

Impatto dell'**Intelligenza Artificiale** sulla **Comunicazione Interna**

RICERCA QUALITATIVA E INDAGINE BIOGRAFICO-NARRATIVA
CON GLI STAKEHOLDER ASCAI

Ottobre 2024

storyfactory:

ASCAI
Associazione per lo
sviluppo della comunicazione
aziendale in Italia

Indice

- Premessa
- L'utilizzo dell'AI: Tra attuale, potenziale e sfide
- Il Ruolo dell'AI: È davvero solo uno strumento?
- Prospettive: Opportunità ed evoluzioni future
- Takeout - La mappa di adoption dell'AI
- Appendice - Dettagli sul campione

storyfactory:

ASCAI
Associazione per lo
sviluppo della comunicazione
aziendale in Italia

Premessa

Da sempre l'innovazione tecnologica trasforma profondamente il modo in cui le aziende comunicano con i propri dipendenti, aprendo la strada a nuove modalità di interazione e strumenti sempre più avanzati. Oggi, **con l'introduzione dell'Intelligenza Artificiale, siamo di fronte a una svolta epocale**, che si presenta con decisione come il più rilevante cambiamento di paradigma tecnologico, capace di ridisegnare le dinamiche della comunicazione interna e l'organizzazione aziendale nel suo complesso.

Per esplorare **l'impatto di questa trasformazione**, ASCAI e Storyfactory hanno condotto una ricerca

quali-quantitativa coinvolgendo Head of e team di Comunicazione interna di aziende italiane appartenenti ai rispettivi network. Il panel di ricerca qualitativa ha incluso **93 rispondenti di oltre 40 aziende italiane**, suddivisi tra utilizzatori e non di AI, insieme a **12 interviste in profondità** con professionisti che già impiegano l'Intelligenza Artificiale nelle loro attività quotidiane.

La ricerca ha indagato tre temi principali: **l'utilizzo attuale dell'AI tra potenzialità e barriere, il ruolo effettivo dell'AI come strumento, e le prospettive di evoluzione tecnologica e innovazione organizzativa**. Attraverso questa indagine, emerge un quadro articolato che non solo esplora

le opportunità offerte dall'AI, ma anche le sue implicazioni per le aziende e il modo in cui queste possono adattarsi ai cambiamenti futuri.

Nel documento che segue, riassumiamo i risultati chiave di questa ricerca, fornendo **una visione dettagliata su come l'AI stia già plasmando e continuerà a influenzare le strategie di comunicazione interna**, offrendo nuove possibilità ma anche richiedendo un'attenta riflessione sulle sue sfide.

Research Plan in sintesi

RICERCA BIOGRAFICO-NARRATIVA



PANEL Head of e team di Comunicazione interna, appartenenti ad aziende italiane del network ASCAI e Storyfactory.

• Marzo

Setup

Definizione delle domande qualitative e quantitative con il team ASCAI.
Raccolta e analisi delle ricerche preesistenti.

• Aprile

Indagine quantitativa

Indagine condotta tramite survey su **93 rispondenti** già utilizzatori e non di AI

• Maggio

Indagine qualitativa

Indagine condotta tramite intervista in profondità a **n. 12 intervistati** già utilizzatori di AI

• Giugno

Report

Report commentato dei risultati qualitativi e quantitativi

L'*utilizzo* dell'AI: Tra attuale, potenziale e sfide

AI ADOPTION: NÉ QUESTIONE DI INDUSTRY NÉ DI DIMENSIONE

La ricerca ha in primis indagato l'adozione dell'Intelligenza Artificiale (AI) nella comunicazione interna delle aziende, rivelando che il 59% dei rispondenti non utilizza attualmente l'AI in questo ambito (Figura 1). Interessante notare che, **segmentando i risultati per settore o dimensione aziendale, non si riscontrano differenze significative che possano spiegare l'adozione o meno dell'AI.** Questi fattori, spesso considerati determinanti in altre aree, non sembrano influire sull'adozione. Piuttosto, è la cultura aziendale a giocare un ruolo cruciale, come sottolineato da uno degli intervistati:

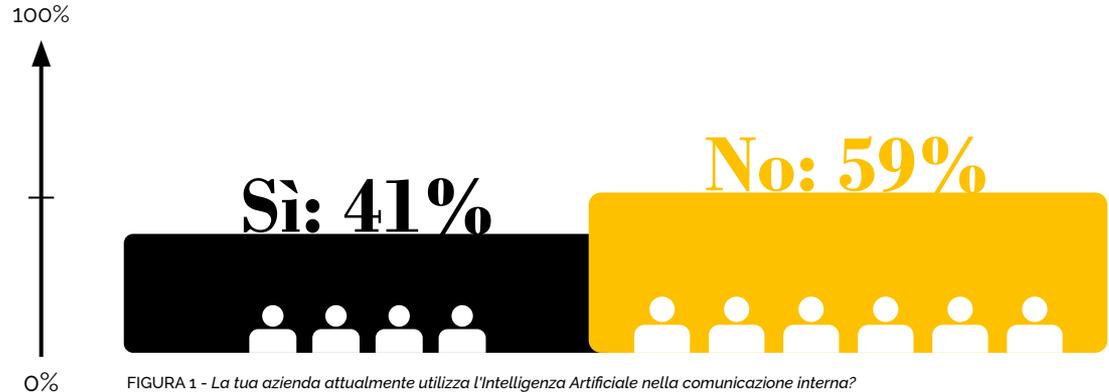


FIGURA 1 - La tua azienda attualmente utilizza l'Intelligenza Artificiale nella comunicazione interna?

"Chi non ha tra i propri driver strategici l'innovazione non si sta attivando, lasciando ampio spazio alle paure, alle aspettative e all'immaginazione delle proprie persone". **La mancanza di una chiara strategia di innovazione rischia quindi di rallentare**

l'adozione dell'Intelligenza Artificiale, sottolineando l'importanza di una visione strategica proattiva per facilitare l'integrazione di tecnologie innovative all'interno dell'organizzazione.

L'*utilizzo* dell'AI: Tra attuale, potenziale e sfide

CHI GIÀ ADOTTA L'AI: TRA SFIDE E ATTUALE USO

La principale sfida per chi già adotta l'Intelligenza Artificiale è stata la gestione della privacy (Figura 2)., come spiegato anche da un intervistato: *"La sicurezza sul dato e la privacy vanno garantite per legge. È normale che possano essere impedimenti oggettivi all'adozione"*. **La salvaguardia dei dati personali è una preoccupazione che combina aspetti tecnici, normativi ed etici**, una priorità assoluta che può rallentare l'implementazione di tecnologie e l'utilizzo di nuovi device. Quando guardiamo alle pratiche attuali e agli strumenti di utilizzo dell'AI nelle realtà che l'hanno già integrata in task quotidiani,

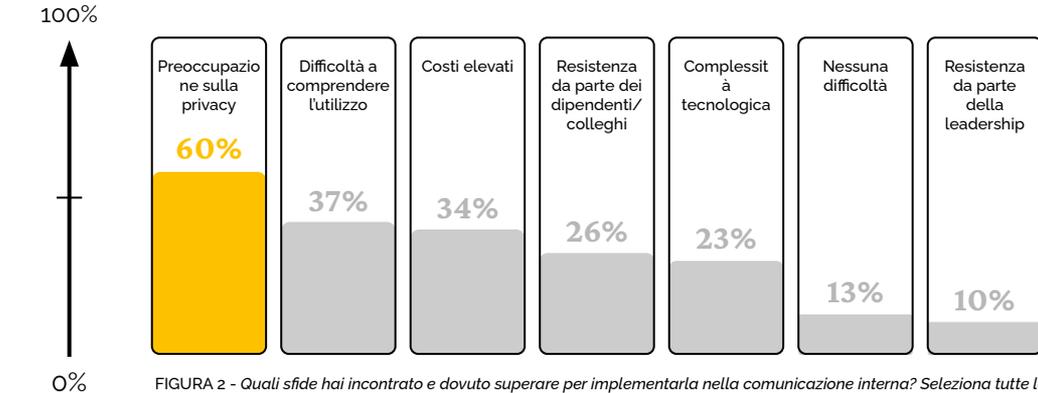


FIGURA 2 - Quali sfide hai incontrato e dovuto superare per implementarla nella comunicazione interna? Seleziona tutte le risposte pertinenti

emergono come maggiormente diffusi i chatbot, l'ottimizzazione dello speech, la creazione di materiali per le intranet e la generazione di file audio e video (Figura 3). **Non si evidenzia quindi uno scarto importante tra azioni più creative e più**

routinarie o automatizzate. Al contempo, pratiche come l'analisi di dati e meta-dati, l'automazione nell'invio di comunicazioni interne, l'analisi predittiva per messaggi personalizzati, la scrittura e diffusione di post e newsletter risultano meno diffuse.

L'*utilizzo* dell'AI: Tra attuale, potenziale e sfide

CHI ANCORA NON ADOTTA L'AI: TRA POTENZIALITÀ E BARRIERE

Dal punto di vista delle potenzialità utilizzo, tra chi ancora non adotta l'AI si evidenzia l'analisi dati e meta-dati, e anche in questo caso azioni più creative e più routinarie o automatizzate sono quasi equipollenti, a indicare che, probabilmente, l'AI non avrà mai un utilizzo univoco ma vario.

Si evince invece dall'indagine che **la mancanza di conoscenze e competenze è uno dei principali ostacoli all'uso dell'AI**, con il 71% dei rispondenti che individua proprio in questo fattore il motivo per cui la propria azienda non ha ancora intrapreso il percorso verso l'adozione, mentre il 40% evidenzia l'incertezza su come avviare

processi o pratiche legate a questa tecnologia. La formazione come leva per superare queste barriere è confermata anche dagli intervistati: *"La formazione dovrebbe concentrarsi sul mindset prima che sulle competenze tecniche"*.

Il tema non si limita a una questione di competenze e mentalità. **L'intelligenza artificiale rappresenta un tema politico prima che tecnico**. Con le parole degli intervistati: *"Se non viene definita una visione e un ruolo strategico, l'AI non viene integrata in maniera organica e organizzata"*. La mancanza di una direzione precisa potrebbe quindi ostacolare non solo l'adozione, ma anche l'efficacia di eventuali iniziative future.

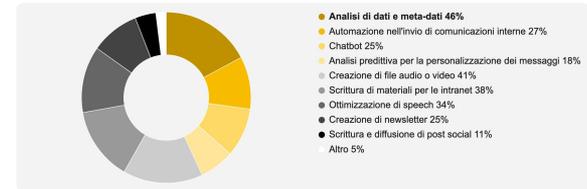
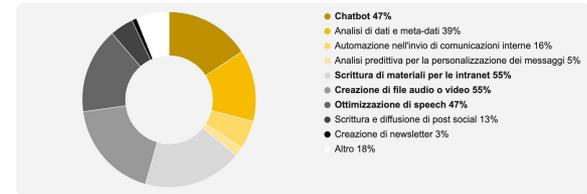


FIGURA 3 - Confronto sulle pratiche e gli strumenti di utilizzo tra rispondenti che già adottano l'AI (in alto) e rispondenti che ancora non adottano l'AI (in basso).
In alto: Selezione le 3 principali pratiche o strumenti di utilizzo tra quelli elencati. In basso: Selezione le 3 principali pratiche o strumenti tra quelli elencati per cui la utilizzeresti nel caso in cui la adottassi.

Il *ruolo* dell'AI: È davvero solo uno strumento?

AI TRA STRUMENTO E META-PERSONAGGIO

L'Intelligenza Artificiale non è vissuta da tutti allo stesso modo. Può essere **uno strumento neutro** (61% molto o del tutto d'accordo) il cui valore dipende principalmente dall'implementazione e dall'uso che se ne fa, ma anche avere caratteristiche più profonde e complesse. Il 57% degli intervistati si dichiara molto o del tutto d'accordo sul fatto che possa essere **un alleato prezioso**, o addirittura: *"Più di un collega, è come avere un intero team a disposizione"*. Correlando i dati si evince come una risposta escluda l'altra, determinando quindi posizioni opposte e inconciliabili sul tema.



FIGURA 4 - Se potessi metaforizzare l'Intelligenza Artificiale con un elemento o un concetto, quale sarebbe la tua scelta? Seleziona massimo una risposta tra quelle presentate.

UNA PERSONALITÀ MULTIFORME

Navigatore Stellare, Poeta Elettronico, Architetto Invisibile, Artigiano Digitale: non ancora del tutto determinata, l'AI assume quasi una personalità multiforme dentro l'ambiente lavorativo. Per dirlo con le parole di un intervistato: *"È come il Jazz perché è un genere musicale che lascia spazio a tanti strumenti, ma non per questo risulta dissonante. E soprattutto ti permette la libera improvvisazione"*.

Sebbene le risposte evidenzino una leggera prevalenza di concetti legati alla Tecnica e al Controllo, le percentuali relative alle diverse personalità non sono poi distanti (Figura 4).

Prospettive: Opportunità ed evoluzioni future

RISPARMIARE TEMPO E RISORSE: UNA PRIORITÀ PER TUTTI

Per tutti i rispondenti, le opportunità future per la comunicazione interna sono da individuarsi nell'**ottimizzazione delle risorse già presenti in azienda**: in termini di tempo di esecuzione e di elaborazione delle informazioni (Figura 5), l'AI è un acceleratore di efficienza ed efficacia.

AUMENTERÀ L'ADOZIONE, MA A QUALE VELOCITÀ?

Le opinioni sulla futura adozione dell'AI nel settore in questione variano notevolmente riguardo alla velocità e all'impatto che essa avrà nei prossimi tre anni. Infatti, sebbene **il 95% sul totale dei rispondenti concorda**

72%	Riduzione del carico di lavoro attraverso l'automazione di compiti ripetitivi
68%	Analisi di grandi quantità di dati, per estrarre insights e migliorare le strategie
58%	Miglioramento dell'efficienza nella produzione dei contenuti
51%	Ottimizzazione dei processi di lavoro
45%	Ottimizzazione della la ricerca e l'accesso alle risorse e alle informazioni aziendali
42%	Gestione del feedback in tempo reale per migliorare le strategie di com. interna
39%	Assistenti virtuali per le FAQ e per fornire supporto immediato ai dipendenti
27%	Creazione di un ciclo di apprendimento e adattamento delle strategie di com. basate sui dati
20%	Personalizzazione dei contenuti nella loro creazione
5%	Miglioramento dell'interazione tra dipendenti
1%	Altro

FIGURA 5 - Seleziona tutte le opportunità che ritieni l'Intelligenza Artificiale offre per migliorare la comunicazione interna

nell'affermare che un aumento di adozione ci sarà sicuramente, il 36% prevede che l'adozione crescerà notevolmente, con un impatto significativo, mentre il 34% si aspetta un incremento graduale ma con effetti molto forti. Infine,

un altro 25% ritiene che la crescita sarà più lenta, accompagnata però da un impatto moderato. Non è messo in dubbio quindi il ruolo sempre più rilevante dell'AI, ma **resta un tema cruciale la capacità di integrarla nei processi aziendali**.

Prospettive: Opportunità ed evoluzioni future

DESIDERATA E NECESSITÀ TRA I FUTURI ADOPTERS

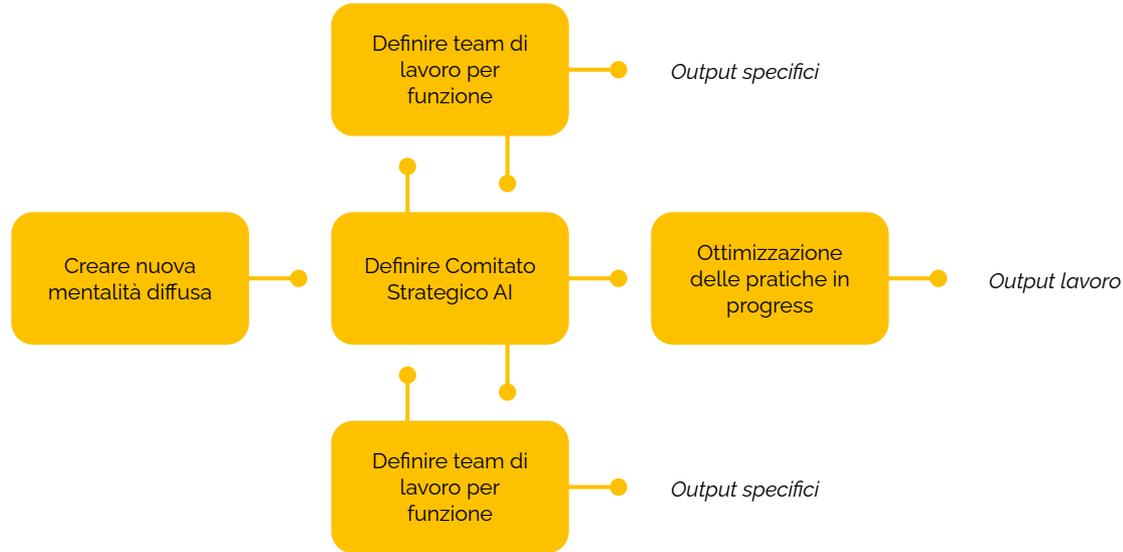
Quando si parla di desiderata tra chi ancora non ha implementato l'AI, si può leggere **una lieve predominanza sul versante della creatività a discapito dell'automazione** (Figura 6). Inoltre, il 35% degli intervistati punta sull'ottimizzazione della gestione delle informazioni, il 18% vede l'AI come uno strumento per facilitare la collaborazione tra team, il 14% desidera un potenziamento della personalizzazione delle comunicazioni e il 5% si concentra sull'uso dell'AI per il monitoraggio della sicurezza delle comunicazioni interne. Accanto a queste aspettative sull'impatto, emerge **l'esigenza di sviluppare**



FIGURA 6 - Se dovessi scegliere di usare l'IA nella comunicazione interna della tua azienda, quale tipo di impatto desideri? Seleziona max 3 risposte

competenze mirate: la formazione è percepita come un fattore chiave, con il 57% dei rispondenti che indica la necessità di acquisire **una comprensione di base** dell'IA, compresa la terminologia e i concetti fondamentali, per comprenderne appieno le potenzialità e i limiti. Allo stesso tempo, il 53% sottolinea l'**importanza della formazione in materia di etica**, evidenziando come non si tratti solo di comprensione tecnica, ma di capacità di un uso rilevante, responsabile e consapevole. **Per un'integrazione intelligente e sostenibile dell'AI, che richiede una preparazione distribuita e completa.**

Takeout - La *mappa di adoption* dell'AI

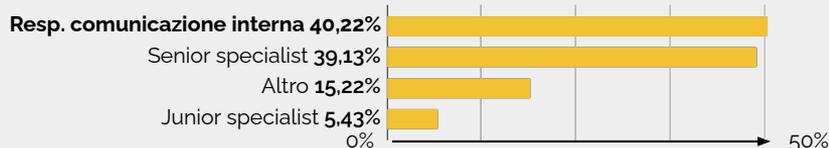


DAL MINDSET ALL'INTEGRAZIONE

È chiaro come l'adozione dell'AI non sia un processo automatico. Non esiste un output immediato con un semplice clic: **la tecnologia deve essere educata, così come le persone che la utilizzano.** Le competenze necessarie per sfruttare al meglio l'AI vanno infatti ben oltre il mero livello tecnico, coinvolgendo un mindset etico e strategico. È fondamentale anche costruire team strutturati (l'AI non si adopera da soli in azienda) che la sappiano integrare con efficacia: **il ruolo della comunicazione interna può diventare quello di guida per l'adozione all'interno dell'organizzazione.**

Appendice - *Dettagli sul campione*

Ruolo all'interno dell'azienda



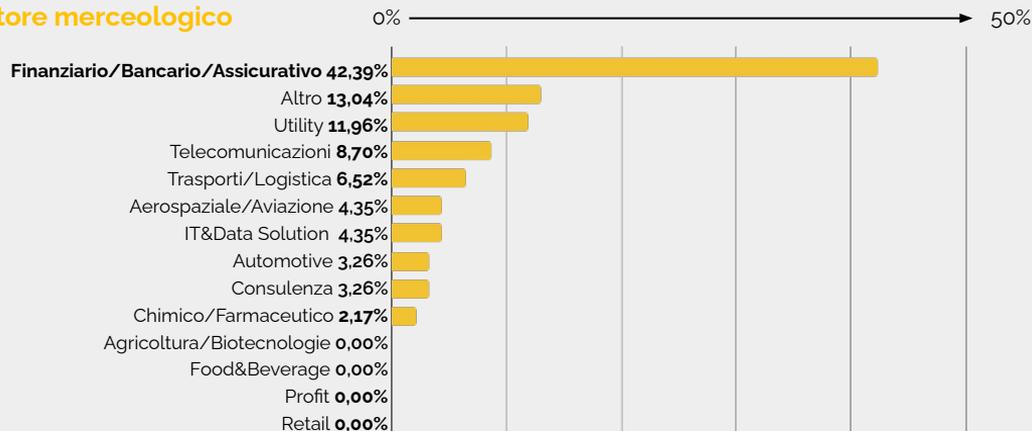
Età

Meno di 25 anni **0,00%**
25-35 anni **10,87%**
36-45 anni 32,61%
46-55 anni **30,43%**
Oltre i 55 anni **26,09%**

Genere

Uomo **39,13%**
Donna 56,52%
Preferisco non rispondere **4,35%**

Settore merceologico



Numero dipendenti

Fino a 1.000 **14,13%**
Da 1.001 a 5.000 **11,96%**
Da 5.001 a 10.000 **14,13%**
Da 10.001 a 30.000 **19,57%**
Da 30.001 a 100.000 27,17%
Da 100.001 a 250.000 **11,96%**
Oltre 250.001 **1,09%**

Esperienza nella com. interna

Fino a 5 anni **20,65%**
Da 6 a 10 anni **28,26%**
Oltre 10 anni 51,09%

Grazie



ASCAI è Centro propulsore di cultura, saperi e abilità tecniche tra professionisti della comunicazione d'impresa e rete di collegamento tra responsabili e operatori della comunicazione interna di aziende, enti e associazioni.

www.ascai.it



storyfactory:

Storyfactory è la prima Società italiana di narrazione strategica per aziende e brand, rendiamo protagonisti i pubblici dell'Azienda ed evolviamo il loro percepito attraverso lo Storytelling Inclusivo.

www.storyfactory.it

