

# **Mini Piano di Comunicazione sull'Intelligenza Artificiale (IA)**

## Sommario

|                                                                |   |
|----------------------------------------------------------------|---|
| Analisi dello scenario .....                                   | 3 |
| Obiettivi di comunicazione .....                               | 3 |
| Individuazione e segmentazione dei target di riferimento ..... | 3 |
| Scelte strategiche e di contenuto .....                        | 4 |
| Timeline e costi .....                                         | 5 |
| Misurazione dei risultati .....                                | 5 |

## Analisi dello scenario

Con la legge 23 settembre 2025, n. 132 "Disposizioni e deleghe al Governo in materia di intelligenza artificiale" che interviene nel campo della regolazione dell'intelligenza artificiale, AgID è individuata quale Autorità nazionale per l'Intelligenza Artificiale, insieme ad ACN (Art.20).

L'Agenzia è responsabile di promuovere l'innovazione e lo sviluppo dell'intelligenza artificiale; provvede altresì a definire le procedure e a esercitare le funzioni e i compiti in materia di notifica, valutazione, accreditamento e monitoraggio dei soggetti incaricati di verificare la conformità dei sistemi di intelligenza artificiale, secondo quanto previsto dalla normativa nazionale e dell'Unione europea.

Il piano di comunicazione sarà cruciale per diffondere la conoscenza sulle nuove competenze e le attività realizzate.

## Obiettivi di comunicazione

L'obiettivo principale del piano di comunicazione è promuovere i compiti assegnati e le attività svolte da AgID nel ruolo di autorità nazionale per l'IA, creando consapevolezza sulla sua importanza e utilità, sia per il cittadino sia per la Pubblica Amministrazione e le imprese, stimolando l'interesse verso le attività intraprese e gli strumenti messi a disposizione.

I macro obiettivi individuati sono:

- far conoscere il ruolo e i compiti di AgID in tema di IA;
- informare gli stakeholder dell'esistenza di obblighi normativi e delle Linee guida che disciplinano l'IA;
- promuovere l'adozione responsabile dell'IA, favorendo innovazione e competitività;
- formare dipendenti pubblici e cittadini sui temi legati all'IA;
- diffondere consapevolezza sull'IA, le opportunità e i rischi.

## Individuazione e segmentazione dei target di riferimento

I principali target individuati sono:

- cittadini;
- imprese e professionisti;
- Pubbliche Amministrazioni/RTD;
- mondo della ricerca e accademia;
- media e opinione pubblica.

## Scelte strategiche e di contenuto

Di seguito i messaggi chiave che si intende veicolare.

1. L'IA deve essere antropocentrica, trasparente, sicura e inclusiva.
2. AgID è il punto di riferimento nazionale per linee guida, supporto e monitoraggio.
3. L'adozione dell'IA offre opportunità concrete per modernizzare la PA e rafforzare la competitività delle imprese.
4. Conoscere l'IA, i suoi rischi e le opportunità è fondamentale per cittadini e lavoratori.

## Strategia di comunicazione multicanale

L'IA è un tema complesso: implica concetti tecnici (modelli, algoritmi, bias, supervisione umana), implicazioni normative (privacy, responsabilità, sicurezza, diritti fondamentali) e scenari di uso molto vari (PA, lavoro, sanità, imprese).

La strategia multicanale permette di raggiungere i target individuati in modo più efficace, anche differenziando il messaggio in base al livello di conoscenza, all'interesse, al contesto.

I soggetti interessati sono molteplici: cittadini, imprese, pubbliche amministrazioni, professionisti, mondo della ricerca, media, decisori politici. Ognuno ha preoccupazioni, priorità, linguaggi diversi. I canali vanno scelti per raggiungere ciascun gruppo.

Fra le azioni e i mezzi di comunicazione figurano:

- Aggiornamento costante della pagina tematica del sito istituzionale [www.agid.gov.it](http://www.agid.gov.it)
- Pubblicazione di news e aggiornamenti sulle attività svolte
- Newsletter
- Promozione delle Linee guida (nelle fasi di consultazione, pubblicazione, diffusione)
- Attività di media relations per articoli, interviste, redazionali
- Campagna social con pubblicazione di card, caroselli e infografiche
- Campagna social con pubblicazione di video/reel
- Campagne pubblicitarie su media tradizionali
- Eventi (partecipazione a eventi di settore, organizzazione di eventi *ad hoc* a cura di AgID)
- Realizzazione di webinar di approfondimento sulle attività e le Linee guida
- Promozione dei percorsi formativi realizzati (AgID Academy, altre iniziative)
- Campagna di mail massiva a tutti gli RTD per loro ingaggio sulle attività
- Promozione e sviluppo della community tematica su Rete Digitale

## Timeline e costi

Le attività di comunicazione saranno programmate nel corso del 2026, anche in linea con gli impegni e le scadenze legate alle iniziative messe in campo da AgID; sarà costantemente redatto un piano editoriale.

Le azioni vengono realizzate con il personale interni dell'Agenzia (Ufficio comunicazione, in collaborazione con le altre aree coinvolte).

Un eventuale budget disponibile potrà essere utilizzato per eventi, azioni pubblicitarie su media tradizionali e sui canali social.

## Misurazione dei risultati

Principali KPI:

- numero di articoli, servizi, interviste sui media;
- numero di impression, condivisioni, commenti, like ai post sui social;
- numero partecipanti a webinar ed eventi in presenza;