

---

# Andamento delle Ricerche AI

## Analisi Dati Reali 2024-2025

Impatto dei sistemi di AI Generativa sulle ricerche online,  
comportamento degli utenti e strategie aziendali

Agosto 2025

Basato su dati reali da Pew Research, Ofcom, SparkToro, McKinsey e altre fonti autorevoli



# Executive Summary



## Impatto AI Summary su CTR

Il CTR ai risultati di ricerca cala da **15%** (senza summary AI) a **8%** (con summary) — Pew Research 2025



## Adozione GenAI in crescita

**41%** degli adulti online UK e **34%** USA utilizzano strumenti di AI Generativa — Ofcom/Pew



## Zero-click predominante

**59,7%** delle ricerche in UE e **58,5%** in USA finiscono senza clic — SparkToro 2024



## AI Overviews in calo

Presenza ridotta al **12-15%** delle query dopo i picchi iniziali — AWR/BrightEdge 2024



## Fiducia limitata

Solo il **18%** degli utenti ritiene affidabili le informazioni della GenAI — Ofcom 2024



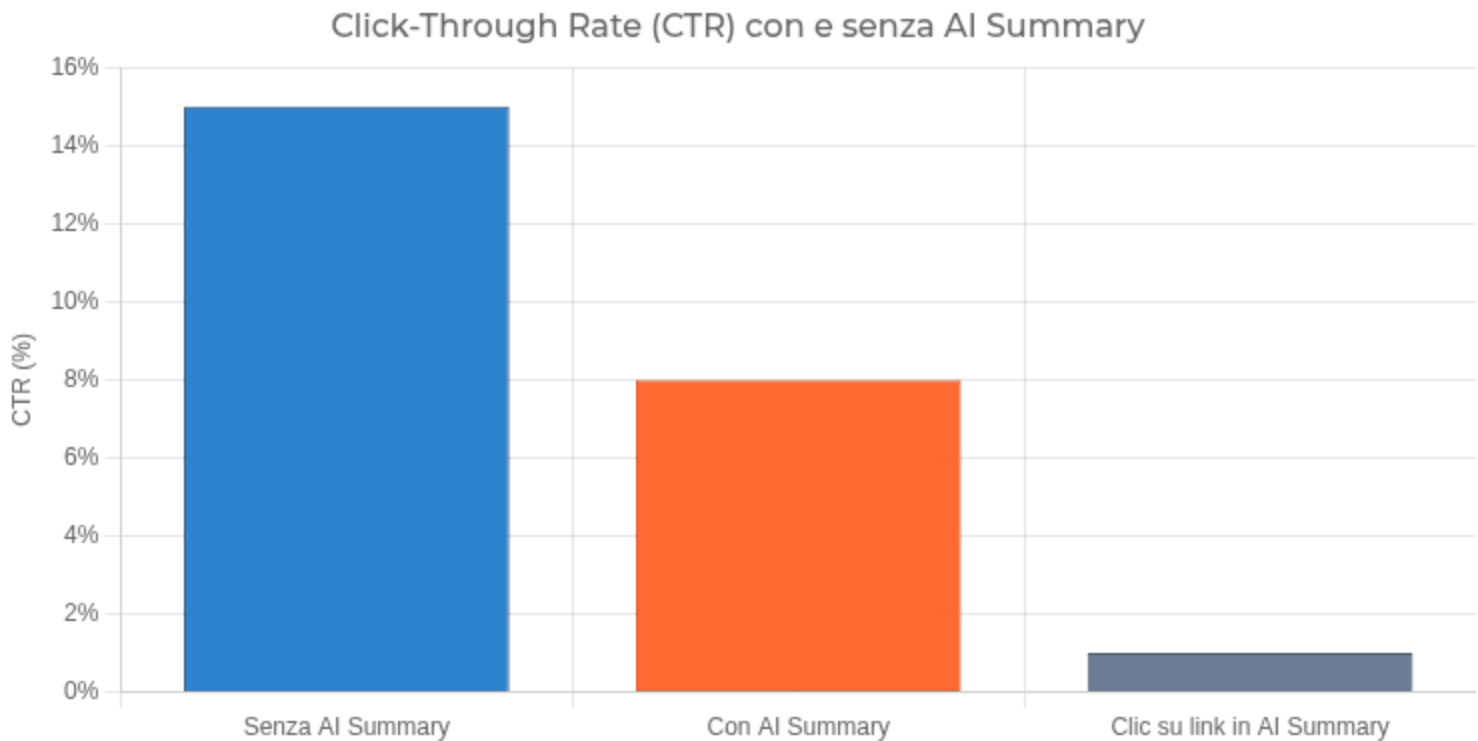
## Adozione aziendale

Circa **2/3** delle aziende usa regolarmente GenAI, il 40% in multiple funzioni — McKinsey 2024

### Implicazioni chiave:

L'adozione di strumenti GenAI è in rapida crescita nonostante la limitata fiducia. L'impatto sui modelli di traffico web è significativo, con crescente predominanza delle risposte dirette in-SERP e del fenomeno zero-click.

# Impatto degli AI Summary sul CTR di Google



## Punti chiave

- ▶ Il CTR cala del **47%** quando è presente un AI Summary
- ▶ Solo l'**1%** delle visite clicca sui link interni agli AI Summary
- ▶ Circa il **18%** delle ricerche mostra un AI Summary

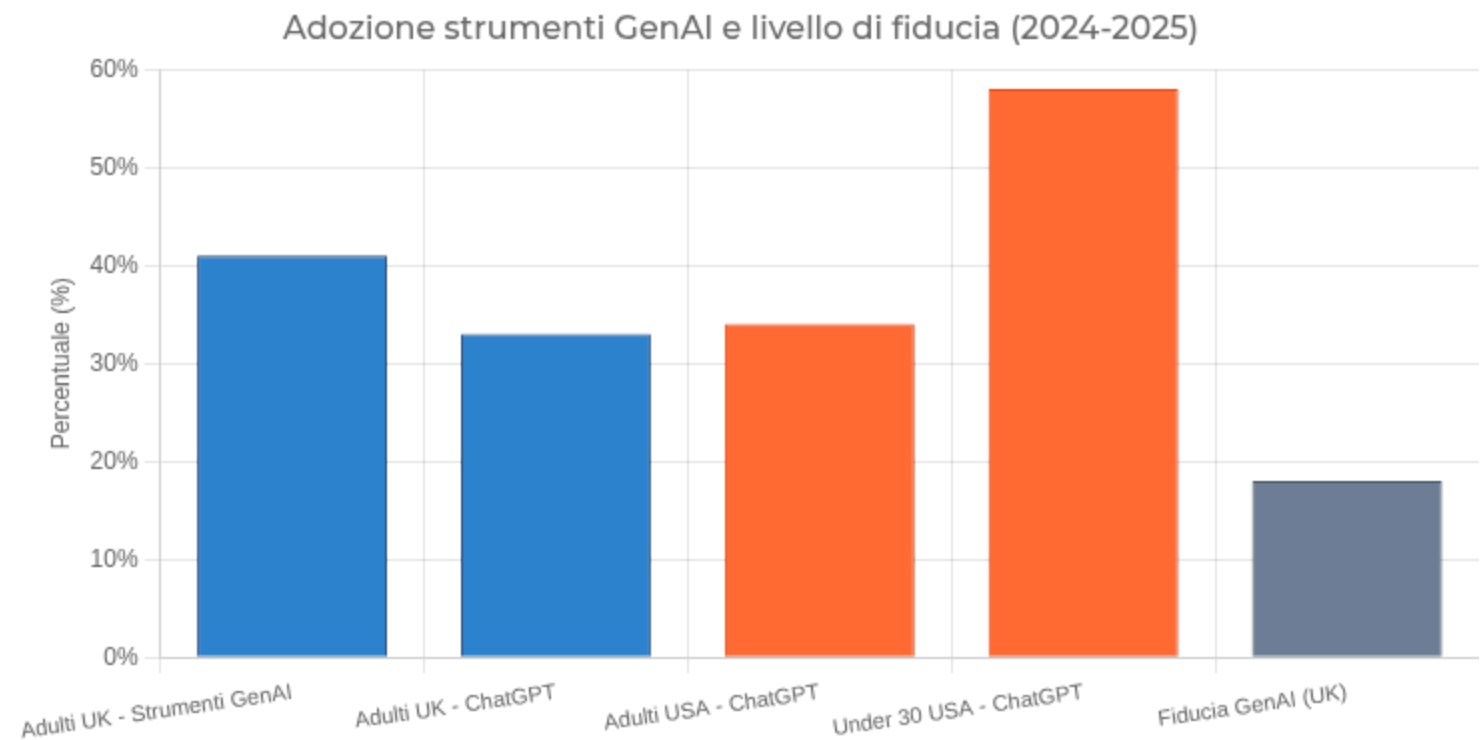
## Implicazioni

La presenza di AI Summary riduce significativamente la probabilità che gli utenti visitino i siti web, alterando potenzialmente l'ecosistema del traffico online.

## Analisi

I dati mostrano una chiara correlazione tra la presenza di AI Summary e la riduzione del traffico verso i siti web. Questa tendenza potrebbe avere importanti conseguenze per editori, ecommerce e qualsiasi attività che dipenda dal traffico organico.

# Adozione strumenti GenAI per Paese e Demografia



## Punti chiave

- ▶ Nel Regno Unito, il **41%** degli adulti online ha utilizzato GenAI nell'ultimo anno
- ▶ ChatGPT usato dal **33%** degli adulti UK e dal **34%** degli adulti USA
- ▶ Forte divario generazionale: **58%** degli under 30 USA ha usato ChatGPT

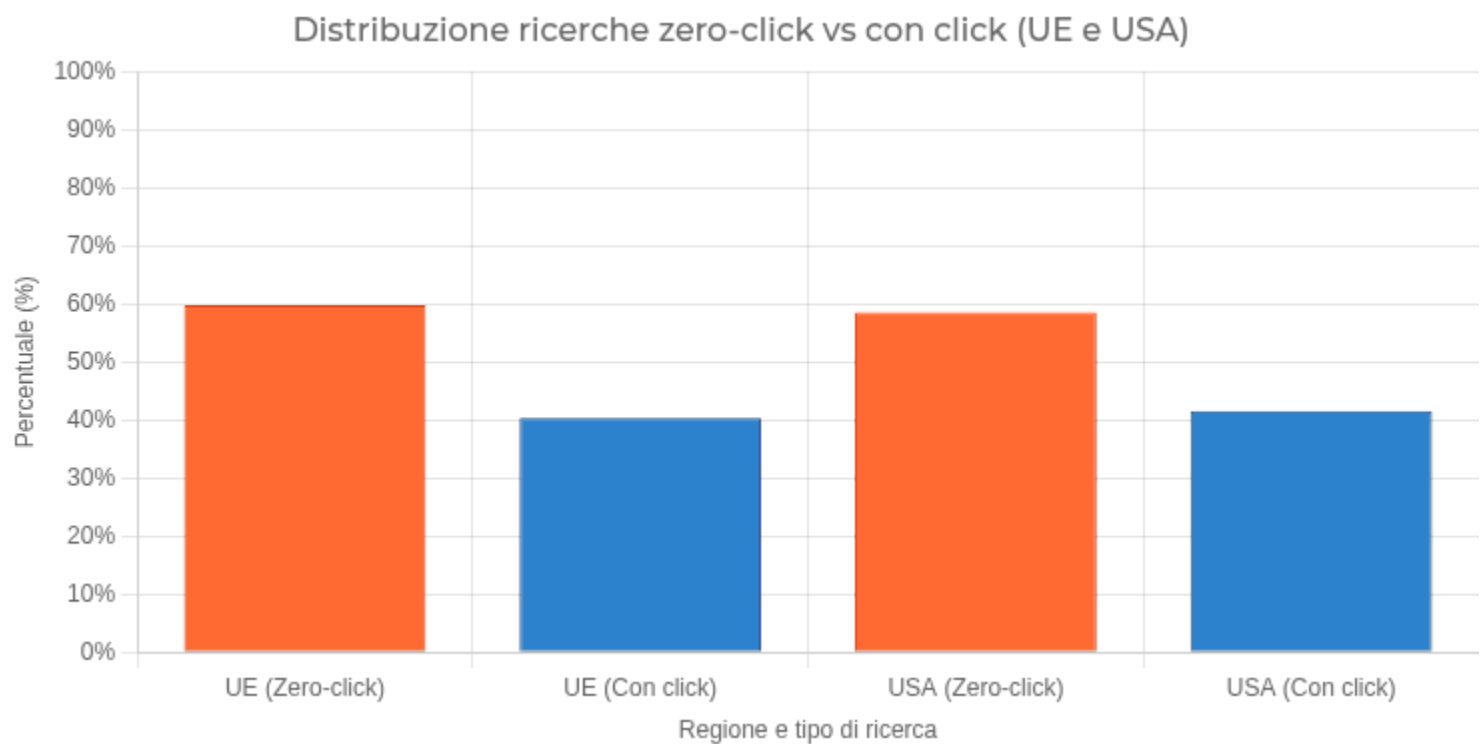
## Motivazioni d'uso

Secondo Ofcom, la ragione principale per l'utilizzo della GenAI è "trovare informazioni", nonostante la bassa fiducia nella loro affidabilità.

## Trend di adozione

L'adozione di ChatGPT negli USA è quasi raddoppiata rispetto al 2023, con una forte concentrazione tra i giovani adulti. La crescita si conferma rapida nonostante la bassa fiducia nelle informazioni generate: solo il 18% degli utenti UK ritiene affidabili i contenuti GenAI.

# Zero-click Searches: quanto traffico arriva realmente ai siti?

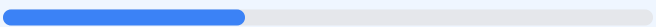


## Punti chiave

- ▶ In UE, il **59,7%** delle ricerche termina senza clic
- ▶ In USA, il **58,5%** delle ricerche è zero-click
- ▶ Solo **374 su 1.000** ricerche UE generano clic verso il web aperto

## Distribuzione clic UE

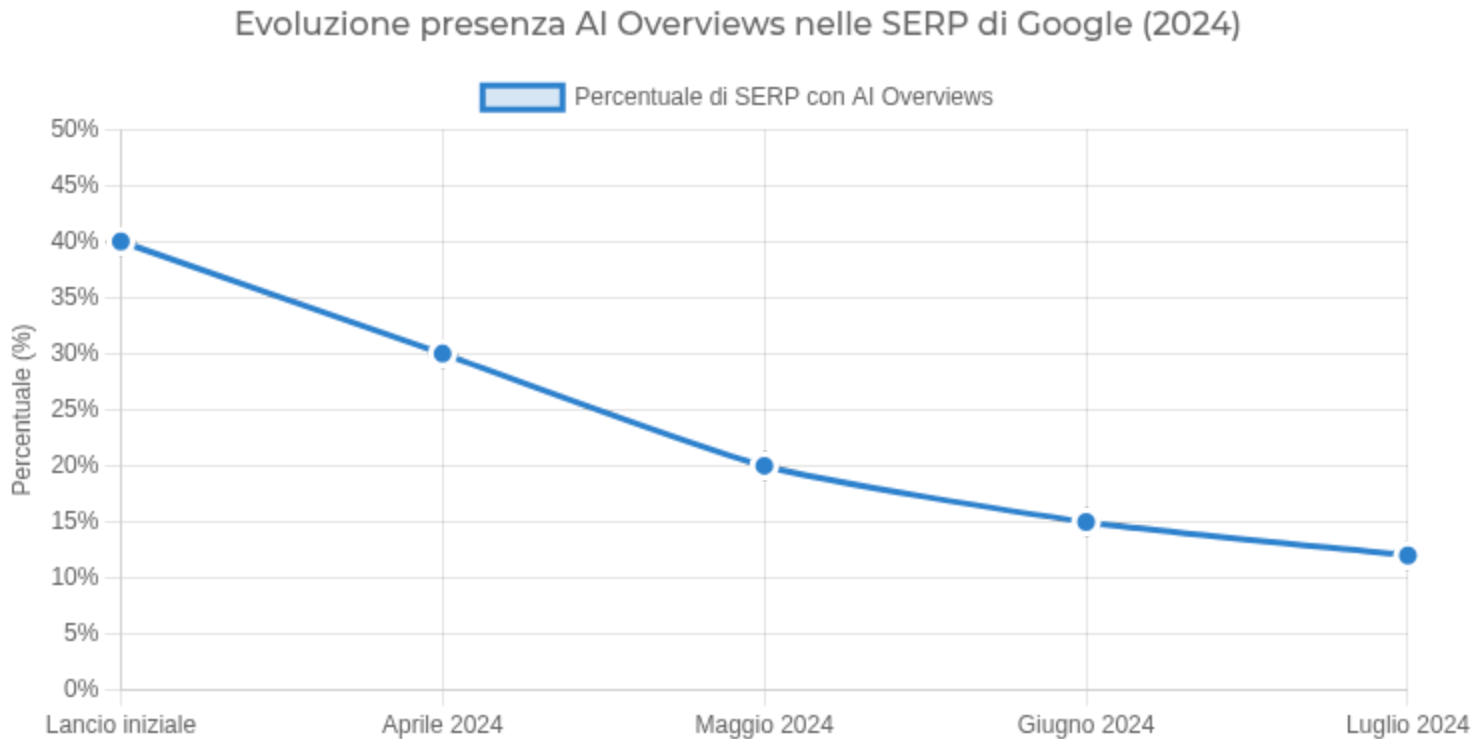
Web aperto: **37,4%**  
Google/Ads: **2,9%**



## Analisi

Il fenomeno delle ricerche zero-click è significativo sia in Europa che negli Stati Uniti, con quasi 6 ricerche su 10 che non generano traffico verso siti esterni. Questo impatta fortemente l'ecosistema digitale, riducendo la visibilità organica e modificando il modo in cui il traffico di ricerca si distribuisce.

# Evoluzione e Incidenza degli AI Overviews



## Punti chiave

- ▶ Solo il **~12%** delle SERP mostra AI Overviews (Advanced Web Ranking, lug 2024)
- ▶ Percentuale **<15%** delle query (Search Engine Land/BrightEdge, giu 2024)
- ▶ **Forte calo** rispetto ai picchi iniziali dopo problemi di qualità

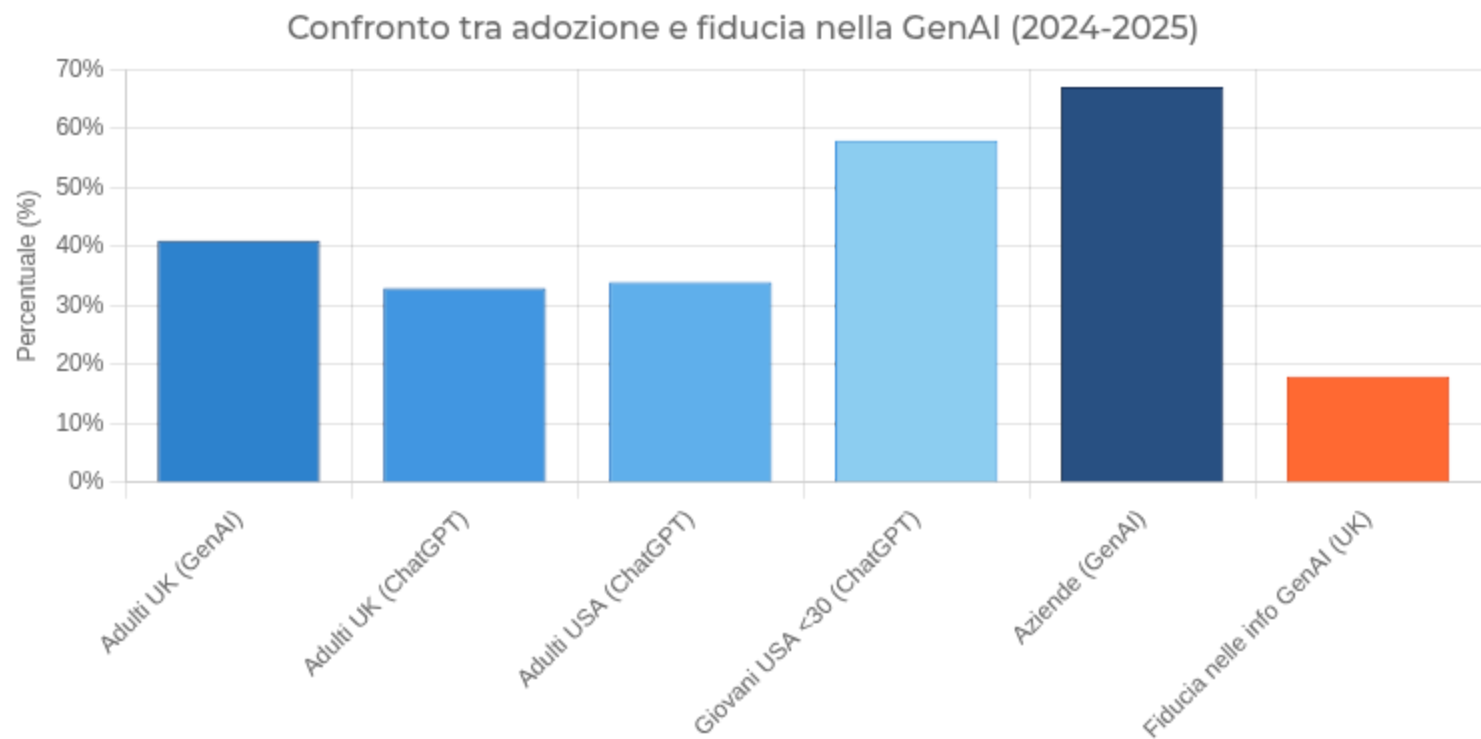
## Incidenza per settore

L'analisi di 8.000 keyword negli USA mostra una variazione significativa nella presenza di AI Overviews in base al settore e all'intento di ricerca.

## Analisi

Google ha progressivamente ridimensionato la presenza degli AI Overviews nelle SERP dopo un lancio aggressivo iniziale. Questa riduzione sembra essere una risposta ai problemi di qualità riscontrati e al feedback del mercato, portando a un "aggiustamento" della funzionalità.

# Adozione & Fiducia: GenAI per utenti e aziende



## Il paradosso GenAI

- Forte adozione nonostante bassa fiducia: **18%** di fiducia vs **41%** di utilizzo (UK)
- Uso diffuso tra giovani USA: **58%** degli under 30
- Adozione aziendale: **~67%** usano GenAI regolarmente

## Confronto

Mentre le aziende accelerano l'adozione, i consumatori mostrano un utilizzo crescente ma cautela sulla affidabilità dei contenuti generati.

## Analisi del divario adozione-fiducia

L'alto tasso di adozione nonostante la bassa fiducia suggerisce un utilizzo pragmatico: gli utenti traggono valore dagli strumenti AI pur mantenendo un approccio critico ai contenuti generati. Le aziende, invece, stanno investendo fortemente sull'integrazione della GenAI nei loro processi.

# Conclusioni & Prospettive

## Tendenze principali

📈 L'introduzione degli **AI Summary** riduce drasticamente il CTR: -47% (da 15% a 8%)

🤖 **Adozione GenAI** in crescita: 41% UK, 34% USA, con picchi tra giovani (58%)

🖱️ **Zero-click** predominante: ~60% delle ricerche EU/USA non generano clic

👤 **Fiducia limitata**: solo 18% degli utenti ritiene affidabili le info GenAI

## Implicazioni e prospettive

### Per editori e creatori di contenuti

La riduzione di traffico organico richiede nuove strategie di acquisizione utenti e diversificazione delle fonti di monetizzazione

### Per le aziende

L'adozione GenAI (2/3 delle aziende) continua a crescere nonostante i dubbi, suggerendo opportunità competitive per early adopter

### Monitoraggio evolutivo

L'uso di AI nei motori di ricerca continua ad evolversi rapidamente: essenziale monitorare metriche, diffusione e impatto sui modelli di business digitali

## Domande aperte

Analisi basata sui dati reali da: Pew Research, Ofcom, SparkToro, McKinsey, AWR, BrightEdge (2024-2025)

❓ Come evolveranno gli AI Summary per bilanciare esperienza utente e sostenibilità dell'ecosistema web?

❓ Quali modelli di business emergeranno per compensare il calo di traffico organico tradizionale?