

Comunicato stampa

Sondaggio rappresentativo di Comparis sull'utilizzo dell'intelligenza artificiale (IA)

Già tre quarti della popolazione utilizzano assistenti basati sull'IA come ChatGPT e simili.

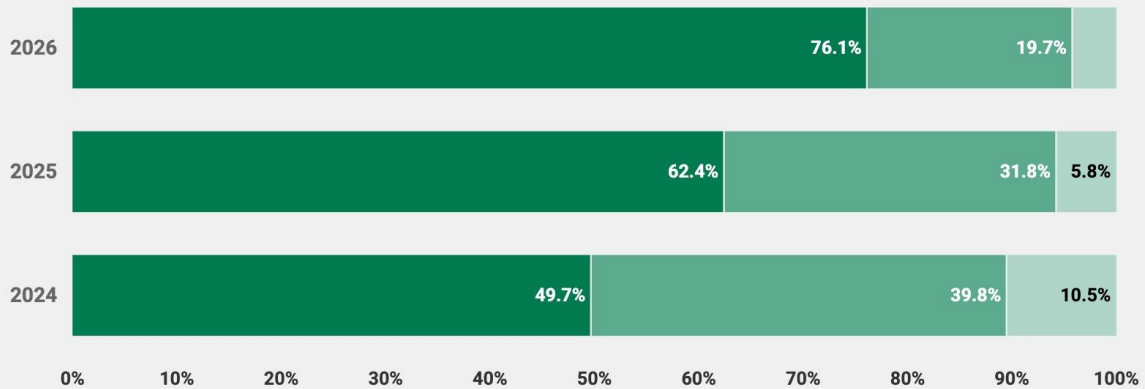
La diffusione dell'intelligenza artificiale (IA) nella vita quotidiana sta aumentando rapidamente. È quanto emerge da un sondaggio di Comparis. In Svizzera, già il 76% della popolazione adulta utilizza strumenti come ChatGPT e simili. Mentre nel 2024 era solo il 50%. L'uso è molto più diffuso nella Svizzera romanda rispetto alla Svizzera tedesca. Complessivamente, oltre il 70% degli intervistati accetta già i chatbot come supporto per la ricerca sui siti web o per le richieste sullo stato di una consegna. Tuttavia, oltre la metà degli intervistati non vuole condividere per nessuna ragione informazioni sui propri problemi psichici. «L'intelligenza artificiale è passata dall'hype iniziale alla quotidianità. Per molti utenti è già un qualcosa di naturale, proprio come lo smartphone», afferma Jean-Claude Frick, esperto Comparis in tecnologie digitali.

Zurigo, 02 aprile 2026 – L'intelligenza artificiale (IA) è finalmente entrata a far parte della vita quotidiana della popolazione svizzera. La percentuale di persone che utilizza chatbot basati sull'IA come ChatGPT, Google Gemini, Perplexity e altri è aumentata rapidamente. Nel 2024, questa percentuale era del 49,7%, nel 2025 è salita al 62,4% e nel 2026 ha addirittura raggiunto il 76,1%. È quanto emerge da un sondaggio rappresentativo del servizio di confronti online Comparis. «L'utilizzo degli strumenti di IA sta diventando sempre più naturale. Grazie alle funzioni di IA nella ricerca Google, oggi praticamente tutti gli utenti di Internet entrano automaticamente in contatto con l'intelligenza artificiale», afferma Jean-Claude Frick, esperto Comparis in tecnologie digitali.

Tre quarti degli svizzeri hanno già utilizzato un chatbot IA

Ha già utilizzato almeno una volta ChatGPT, Perplexity, Grok o la modalità IA di Google, ovvero Gemini?

■ Sì ■ No ■ Nessuna indicazione



Fonte: sondaggio rappresentativo dell'istituto di ricerche di mercato Innofact (1'035 adulti intervistati, marzo 2026)

[comparis.ch](https://www.comparis.ch)

[Al grafico \(codice embed allegato\)](#)

IA utilizzata maggiormente da giovani, persone con un alto livello di formazione, persone con un reddito elevato e svizzeri romandi

Tuttavia, l'utilizzo dei chatbot basati sull'IA varia notevolmente: nella fascia di età tra i 18 e i 35 anni, il tasso di utilizzo raggiunge un impressionante 90,1%. Tra le persone di età compresa tra i 36 e i 55 anni e quelle di età superiore ai 56 anni la percentuale di utilizzo di questi strumenti è invece rispettivamente dell'81,6% e solo del 52,1%.

Anche il livello di formazione e la dimensione del nucleo familiare influiscono sull'utilizzo: l'82,5% delle persone con un'istruzione superiore utilizza questi strumenti, rispetto al 69,4% delle persone con un livello di formazione medio-basso. Le famiglie di 3 o più persone presentano un tasso di utilizzo dell'83,0%, rispetto al 71,4% delle famiglie di 1 persona.

A incidere in modo significativo è anche il reddito. Tra le economie domestiche con un reddito superiore a 8'000 franchi, l'85,9% utilizza questi strumenti. Per i redditi compresi tra 4'000 e 8'000 franchi, la percentuale è del 76,6%, mentre tra le persone con un reddito fino a 4'000 franchi solo il 55,7% utilizza gli strumenti.

Una differenza a livello regionale emerge nella distribuzione linguistica. Nella Svizzera romanda, l'81,6% utilizza gli strumenti di IA, rispetto al 74,1% della Svizzera tedesca.

Oltre il 40% degli intervistati utilizza i chatbot per effettuare ricerche sul web

Gli assistenti basati sull'IA vengono utilizzati soprattutto per la ricerca di informazioni su internet al posto di un motore di ricerca. Già il 41,6% delle persone che conosce i chatbot utilizza ChatGPT e simili al posto delle classiche query di ricerca con Google o Bing, una percentuale significativamente superiore a quella del 2024 (27,2%).

Per il lavoro quotidiano, ad esempio per la creazione di riepiloghi o la formulazione di testi, l'utilizzo è aumentato, passando dal 26,6% del 2025 al 31,4% degli utenti di chatbot nel 2026.

I chatbot sono particolarmente apprezzati per la ricerca di informazioni su internet



Ambiti in cui i partecipanti utilizzano chatbot interattivi

Ricerca di informazioni su internet al posto dei motori di ricerca (ad es. Google)



Lavoro quotidiano (ad es. formulare dei testi)



E-commerce (in uno shop online)



Ricerca di informazioni su internet al posto di un motore di ricerca video (ad es. Tiktok)



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

Fonte: sondaggio rappresentativo dell'istituto di ricerche di mercato Innofact (1'035 adulti intervistati, marzo 2026)

comparis.ch

[Al grafico \(codice embed allegato\)](#)

«Ottenere informazioni con un chatbot è facile e veloce. I motori di ricerca classici, che forniscono solo link, sono sotto pressione e sono destinati a scomparire», prevede Frick.

La comunicazione scritta consolida ulteriormente la sua posizione di preferenza

Per quanto riguarda la modalità di interazione con i chatbot, la comunicazione scritta tramite chat su un sito web o in un'app per smartphone continua a guadagnare popolarità ed è attualmente la preferita: il 59,2% degli intervistati ha ritenuto interessante l'opzione di digitazione nel 2024, il 61,6% nel 2025 e il 61,9% nel 2026. «Chattare con un'IA da l'impressione di scambiare messaggi WhatsApp con gli amici. L'input vocale, invece, spesso appare ancora innaturale e non è una buona scelta, ad esempio in un ufficio open space o in autobus», spiega Frick.

Sebbene la comunicazione telefonica mostri una tendenza leggermente positiva, rimane nettamente in svantaggio. Il 31,4% degli intervistati ha ritenuto interessante questa opzione nel 2024, il 34,0% nel 2025 e il 33,8% nel 2026.

Nonostante l'esperienza immersiva, la videoconferenza con un avatar continua a non essere apprezzata. L'attrattività è infatti aumentata dal 22,4% del 2024 al 24,3% del 2025, per poi diminuire nuovamente, seppur leggermente, al 22,8% nel 2026.

L'IA non può commettere più errori delle persone

Nel corso degli anni, è emerso chiaramente che, indipendentemente dall'operazione svolta con un chatbot, gli errori vengono tollerati in misura nettamente inferiore rispetto a quelli di un interlocutore umano. Circa due terzi degli intervistati (attualmente il 62,9%) continuano a tollerare meno gli errori di un chatbot rispetto a quelli di un interlocutore umano.

Errori meno accettati nei chatbot IA rispetto agli esseri umani



È più disposto/a ad accettare errori di un chatbot o rispetto a un interlocutore umano?

■ Sì ■ No ■ Nessuna indicazione



Fonte: sondaggio rappresentativo dell'istituto di ricerche di mercato Innofact (1'035 adulti intervistati, marzo 2026)

comparis.ch

[Al grafico \(codice embed allegato\)](#)

«Le aspettative nei confronti dell'IA sono elevate: dovrebbe funzionare nel modo più privo di errori possibile. Allo stesso tempo, le allucinazioni restano un rischio concreto. Soprattutto in un contesto aziendale, dove possono trasformarsi rapidamente in un problema di reputazione», afferma l'esperto Comparis in tecnologie digitali.

I dati sulla salute restano un ambito sensibile

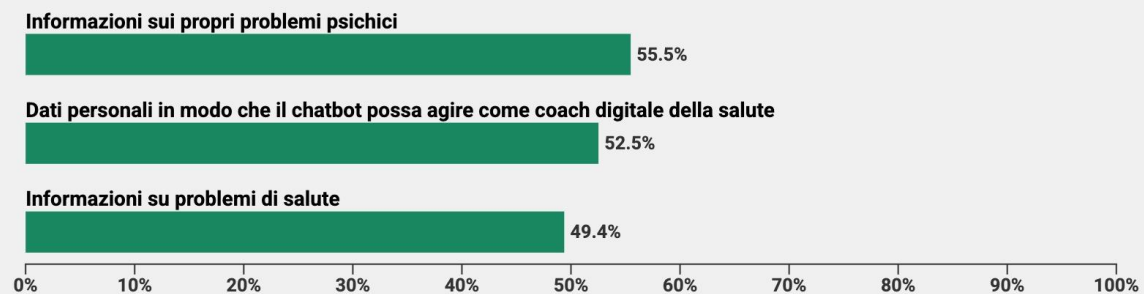
I risultati del sondaggio mostrano nette differenze nella disponibilità ad affidare informazioni a un chatbot. Lo scetticismo è particolarmente elevato quando si tratta di condividere informazioni sui propri problemi psichici. Oltre la metà degli intervistati, il 55,5%, non condividerebbe tali informazioni con un chatbot. Ciò vale non solo per ChatGPT e simili, ma anche per i robot interattivi di operatori sanitari, assicuratori o altri fornitori. In questo caso, le donne si dimostrano più caute degli uomini, con una percentuale rispettivamente del 58,8% e del 52,1%.

Allo stesso modo, il 52,5% degli intervistati si oppone alla comunicazione di dati personali per l'utilizzo di un chatbot come coach per la salute. Una tendenza simile si riscontra anche per i problemi di salute fisica. Quasi la metà dei partecipanti, il 49,4%, non condivide assolutamente tali informazioni.

Le informazioni sui propri problemi di salute non vengono affidate all'IA



Cosa non affiderebbe mai a un chatbot?



Fonte: sondaggio rappresentativo dell'istituto di ricerche di mercato Innofact (1'035 adulti intervistati, marzo 2026)

comparis.ch

[Al grafico \(codice embed allegato\)](#)

«La riluttanza a condividere i dati personali è giustificata e non dovrebbe riguardare solo le informazioni sulla salute. Anche informazioni apparentemente innocue possono rivelare su di noi più di quanto ci rendiamo conto», spiega Frick.

Per le richieste di informazioni sui prodotti e le registrazioni semplici, il robot ha la precedenza sull'essere umano

Tuttavia, ci sono temi per i quali gli intervistati preferiscono comunicare con un chatbot piuttosto che con una persona. Per le richieste relative allo stato della consegna, il consenso è particolarmente elevato, con un tasso di approvazione del 70,4%. Anche per le domande su prodotti o servizi, oltre la metà degli intervistati, il 58%, preferisce rivolgersi a un robot. Anche per la registrazione iniziale, il 51% preferisce utilizzare la tecnologia IA.

Consigli per i consumatori

Eliminare la cronologia

ChatGPT e simili personalizzano le risposte in modo ancora più marcato rispetto a una ricerca su Google effettuata in modalità non in incognito. Per ottenere risultati il più possibile neutri, conviene cancellare la cronologia o utilizzare la modalità di navigazione in incognito, ad esempio su Perplexity.

Porre domande in forma anonima

Se si vogliono ottenere informazioni su problemi di salute o psicologici e si intende utilizzare a tale scopo chatbot AI come ChatGPT, non si dovrebbe parlare di sé, ma di terzi: «La mia ragazza soffre di...».

Prestare attenzione alla protezione dei dati

I chatbot basati sull'IA sono strumenti pratici per analizzare, riassumere ed elaborare documenti. Prima di caricare un documento, occorre verificare se contiene dati sensibili che vanno preventivamente resi anonimi.

Metodologia

Il sondaggio rappresentativo è stato condotto nel mese di marzo 2026 dall'istituto di ricerche di mercato Innofact, su incarico di Comparis, e ha coinvolto 1'035 persone in tutte le regioni della Svizzera. Con «rappresentativo» si intende che i partecipanti a un sondaggio riflettono bene l'intero gruppo target. In altre parole, caratteristiche importanti come età, sesso o regione di residenza sono distribuite in modo simile a quelle dell'intera popolazione. Ciò consente di estendere meglio i risultati all'intera popolazione.

Maggiori informazioni:

Jean-Claude Frick
esperto in tecnologie digitali
telefono +41 (0)44 360 53 91
media@comparis.ch
comparis.ch

Allegato

Embeded-Codes dei grafici

«Tre quarti degli svizzeri hanno già utilizzato un chatbot IA»

iframe:

```
<iframe src='https://flo.uri.sh/visualisation/28260783/embed' title='Interactive or visual content' class='flourish-embed-iframe' frameborder='0' scrolling='no' style='width:100%;height:600px;' sandbox='allow-same-origin allow-forms allow-scripts allow-downloads allow-popups allow-popups-to-escape-sandbox allow-top-navigation-by-user-activation'></iframe>
```

script:

```
<div class="flourish-embed flourish-chart" data-src="visualisation/28260783?1068018"><script src="https://public.flourish.studio/resources/embed.js"></script><noscript></noscript></div>
```

«I chatbot sono particolarmente apprezzati per la ricerca di informazioni su internet»

iframe:

```
<iframe src='https://flo.uri.sh/visualisation/28260783/embed' title='Interactive or visual content' class='flourish-embed-iframe' frameborder='0' scrolling='no' style='width:100%;height:600px;' sandbox='allow-same-origin allow-forms allow-scripts allow-downloads allow-popups allow-popups-to-escape-sandbox allow-top-navigation-by-user-activation'></iframe>
```

script:

```
<div class="flourish-embed flourish-chart" data-src="visualisation/28260785?1068018"><script src="https://public.flourish.studio/resources/embed.js"></script><noscript></noscript></div>
```

«Errori meno accettati nei chatbot IA rispetto agli esseri umani»

iframe:

```
<iframe src='https://flo.uri.sh/visualisation/28260787/embed' title='Interactive or visual content' class='flourish-embed-iframe' frameborder='0' scrolling='no' style='width:100%;height:600px;' sandbox='allow-same-origin allow-forms allow-scripts allow-downloads allow-popups allow-popups-to-escape-sandbox allow-top-navigation-by-user-activation'></iframe>
```

script:

```
<div class="flourish-embed flourish-chart" data-src="visualisation/28260787?1068018"><script src="https://public.flourish.studio/resources/embed.js"></script><noscript></noscript></div>
```

«Le informazioni sui propri problemi di salute non vengono affidate all'IA»

iframe:

```
<iframe src='https://flo.uri.sh/visualisation/28260788/embed' title='Interactive or visual content'  
class='flourish-embed-iframe' frameborder='0' scrolling='no' style='width:100%;height:600px;'  
sandbox='allow-same-origin allow-forms allow-scripts allow-downloads allow-popups allow-  
popups-to-escape-sandbox allow-top-navigation-by-user-activation'></iframe>
```

script:

```
<div class="flourish-embed flourish-chart" data-src="visualisation/28260788?1068018"><script  
src="https://public.flourish.studio/resources/embed.js"></script><noscript></noscript></div>
```

Chi è comparis.ch

Con oltre 80 milioni di visite all'anno, comparis.ch è uno dei siti web svizzeri più utilizzati. L'azienda confronta tariffe e prestazioni di casse malati, assicurazioni, banche e gestori di telefonia e presenta la più grande offerta online di auto e immobili in Svizzera. Grazie ad ampi confronti e valutazioni esaustive, Comparis porta trasparenza sul mercato, rafforzando così il potere decisionale dei consumatori. La società è stata fondata nel 1996 dall'economista Richard Eisler ed è di proprietà privata. L'azienda appartiene ancora oggi principalmente al fondatore Richard Eisler. Comparis non è partecipata né dallo Stato né da altre imprese.