



UNIVERSITÀ  
CATTOLICA  
del Sacro Cuore

## COMUNICATO STAMPA

Contatti:

Media Relations Credem

0522 582075

02 77426202

rel@credem.it - [www.credem.it](http://www.credem.it)

Ufficio stampa Università Cattolica

335 7125703 (Nicola Cerbino)

335 1223934 (Emanuela Gazzotti)

ufficio.stampa@unicatt.it - [www.cattolicanews.it](http://www.cattolicanews.it)

18 marzo 2026

# UN ITALIANO SU TRE È INTERESSATO A INFLAZIONE E CAROVITA. L'IA USATA DALL'83%

**I dati della ricerca annuale continuativa sui temi di interesse degli italiani realizzata dall'Osservatorio Opinion Leader 4 Future Credem e Università Cattolica sono presentati a Milano al 4° convegno annuale.**

- *Dalla nuova ricerca\* di marzo 2026 dell'Osservatorio emerge che per gli italiani il tema più rilevante è il **costo della vita (33%)**, seguito dal **dibattito su politica interna (30%)** e dalle preoccupazioni per i conflitti internazionali in **Ucraina (19%)** e **Medio Oriente (17%)**;*
- *convegno a Milano in Università Cattolica per approfondire i risultati di ricerca e l'impatto dell'**Intelligenza Artificiale** sul mondo dell'informazione;*
- *l'**Osservatorio Opinion Leader 4 Future**, nato nel 2023 dalla collaborazione tra Gruppo Credem e l'Università Cattolica come progetto di carattere sociale, civile e di comunicazione, ha con queste ultime iniziative conseguito importanti risultati di divulgazione: 32 ricerche, oltre 30 workshop, quasi 20 mila persone intervistate e oltre 1200 articoli.*

**Temi economici (33%), dibattito su politica interna nazionale (30%) e conflitti internazionali in Ucraina (19%) e Medio Oriente (17%),** sono questi gli argomenti di maggior interesse degli italiani secondo la nuova edizione della ricerca continuativa (condotta tra l'1 e il 2 marzo)\* dell'**Osservatorio Opinion Leader 4 Future** che sarà presentata oggi a Milano, in occasione del 4° evento annuale in Università Cattolica del Sacro Cuore, che tratterà l'impatto sull'informazione dell'intelligenza artificiale che è già



UNIVERSITÀ  
CATTOLICA  
del Sacro Cuore

## COMUNICATO STAMPA

usata quotidianamente dall'**83%\*\*** della popolazione italiana ed in particolare dal **31,5%** per informarsi, affiancandosi a testate giornalistiche e i social media.

L'Osservatorio Opinion Leader 4 Future è un progetto di carattere sociale, civile e di comunicazione costituito tre anni fa da **Credem** e **ALMED** (Alta Scuola in media, comunicazione e spettacolo dell'**Università Cattolica del Sacro Cuore**) con l'obiettivo di contribuire al miglioramento della cultura informativa e accrescere il grado di conoscenza delle persone sui temi rilevanti della vita e prosegue il lavoro realizzato nel triennio 2020-2022 da Opinion Leader 4 Future per analizzare il ruolo degli opinion leader nel panorama informativo e la circolazione delle informazioni. Il progetto ha conseguito importanti risultati di divulgazione attraverso le attività di comunicazione e il lavoro di ricerca svolto dal team dell'Università Cattolica: 32 ricerche, oltre 30 workshop, quasi 20 mila persone intervistate e oltre 1200 articoli.

### LA 4<sup>A</sup> RICERCA SUI TEMI RILEVANTI PER GLI ITALIANI

Il sondaggio\* condotto dai ricercatori dell'**Università Cattolica**, in collaborazione con l'istituto di ricerca **Bilendi**, rivela che per il **33%** degli italiani il tema informativo di maggiore interesse nei primi mesi del 2026 è **l'inflazione e il caro vita**, seguito (**30%**) dal **dibattito su politica interna nazionale**. Al terzo posto, ma con un evidente scarto, i **conflitti in Ucraina (19%)** e in **Medio Oriente (17%)** (grafico 1).

**GRAFICO 1 - Risultati ricerca tra l'1 e il 2 marzo 2026 sui temi rilevanti** (valori espressi in percentuale)  
*In questi primi mesi del 2026 quali sono stati i temi informativi che ti hanno più interessato?*  
(Massimo 3 risposte)



## COMUNICATO STAMPA

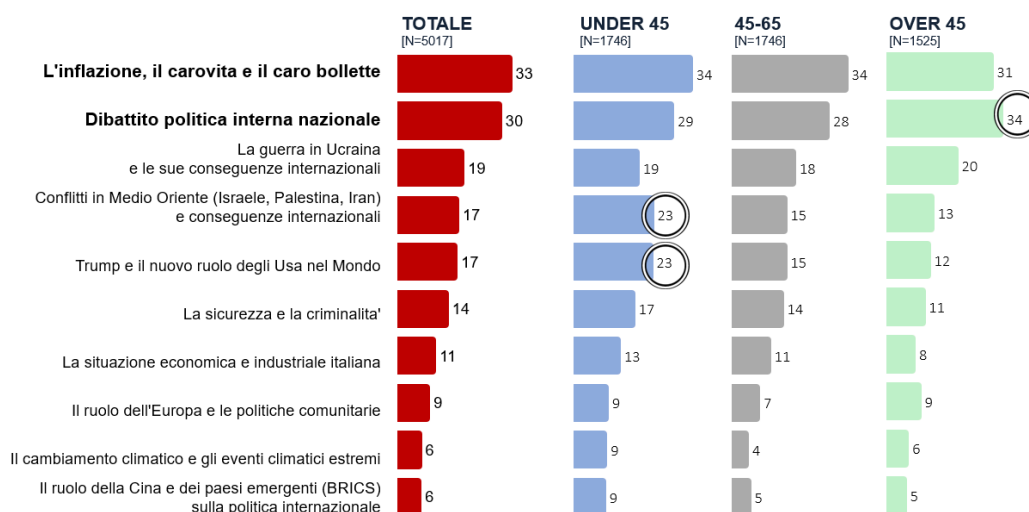
### DIFFERENZE PER ETÀ

A livello di **fasce anagrafiche**, emergono significative differenze con un interesse maggiore da parte dei giovani nei confronti della politica internazionale, contrariamente agli individui di età superiore ai 65 anni, i quali tendono a concentrarsi maggiormente sulla politica nazionale (grafico 2):

- la **politica Usa e la guerra in Medio Oriente** sono menzionate dal **23%** degli **under 45**, mentre da meno del 15% delle fasce anagrafiche più elevate;
- la rilevanza della **politica interna nazionale raggiunge il 34%** tra gli **over 65 anni**, mentre si attesta al 28-29% per gli under 65 anni.

### GRAFICO 2 - Risultati ricerca tra l'1 e il 2 marzo 2026 marzo 2026: Totale Vs Età (valori espressi in percentuale)

*In questi primi mesi del 2026 quali sono stati i temi informativi che ti hanno più interessato? (Massimo 3 risposte)*

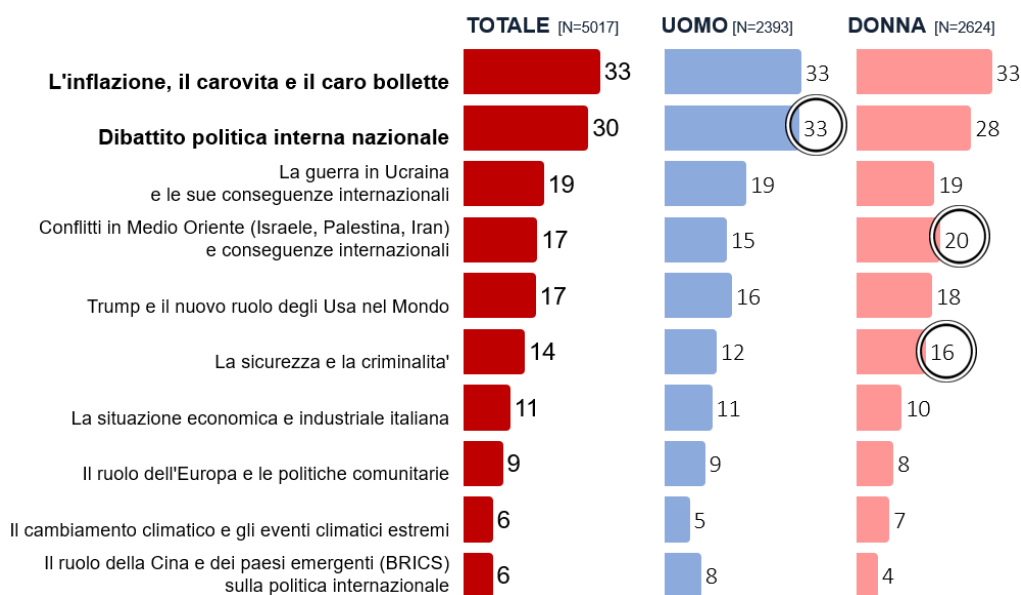


### DIFFERENZE DI GENERE

Per quanto riguarda le **differenze di genere**, si osserva una maggiore attenzione da parte delle donne nei confronti delle tematiche legate alla **sicurezza e alla criminalità**, con una citazione del **16% delle donne** intervistate rispetto al 12% degli uomini. Inoltre, le donne mostrano un interesse superiore per i **conflitti in Medio Oriente**, con una percentuale del **20%** rispetto al 15% degli uomini (grafico 3).

## COMUNICATO STAMPA

**GRAFICO 3 - Risultati ricerca tra l'1 e il 2 marzo 2026: Totale Vs Genere** (valori espressi in percentuale)  
In questi primi mesi del 2026 quali sono stati i temi informativi che ti hanno più interessato?  
(Massimo 3 risposte)



### RUOLO INTELLIGENZA ARTIFICIALE

L'**83%** della popolazione italiana fa uso di almeno una piattaforma di intelligenza artificiale\*\*. In particolare, come fonte informativa, il **43%** degli intervistati la utilizza abitualmente per approfondire interessi personali, mentre il **31,5%** vi ricorre per l'aggiornamento costante sull'attualità.

### IL 4° CONVEGNO ANNUALE DELL'OSSERVATORIO OPINION LEADER 4 FUTURE

Queste evidenze saranno alla base del 4° convegno annuale dell'Osservatorio, intitolato **“Tra intelligenza artificiale e vivente: nuove sfide per la fruizione informativa”**, che si terrà il **18 marzo 2026 presso la sede dell'Università Cattolica del Sacro Cuore in Largo Gemelli 1 a Milano (Aula Bontadini - dalle h 11.30 alle h 13.30)**. L'evento approfondirà l'impatto dell'intelligenza artificiale, le sfide etiche e deontologiche e le nuove dinamiche tra tecnologia e società nel panorama informativo. L'obiettivo è fornire strumenti per orientarsi con consapevolezza, comprendere fenomeni complessi e condividere strumenti utili per contrastare fake news e bias cognitivi.

Per il programma completo, si rimanda al programma in allegato.

*“L'affermazione dell'Intelligenza Artificiale e la velocità della disintermediazione digitale impongono oggi un modello evoluto, una nuova etica: la tecnologia può democratizzare l'accesso alle informazioni, ma non può sostituire la profondità della guida e della relazione umana”*, ha dichiarato **Maurizio Giglioli**,



UNIVERSITÀ  
CATTOLICA  
del Sacro Cuore

## COMUNICATO STAMPA

Direttore Marketing Credem. *“Infatti la relazione umana e la fiducia sono per noi il motore attraverso il quale creare valore e benessere per le persone”*, ha concluso Giglioli.

*“Frammentazione, sovrabbondanza, nuove tecnologie, sono solo alcuni degli elementi che stanno investendo il mondo dell’informazione”*, ha dichiarato **Luigi Ianesi**, Responsabile relazioni esterne di Credem. *“Venti anni fa una persona informata era una persona che leggeva molto, ai giorni nostri, invece, è l’esatto contrario. Si ha sempre più bisogno di inserire un filtro per non essere investiti da una quantità di informazioni impossibile da gestire”*, ha proseguito Ianesi. *“Il nostro impegno a favore dell’Osservatorio Opinion Leader 4 Future è da leggersi proprio in questo contesto. L’obiettivo che ci siamo posti è aiutare le persone a comprendere la realtà in cui viviamo per favorire il benessere della collettività, diventando punto di riferimento per l’informazione consapevole”*, ha concluso Ianesi.

*“L’intelligenza artificiale è diventata una risorsa fondamentale nel processo di approvvigionamento delle informazioni. Dall’ultima rilevazione condotta dall’Osservatorio Opinion Leader 4 Future emerge che un italiano adulto su tre utilizza l’AI per informarsi sui temi di attualità. L’impatto dell’AI è tuttavia molto più rilevante; Intelligenza Artificiale e Intelligenza Artificiale Generativa sono infatti ormai strumenti imprescindibili del lavoro di redazione, impiegati nell’automatizzazione delle attività di back-end, ma anche nella profilazione degli utenti, nella definizione dei flussi informativi e nella scrittura delle notizie. Far crescere la consapevolezza personale e pubblica sul suo uso più appropriato rappresenta dunque una necessità non più eludibile”*, ha dichiarato **Mariagrazia Fanchi**, Direttrice ALMED (Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo).

**L’Osservatorio Opinion Leader 4 Future - Credem e Università Cattolica** nasce nel marzo del 2023 dalla collaborazione tra Gruppo Credem e l’Alta Scuola in Media Comunicazione e Spettacolo (ALMED) dell’Università Cattolica e si pone come punto di riferimento per l’informazione consapevole per contribuire al miglioramento della cultura informativa su argomenti altamente rilevanti per la formazione dell’opinione pubblica e per le scelte di vita delle persone (tra cui salute, sicurezza, finanza personale, sostenibilità ed educazione). L’Osservatorio ha ereditato e sviluppato ulteriormente il lavoro svolto da Opinion Leader 4 Future, il progetto triennale nato nel 2020 da una collaborazione tra Credem e l’Università Cattolica per analizzare il ruolo degli opinion leader nel panorama informativo e la circolazione delle informazioni. Trasversalmente ai diversi ambiti, L’Osservatorio intende promuovere e valorizzare un’informazione utile e “contributiva”, capace cioè di offrire conoscenze e strumenti alla cittadinanza per muoversi con maggiore consapevolezza e senso critico, non solo a proprio vantaggio, ma anche in un’ottica di contribuzione a favore della società e dei beni comuni. Dall’avvio del progetto, poi diventato Osservatorio, sono stati conseguiti importanti risultati: 32 ricerche, oltre 30 workshop, quasi 20 mila persone intervistate e oltre 1200 articoli.

### NOTA METODOLOGICA

\* Survey quantitativa via web (tra l’1 e il 2 marzo 2026) su panel proprietario Bilendi: 5000 soggetti rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne.

\*\* Survey quantitativa via web (quarto trimestre 2025) su panel proprietario Bilendi: 500 soggetti rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne.