.

Questa distribuzione suggerisce che le opinioni e le percezioni rilevate attraverso l'indagine saranno **fortemente influenzate dal punto di vista di persone attualmente inserite nel mondo del lavoro**, pur mantenendo una buona presenza di altre fasce, come studenti e persone in cerca di occupazione.

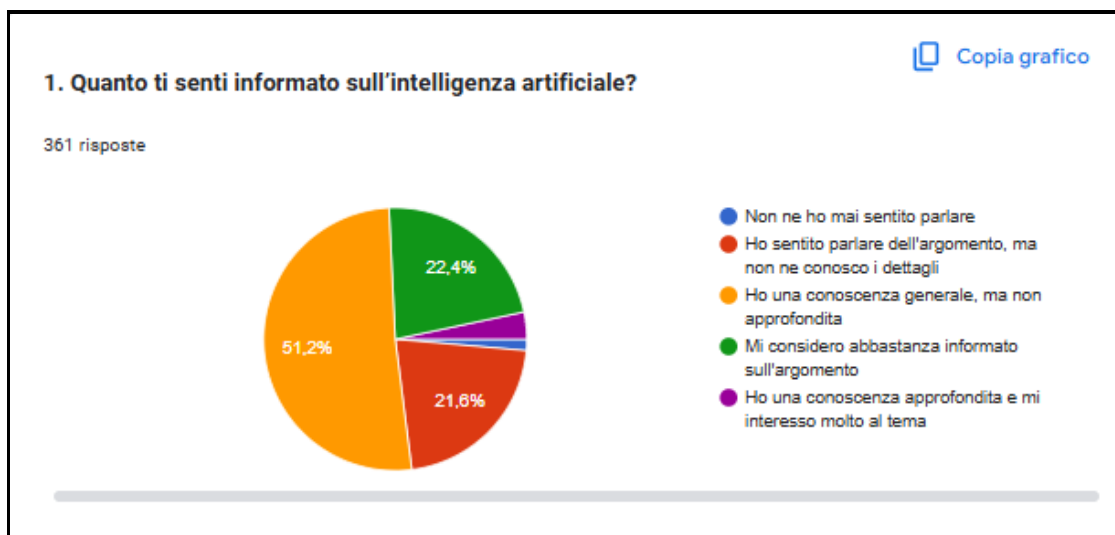


Il campione dell'indagine, composto da **359 rispondenti**, presenta un **livello di istruzione mediamente elevato**, con una prevalenza di persone in possesso di **titoli di studio di livello universitario o superiore**.

In particolare, la **quota maggiore del campione risulta in possesso di una laurea triennale o magistrale**, che rappresenta il **48,7% del totale**, pari a **175 individui**. Seguono coloro che hanno conseguito il **diploma di scuola secondaria di secondo grado**, che costituiscono il **42,3% del campione (152 persone)**.

La presenza di titoli post-laurea, seppur più contenuta, risulta comunque rilevante: il **9,2% dei rispondenti (33 persone)** dichiara di avere una **specializzazione o un dottorato di ricerca**, mentre il **3,9% (14 persone)** possiede un **Master universitario**.

Nel complesso, si evidenzia una **buona rappresentanza di soggetti con un livello di istruzione superiore alla media nazionale**, dato che quasi il **62% del campione** (sommando laureati, master e dottorati) ha conseguito almeno un titolo accademico post-diploma. Questo elemento sarà particolarmente importante nell'interpretazione dei dati, soprattutto per quanto riguarda tematiche legate alla cultura, alla formazione e all'accesso alle informazioni.



5.

Alla domanda relativa al proprio livello di informazione sull'intelligenza artificiale, hanno risposto **361 partecipanti**.

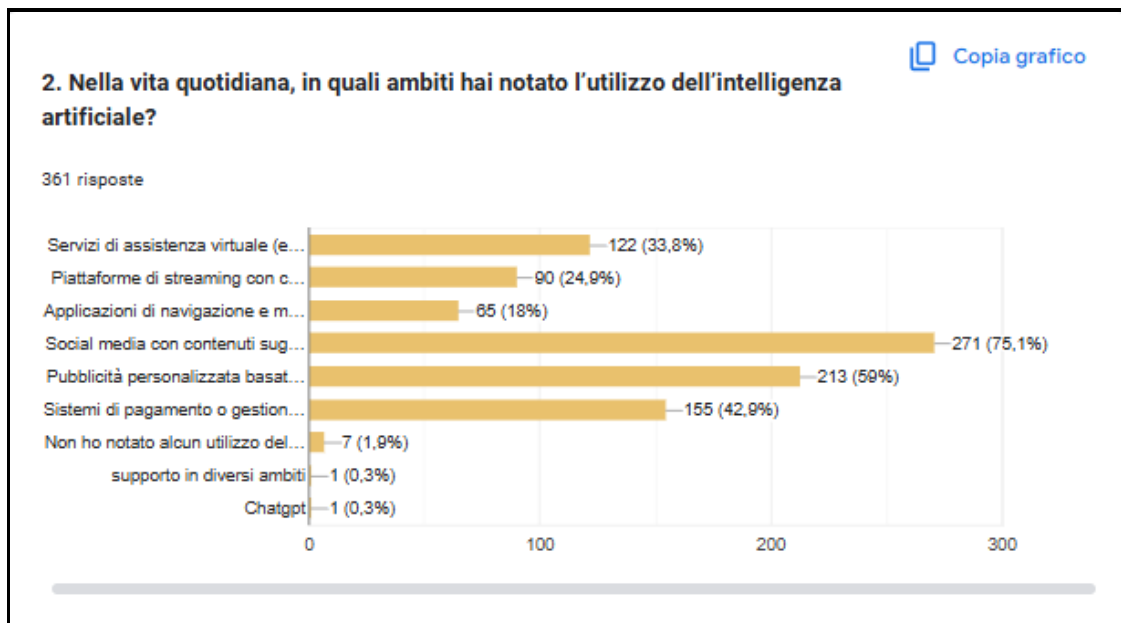
La maggioranza relativa del campione, pari al **51,2%**, ha dichiarato di avere **una conoscenza generale, ma non approfondita** del tema. Questo dato evidenzia come oltre la metà degli intervistati abbia almeno una **familiarità di base con l'argomento**, pur senza possedere competenze tecniche o dettagliate.

Una percentuale significativa, pari al **22,4%**, si definisce **abbastanza informata**, riconoscendo quindi di avere una conoscenza più strutturata e consapevole sull'IA.

Segue un ulteriore **21,8% di rispondenti** che afferma di **aver sentito parlare dell'argomento**, ma di **non conoscerne i dettagli**, denotando un livello di esposizione ancora superficiale.

Le restanti quote si distribuiscono tra chi **non ha mai sentito parlare di intelligenza artificiale (2,5%)** e chi invece si dichiara **particolarmente esperto e appassionato del tema**, possedendo **una conoscenza approfondita e un forte interesse personale (2,2%)**.

Nel complesso, il quadro che emerge è quello di una popolazione che **ha una discreta esposizione al tema dell'intelligenza artificiale**, con **oltre il 70% del campione** che si colloca tra chi ha una conoscenza generale e chi si considera informato o appassionato.



6.

Alla domanda sugli ambiti in cui i partecipanti hanno notato l'utilizzo dell'intelligenza artificiale (IA), hanno risposto **361 persone**, con la possibilità di selezionare **più di una opzione**.

L'ambito più frequentemente individuato come legato all'uso dell'IA è quello dei **social media con contenuti suggeriti**, indicato dal **75,1% dei rispondenti (271 persone)**. Questo risultato evidenzia come le piattaforme social rappresentino il contesto più riconosciuto dagli utenti in cui gli algoritmi di intelligenza artificiale influenzano l'esperienza quotidiana.

Segue la **pubblicità personalizzata basata sugli interessi dell'utente**, segnalata dal **59% del campione (213 persone)**, a conferma di come le logiche di profilazione algoritmica siano percepite in modo diffuso dagli utenti, soprattutto nella navigazione web e nell'interazione con i contenuti digitali. Un altro ambito rilevante riguarda i **sistemi di pagamento e gestione delle transazioni online**, riconosciuti dal **42,9% degli intervistati (155 risposte)**, un segnale della crescente familiarità con i sistemi automatizzati nel contesto finanziario.

Anche i **servizi di assistenza virtuale** (es. chatbot, risponditori automatici, assistenti vocali) sono stati indicati da circa **un terzo del campione (33,8%, pari a 122 persone)**.

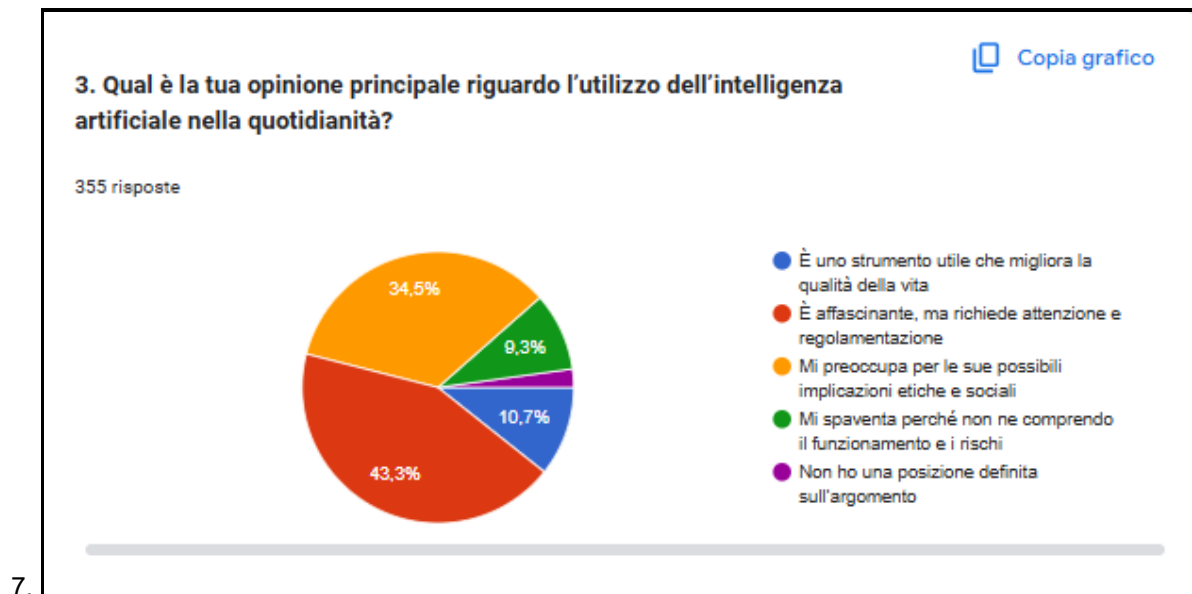
Seguono, con percentuali più contenute:

- **Piattaforme di streaming con consigli sui contenuti: 24,9% (90 risposte)**
- **Applicazioni di navigazione e mappe con percorsi suggeriti: 18% (65 risposte)**

Una **minoranza molto esigua** ha dichiarato di **non aver notato alcun utilizzo dell'intelligenza artificiale nella propria vita quotidiana (1,9%, ovvero 7 rispondenti)**.

Infine, alcune risposte marginali includono voci come **“supporto in diversi ambiti” (1 risposta)** e **“ChatGPT” (1 risposta, pari allo 0,3%)**.

Nel complesso, i dati evidenziano una **forte percezione della presenza dell'IA in ambiti legati alla personalizzazione dei contenuti digitali, alla pubblicità online e ai social network**, mentre la consapevolezza su applicazioni più tecniche o meno visibili (es. assistenza virtuale o sistemi di pagamento) risulta comunque significativa.



A questa domanda hanno risposto **355 partecipanti**, offrendo un quadro articolato delle percezioni e degli atteggiamenti della popolazione campione nei confronti dell'intelligenza artificiale (IA).

La posizione più diffusa, scelta dal **43,3% degli intervistati**, è quella secondo cui l'IA viene percepita come **affascinante, ma bisognosa di attenzione e regolamentazione**. Questo dato suggerisce una **curiosità diffusa** verso la tecnologia, accompagnata però da **preoccupazioni legate agli aspetti etici, normativi e di governance**.

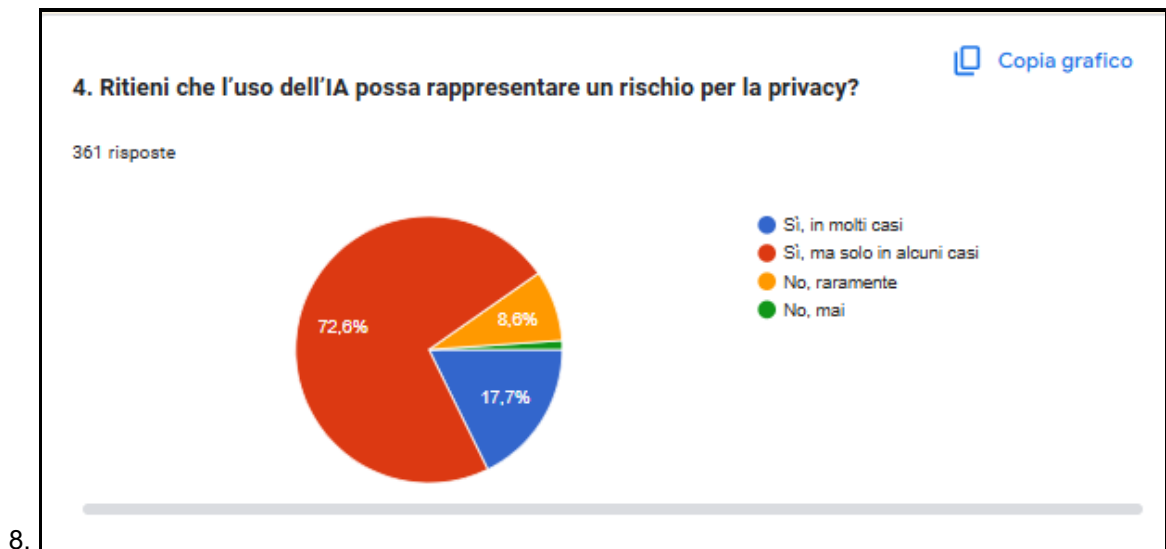
Segue, con il **34,5% delle risposte**, la voce che esprime **preoccupazione per le possibili implicazioni etiche e sociali dell'IA**, segnale di un'importante area di criticità percepita dalla popolazione. Quasi **un intervistato su tre** manifesta dunque **timori sui potenziali effetti negativi dell'adozione diffusa di queste tecnologie**.

Una percentuale più contenuta, pari al **10,7%**, considera l'intelligenza artificiale **uno strumento utile in grado di migliorare la qualità della vita**, evidenziando un atteggiamento più favorevole e orientato agli aspetti positivi della tecnologia.

Circa il **9,3% dei rispondenti** dichiara di **non avere una posizione definita sull'argomento**, evidenziando un certo grado di indecisione o scarsa esposizione al tema.

Infine, una quota più ridotta, pari all'**8,3%**, riferisce di **provare paura nei confronti dell'intelligenza artificiale**, principalmente per la **mancata comprensione del suo funzionamento e dei rischi associati**.

Nel complesso, il dato che emerge è quello di una **popolazione divisa tra curiosità, consapevolezza dei rischi e bisogno di regolamentazione**, con un **peso maggiore attribuito alle preoccupazioni etiche e alla richiesta di maggiore controllo** sull'evoluzione e l'applicazione dell'intelligenza artificiale nella vita quotidiana.



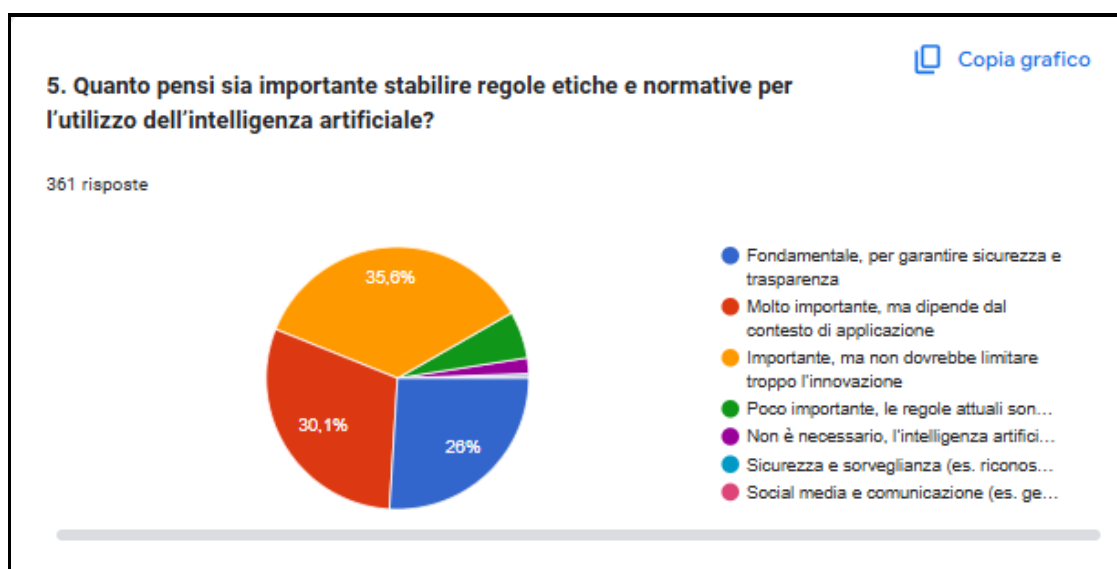
Su un totale di **361 risposte raccolte**, emerge una **forte percezione del rischio in termini di privacy** associato all'uso dell'intelligenza artificiale.

La maggioranza assoluta degli intervistati (**72,6%**) ritiene che **l'IA possa rappresentare un rischio, ma solo in alcuni casi**, evidenziando quindi una **consapevolezza diffusa della possibile vulnerabilità dei dati personali**, pur senza generalizzare il rischio a tutte le situazioni.

Un ulteriore **17,7% del campione** manifesta una posizione più netta, dichiarando di ritenere che **l'IA rappresenti un rischio per la privacy "in molti casi"**, evidenziando un livello di preoccupazione più elevato.

Solo una **minoranza del campione** appare meno preoccupata rispetto a questo tema: l'**8,6%** sostiene infatti che **l'IA rappresenti un rischio solo raramente**, mentre **nessuno degli intervistati ha dichiarato di ritenere che non vi sia alcun rischio**, come dimostra il valore nullo associato alla voce **"No, mai"**.

Nel complesso, il **90,3% degli intervistati** (sommando le risposte "in molti casi" e "solo in alcuni casi") riconosce almeno **un certo grado di rischio per la privacy** legato all'uso dell'intelligenza artificiale. Questo dato evidenzia un **livello di attenzione molto alto** da parte del campione rispetto agli aspetti di tutela dei dati personali.



9.

Alla domanda sulla rilevanza della definizione di regole etiche e normative per l'utilizzo dell'intelligenza artificiale, hanno risposto **361 partecipanti**, delineando un quadro di forte attenzione e sensibilità rispetto a questo tema.

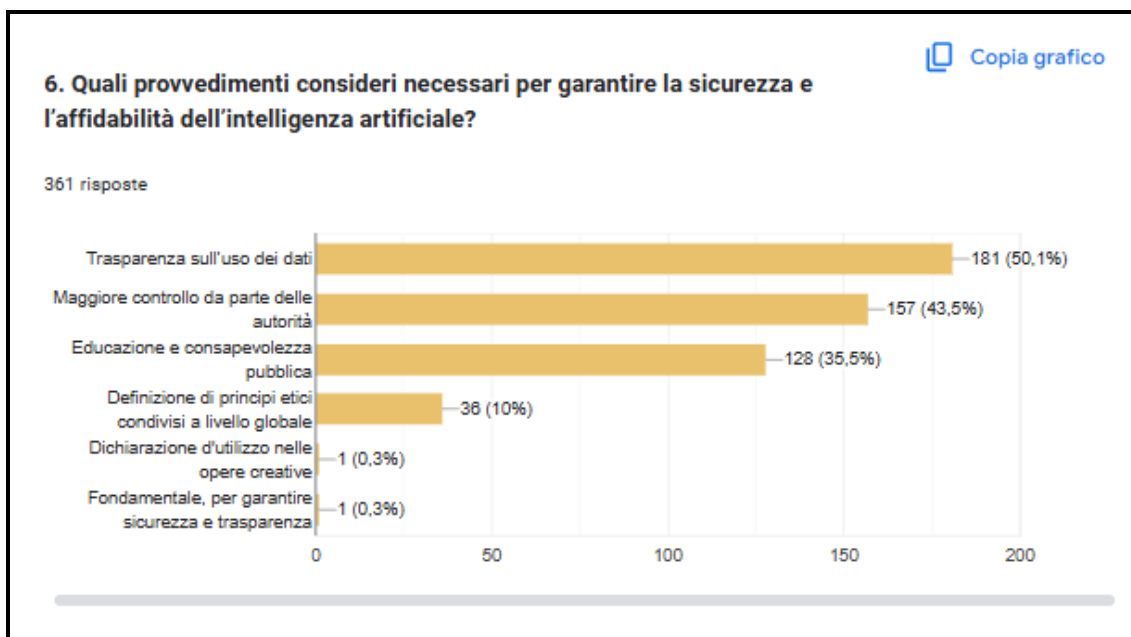
La risposta più frequente è quella secondo cui la regolamentazione è **“molto importante, ma dipende dal contesto di applicazione”**, indicata dal **35,6% del campione**. Questo evidenzia una **visione sfumata e pragmatica**, dove l'importanza della regolamentazione viene riconosciuta, ma anche **contestualizzata rispetto ai diversi ambiti di utilizzo dell'IA**.

Segue, con il **30,1% delle risposte**, la posizione più netta: **“Fondamentale, per garantire sicurezza e trasparenza”**. Questo dato segnala che **quasi un terzo dei partecipanti ritiene imprescindibile la presenza di un quadro normativo forte e chiaro**, a tutela dei cittadini e della società.

Un ulteriore **28%** ritiene invece che la regolamentazione sia **importante**, ma sottolinea la necessità che **non vada a limitare troppo l'innovazione**. Questo gruppo evidenzia quindi un **approccio più bilanciato tra controllo e sviluppo tecnologico**, con attenzione sia agli aspetti etici sia al progresso. Le posizioni più marginali riguardano:

- **Chi ritiene poco importante l'introduzione di nuove regole**, considerando **adeguate quelle già esistenti (3,3%)**.
- **Chi non ritiene affatto necessario un quadro normativo**, considerando l'IA **autonoma e autoregolante (1,1%)**.

Complessivamente, si osserva che **oltre il 90% del campione** considera **necessario o fondamentale** un sistema di regole e normative, con un'attenzione particolare al bilanciamento tra **tutela dei diritti, trasparenza e promozione dell'innovazione**.



10.

Alla domanda sulle misure da adottare per garantire la sicurezza e l'affidabilità dell'intelligenza artificiale, hanno risposto **361 partecipanti**, con la possibilità di selezionare **più di un'opzione**.

L'intervento considerato più importante è quello relativo alla **trasparenza sull'uso dei dati**, indicato da **181 rispondenti**, pari al **50,1% del campione**. Questo dato evidenzia come la **protezione dei dati personali e la chiarezza sulle modalità di trattamento** rappresentino una priorità assoluta nella percezione pubblica.

Al secondo posto si colloca la richiesta di **maggiore controllo da parte delle autorità**, selezionata dal **43,5% dei partecipanti (157 risposte)**, a conferma della fiducia riposta nei meccanismi istituzionali di regolazione e supervisione.

Segue, con il **35,5% delle risposte (128 partecipanti)**, la necessità di investire in **educazione e consapevolezza pubblica**. Questo dato segnala una **forte percezione dell'importanza di informare e sensibilizzare i cittadini** sugli impatti e i funzionamenti dell'IA, per permettere loro di compiere scelte consapevoli.

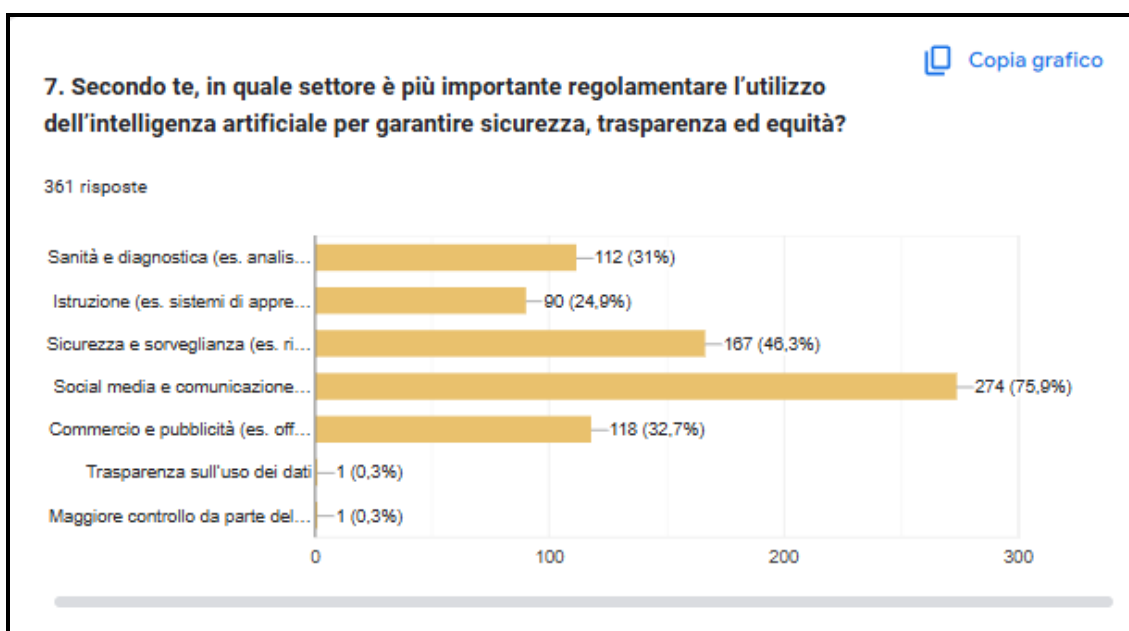
Più distanziata, ma comunque significativa, la voce relativa alla **definizione di principi etici condivisi a livello globale**, indicata dal **10% del campione (36 risposte)**, che sottolinea una richiesta di **armonizzazione internazionale dei principi di sviluppo e utilizzo dell'IA**.

Le altre opzioni hanno ricevuto percentuali minime (tutte sotto l'1%), tra cui:

- **Dichiarazione d'utilizzo nelle opere creative**
- **Fondamentale, per garantire sicurezza e trasparenza** (ripetizione rispetto alla domanda precedente)
- **Altre risposte isolate**

Nel complesso, emerge con chiarezza un **bisogno diffuso di trasparenza, regolamentazione e informazione**, considerati dagli intervistati **elementi fondamentali per rafforzare la fiducia nelle tecnologie basate sull'intelligenza artificiale**.

11.



Alla domanda sul settore in cui è più importante regolamentare l'utilizzo dell'intelligenza artificiale (IA), hanno risposto **361 partecipanti**, con la possibilità di indicare più ambiti.

Il settore che emerge con la **percentuale più alta di preferenze** è quello dei **Social media e comunicazione**, indicato dal **75,9% degli intervistati (274 risposte)**. Questo dato conferma la **percezione diffusa di un forte impatto dell'IA nella gestione e nella personalizzazione dei contenuti digitali**, con implicazioni dirette sulla privacy, sulla manipolazione delle informazioni e sulla formazione dell'opinione pubblica.

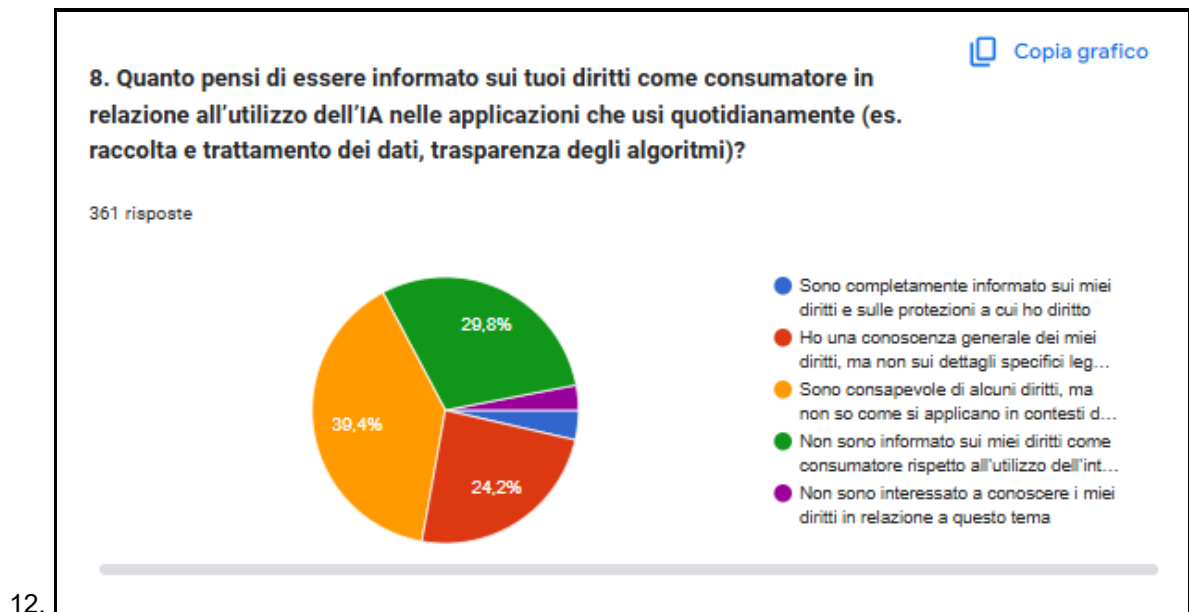
Al secondo posto si colloca il settore della **sicurezza e sorveglianza (46,3%, pari a 167 risposte)**, ambito che suscita preoccupazione in relazione alla gestione dei dati sensibili, alla videosorveglianza e ai sistemi di controllo automatizzati.

Seguono, con valori più contenuti ma comunque significativi:

- La **sanità e la diagnostica (31%, 112 risposte)**, ambito in cui il ruolo dell'IA può avere un impatto diretto sulla salute e sul benessere dei cittadini.
- Il settore del **commercio e della pubblicità (32,7%, 118 risposte)**, in relazione ai meccanismi di targeting e profilazione commerciale.
- L'ambito dell'**istruzione**, con il **24,9% delle preferenze (90 risposte)**, dove l'utilizzo dell'IA in processi formativi e valutativi solleva questioni legate all'equità e all'imparzialità.

Alcune risposte marginali hanno indicato voci generiche o fuori contesto, come **"Trasparenza sull'uso dei dati"** o **"Maggiore controllo da parte delle autorità"**, ognuna con **1 sola risposta (0,3%)**.

In sintesi, i dati indicano che i **settori più "sensibili" agli occhi dei rispondenti sono quelli con maggiore impatto sociale, politico o personale**, come i social media e la sicurezza pubblica. Questo suggerisce la necessità, percepita dal campione, di **interventi regolatori prioritari proprio in questi ambiti**.



Alla domanda sul livello di informazione rispetto ai propri diritti come consumatore nell'ambito dell'intelligenza artificiale, hanno risposto **361 partecipanti**, offrendo un quadro che evidenzia **un'ampia area di incertezza e di bisogno di informazione più strutturata**.

La quota più consistente del campione (39,4%, pari a **circa 142 rispondenti**) afferma di **avere una conoscenza generale dei propri diritti**, ma di **non conoscerne nel dettaglio gli aspetti specifici**. Questo dato suggerisce una **consapevolezza parziale**, limitata ai concetti più noti ma priva di approfondimenti sulle normative vigenti o sui meccanismi di tutela.

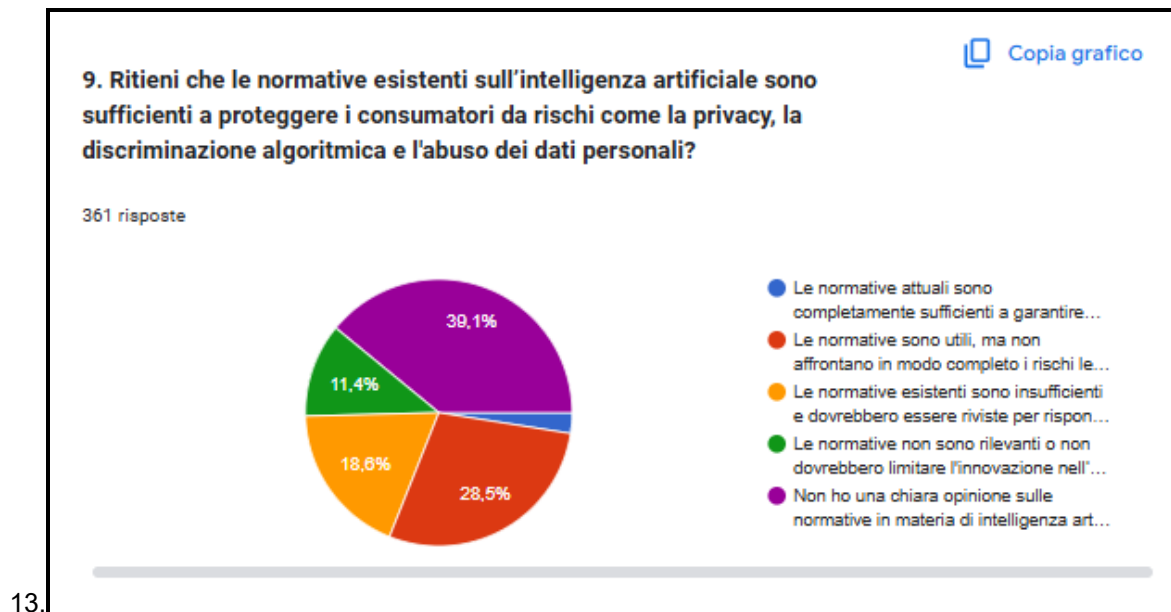
Segue, con il **28,8% delle risposte**, la categoria di chi **non si sente affatto informato sui propri diritti**, mostrando un livello di **disinformazione o di bassa esposizione al tema**.

Un altro **24,2% del campione** dichiara di **essere consapevole solo di alcuni diritti**, ma di **non sapere in quali contesti e applicazioni si applichino concretamente**. Questo evidenzia un'**ulteriore area di incertezza legata all'effettiva implementazione dei diritti legati all'uso dell'IA**.

Le percentuali residuali riguardano:

- Chi afferma di **essere completamente informato sui propri diritti e sulle tutele previste**: **4,2%** (circa **15 persone**).
- Chi dichiara di **non essere interessato a conoscere i propri diritti su questo tema**: **3,3%** (circa **12 rispondenti**).

Nel complesso, si evidenzia come **oltre il 90% del campione** presenti un **livello di conoscenza incompleto o insufficiente** sui propri diritti rispetto all'utilizzo dell'intelligenza artificiale nelle applicazioni quotidiane. Questo risultato conferma la **necessità di investire in campagne di sensibilizzazione e di alfabetizzazione digitale**, per migliorare il livello di consapevolezza dei cittadini-consumatori.



Alla domanda relativa all'efficacia delle normative attualmente in vigore per la tutela dei consumatori rispetto ai rischi connessi all'intelligenza artificiale, hanno risposto **361 partecipanti**.

Il risultato evidenzia una **diffusa percezione di inadeguatezza o incertezza sul tema**.

La quota più consistente (**39,1%**) ha dichiarato di **non avere una chiara opinione** sulle normative in materia di IA. Questo dato segnala una **forte area di indecisione o disinformazione normativa** tra i rispondenti.

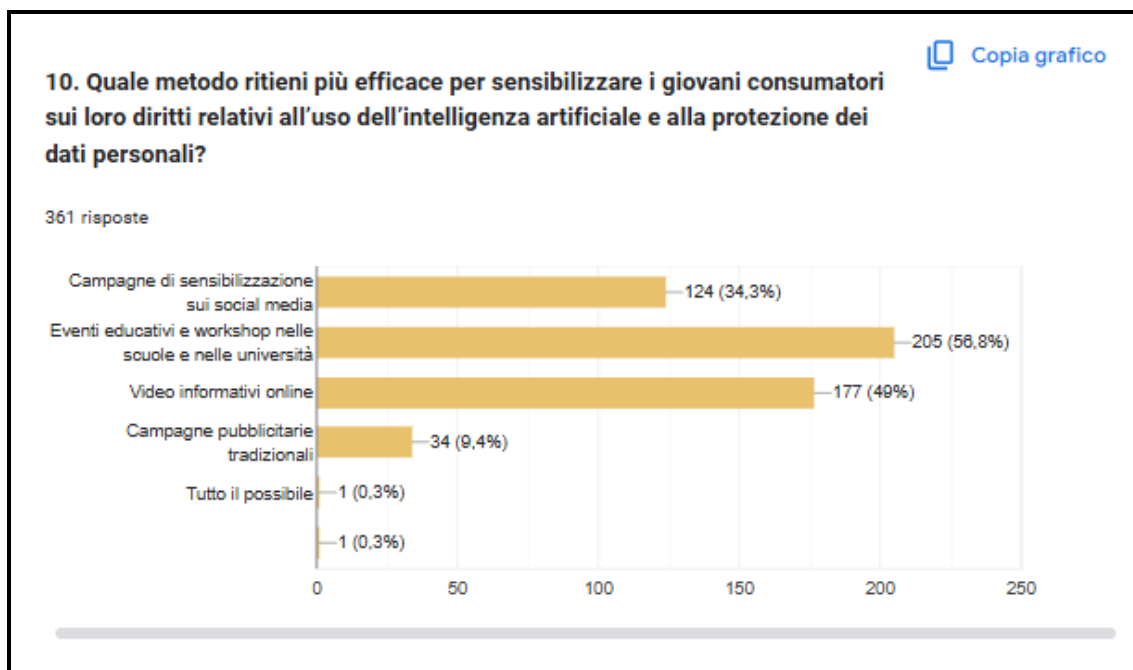
Segue, con il **28,5% delle preferenze**, la risposta secondo cui **le normative attuali sono insufficienti e dovrebbero essere riviste per rispondere meglio ai rischi emergenti**. Questo dato evidenzia un'esigenza diffusa di **miglioramento e aggiornamento del quadro normativo**, in relazione alla rapida evoluzione tecnologica.

Un ulteriore **18,8% del campione** ritiene che **le normative esistenti siano utili, ma non affrontino in modo completo i rischi legati alla privacy, alla discriminazione algoritmica e alla protezione dei dati personali**. Questa posizione evidenzia una **parziale soddisfazione**, accompagnata però da richieste di integrazione o rafforzamento delle norme.

La **quota di chi ritiene che le normative non siano rilevanti o che possano limitare l'innovazione** è pari all'**11,4%**, rappresentando una **minoranza**, ma comunque una posizione presente nel dibattito pubblico.

Infine, solo una **percentuale residuale (circa il 2,2%)** ritiene che **le normative attuali siano completamente sufficienti a garantire la protezione dei consumatori**.

Nel complesso, il quadro che emerge è quello di una **popolazione poco informata o insoddisfatta dell'attuale regolamentazione**, con una **chiara richiesta di maggiore trasparenza, protezione e aggiornamento delle normative in materia di IA**.



14.

Alla domanda sui metodi più efficaci per informare e sensibilizzare i giovani consumatori riguardo ai loro diritti in relazione all'intelligenza artificiale (IA) e alla protezione dei dati personali, hanno risposto **361 partecipanti**, con la possibilità di indicare **più di una opzione**.

La scelta maggiormente indicata è quella degli **eventi educativi e workshop nelle scuole e nelle università**, selezionata dal **56,8% del campione (205 risposte)**. Questo dato sottolinea una **forte fiducia nei percorsi formativi strutturati**, svolti in contesti educativi istituzionali, come **strumenti privilegiati per accrescere la consapevolezza** tra i più giovani.

Segue, con il **49% delle preferenze (177 risposte)**, la proposta di utilizzare **video informativi online**, dimostrando come i **contenuti digitali facilmente accessibili** rappresentino un canale chiave per raggiungere le nuove generazioni.

Le **campagne di sensibilizzazione sui social media** si collocano al terzo posto, con il **34,3% delle risposte (124 partecipanti)**, confermando l'importanza delle **piattaforme social come veicolo di diffusione rapida e capillare delle informazioni**.

Più distanziata, ma comunque significativa, è la scelta delle **campagne pubblicitarie tradizionali**, indicata dal **9,4% del campione (34 risposte)**.

Infine, solo **un'esigua minoranza** ha optato per la voce **"Tutto il possibile"** (**1 risposta, pari allo 0,3%**), esprimendo la preferenza per un **approccio integrato e multidimensionale**.

Nel complesso, emerge con chiarezza che i metodi di **formazione diretta (scuole/università)** e quelli **digitali (video online e social media)** sono considerati **le strade più efficaci per promuovere una cultura della consapevolezza sui diritti legati all'intelligenza artificiale**, soprattutto tra i giovani.