



Italia
Charter Chapter

Ricerca AI&Coaching 2025

Ricerca sull'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale dei coach e nel coaching

*Documento approfondito comprensivo dell'Executive
Summary.*

Versione 2.1 del 04/02/2026

Il presente documento è stato curato e redatto dal Team di Ricerca AI&Coaching del Comitato Scientifico di ICF Italia

Il Team di Ricerca:

- *Gabriella Campanile,*
- *Adriana De Pasquale,*
- *Rocco Fanello,*
- *Maria Rita Fiasco,*
- *Silvia Fragola,*
- *Anna Gallotti,*
- *Iryna Kozar,*
- *Leonardo Milan,*
- *Mila Miscia,*
- *Monica Urbani.*

Ricerca AI&Coaching 2025

Documento approfondito comprensivo dell'Executive Summary. Versione 2.1 del 04/02/2026

Indice generale

Indice generale	3
1. Executive Summary	4
2. Premessa e contesto	9
2.1 Overview	9
2.2 Finalità della ricerca	9
3. Legenda, riferimenti e metodologia	10
3.1 Legenda di termini essenziali	10
3.2 Riferimenti di contesto e ricerca	11
3.3 Descrizione della survey	13
3.4 Campione e criteri di profilazione	14
3.5 Le dimensioni esplorate e le scale Likert	15
4. Profilo dei partecipanti	16
4.1 Dati socio-demografici e professionali	16
4.2 Esperienza e volume di pratica	19
4.3 Credenziali ICF	25
4.4 Ambiti di intervento	28
4.5 Sintesi del capitolo	31
5. Diffusione e utilizzo dell'Intelligenza Artificiale	32
5.1 Livelli di adozione (Dashboard – Totale campione)	33
6. Ambiti, vantaggi e preoccupazioni sull'utilizzo dell'AI nel coaching	34
6.1 Ambiti di utilizzo dell'IA	34
6.2 Vantaggi percepiti nell'utilizzo dell'IA nel coaching	38
6.3 Le principali preoccupazioni legate all'uso dell'AI nel coaching	43
7. Dimensioni <i>Growth Mindset</i> e di <i>Competenze esplorate</i>	47
7.1 Cosa misurano le domande del <i>Growth Mindset</i> (dalla 4.1 alla 4.6)	47
7.2 Leve per integrare l'AI nel coaching: <i>Mindset</i> , <i>Competenze</i> , <i>Contesto</i> e <i>Metriche di monitoraggio</i>	48
7.3 Risultati per dimensione: segmenti e indici livelli medi e differenze tra segmenti	49
7.4 Correlazioni descrittive emerse	54
7.5 Conclusione del capitolo (aggiornata con A–B–C–D)	55
7.6 Grafici del capitolo: tutti i risultati di tutti i rispondenti	56
7.7 Dashboard del capitolo: segmentazione per intensità d'uso	58
7.8 RISULTATI <i>Growth Mindset</i>	58
8. Prospettive future	60
8.1 Sintesi dei risultati	60
8.2 Visione a 3 anni (Domanda 8.1) — lettura per tutti e per segmenti A, B, C, D	60
8.3 Risorse e supporti richiesti (Domanda 8.2) — lettura per tutti e per segmenti A, B, C, D	62
8.4 Risultati complessivi alle domande 8.1 e 8.2: tutti i segmenti	64
8.5 Grafici del capitolo con segmentazione per intensità d'uso (A, B, C, D)	65
9. Correlazioni tra diverse dimensioni della ricerca e conclusioni	69
9.1 I ponti tra i diversi capitoli individuati	69
9.2 Implicazioni conclusive	70
10. Riferimenti Bibliografici	72

1. Executive Summary

Premessa e Contesto

- **Scopo.** Esplorare impatti e pratiche d'uso dell'AI nel coaching professionale **dalla prospettiva dei coach**; progetto di **≈10 mesi**.
- Focus interpretativo. Adozione AI in relazione a mindset (growth/fixed), competenza professionale (ACC/PCC/MCC), anni di esperienza e ore erogate.
- **Perimetro d'uso.** Integrazione **prima/durante/dopo** la sessione (preparazione, supporto riflessivo a bassa intrusività, follow-up/documentazione); **AI come supporto**, non sostituzione della presenza del coach.
- **Cornice professionale.** Allineamento a standard etici e di qualità (ICF AI, Core Competencies, EMCC), quadro di **conformità** (AI Act) e riferimenti di **literacy digitale** (DigComp) come cornici operative (non didascaliche).
- **Valore atteso.** **Adozione competente** che preserva centralità umana (presenza, empatia, autonomia del cliente) e aumenta efficienza/continuità/trasparenza per coach, clienti e sponsor/HR.
- **Domande guida.** Diffusione e **modalità d'uso**; **vantaggi/criticità** e condizioni abilitanti; differenze per **segmenti di adozione**; **implicazioni** su formazione continua, etica e policy.
- **Cosa non è.** Non è marketing strumenti né confronto di scuole; è una lettura **evidence-informed** e **operativa** per decisioni professionali.

Metodologia

- **Disegno.** Survey online, anonima, bilingue (IT/EN); 8 sezioni, 42 domande; scale Likert 1–5 per mindset e competenze.
- **Campione.** 197 coach; reclutamento su canali professionali; campione auto selezionato (valenza descrittiva/esplorativa). L'autoselezione *potrebbe* aver coinvolto un campione di Coach *maggiormente* favorevoli all'AI in Coaching (l'uso dell'intelligenza artificiale come supporto al processo di coaching).
- **Variabili chiave.** Mindset (growth/fixed), competenze su tre dimensioni (Alfabetizzazione AI-specifica; Mediazione uomo–macchina; Metacognizione aumentata), adozione AI, credenziali ICF (ACC/PCC/MCC/nessuna), anni di esperienza, ore erogate, ambiti.
- **Analisi.** Anagrafiche (*), descrittive e comparative, segmentazione per intensità d'uso (A, B, C, D); dashboard Power BI; grafici a dispersione con linea di tendenza tratteggiata per segnali R+/R–; coerenza etichette/scale con il questionario.
(* *Nelle definizioni anagrafiche, la Ricerca non ha rilevato la natura professionale dei coach: coach interni alle aziende vs coach che esercitano la libera professione.*)
- **Qualità & tutela.** Istruzioni standard, anonimato, raccolta aggregata, controlli di range/completezza, allineamento a principi etici e di minimizzazione dati.
- **Limiti.** Autoselezione e auto-report; assenza di test inferenziali (nessuna causalità deducibile ma *insight* e possibili *correlazioni* tra i diversi risultati emersi).

Scopo e domanda guida

Questa ricerca descrive **come** l'Intelligenza Artificiale stia entrando nella pratica del coaching e **quali condizioni** rendano l'adozione sostenibile, efficace e coerente con standard professionali.

L'ipotesi di lavoro che attraversa il documento è che l'AI, nel coaching, funzioni meglio come **alleato** del coach (co-piloting) che come sostituto, a patto di mantenere **centralità umana, trasparenza, confidenzialità e responsabilità**.

Segmentazioni adottate e implicazione interpretativa

→ Segmentazione dei partecipanti per: *segmentazione per intensità d'uso (A, B, C, D)*

- Definizioni relative alla frequenza utilizzo dell'AI nel coaching:
 - **Segmento A (Pionieri)** = Utilizzo **frequente** dell'AI nel Coaching (rif.: "**molto**")
 - **Segmento B (Pragmatici)** = Utilizzo **occasionale** dell'AI nel Coaching (rif.: "**abbastanza**")
 - **Segmento C (Esploratori)** = Sto **iniziando a esplorare** l'utilizzo dell'AI nel Coaching (rif.: "**poco**")
 - **Segmento D (Osservatori)** = **Non utilizzo** l'AI nel Coaching (rif.: "**per niente**")

Insight principali

- Il mindset favorevole è abbastanza diffuso, ma **NON SPIEGA DA SOLO** l'adozione dell'AI nel coaching (AI in Coaching).
- La discriminante è la capacità di rendere l'uso **GOVERNABILE** dell'AI nel coaching: alfabetizzazione, mediazione, lettura critica, gestione dell'affidamento.
- Il freno più comune al non uso dell'AI nel coaching è "non la conosco": la barriera è spesso **PRATICA**, non ideologica.
- L'AI entra soprattutto dove il **RISCHIO** è più gestibile (produttività/creatività) e meno dove la posta relazionale e normativa è più alta.
- Bias e privacy/accountability sono **PREOCCUPAZIONI** ricorrenti e "mature": la professione non sta solo inseguendo l'hype dell'AI, sta cercando **cornici di riferimento** (il ruolo dell'ICF è quindi fondamentale in questa prospettiva).
- La maturità dell'adozione dell'AI nel coaching richiede **INFRASTRUTTURA**: formazione, linee guida, casi d'uso, metriche e pratiche condivise (questo è uno stimolo anche per il lavoro del Comitato Scientifico di ICF Italia per il 2026).

Risultati chiave in sintesi

Età: nel totale 50–59 è la fascia più rappresentata; il segmento A è più concentrato in 40–49 (47,37%).

Seniority: nel segmento A la quota >10 anni è 44,74%.

Il campione è complessivamente maturo, ma gli utilizzatori più intensivi si concentrano maggiormente in fascia più giovane del campione, allo stesso tempo, l'esperienza elevata è presente anche tra gli utilizzatori. Ne esce una lettura più complessa della solita narrativa generazionale: l'adozione sembra dipendere più da mix di contesto, pratica, sicurezza percepita e competenze che dall'età in sé.

La segmentazione per intensità d'uso (A molto; B abbastanza; C poco; D per niente) mostra un gradiente netto:

- **Growth Mindset**: A **84,3%** → D **45,6%** (cala, ma resta su livelli non "nulli").
- **Competenze**: cali molto più marcati fino a valori negativi o quasi nulli (Alfabetizzazione e Mediazione), e Metacognizione che scende quasi a fondo scala.

Il risultato più "diagnostico" non è solo che il **Growth Mindset** sia relativamente diffuso tra i quattro segmenti A, B, C, D sopra evidenziati e quindi poco discriminante tra i segmenti, ma che l'adozione dell'AI nel coaching

sembra seguire una **traiettoria a stadi**: molti coach *sono mentalmente pronti* (apertura, curiosità, apprendimento continuo), ma la distanza tra “curiosità” e “uso stabile e governato” è determinata soprattutto da **competenze pratiche e condizioni abilitanti**.

La Metacognizione aumentata resta alta anche in chi usa poco o non usa l'AI nel coaching, come per il Growth Mindset, senza le competenze alfabetizzazione/mediazione uomo macchina non si traducono in pratiche frequenti di utilizzo dell'AI.

Gli ambiti d'uso più frequenti dell'AI nel coaching sono legati a **produttività e creatività** (preparazione, materiali, rielaborazione, contenuti). Al contrario, sono meno adottate le funzioni percepite come più “invasive” o delicate. Il pattern è coerente con le preoccupazioni in cima alla lista: **bias/distorsioni, privacy/confidenzialità/accountability**, e rischio di affidamento eccessivo. È come se la professione stesse scegliendo, per ora, un perimetro “prudente”: alto valore con un rischio più gestibile.

→ **La vera frattura tra segmenti è operativa (non ideologica).**

Passando da A fino a D, il mindset cala ma resta “presente”, mentre le competenze crollano in modo molto più marcato: **AI literacy** e soprattutto **Mediazione uomo-macchina** (calibrazione dell'affidamento, verifica, integrazione situata senza degradare relazione e agency) sono i discriminanti più potenti. Anche la **Metacognizione aumentata** scende, ma appare più come “stabilizzatore etico-relazionale” che come motore primario dell'adozione.

→ **Quanto uso non equivale a come uso.**

Un segnale sorprendente è che l'uso *in sessione* (utilizzo dell'AI “DURANTE” la sessione di coaching) non cresce linearmente con l'intensità. Questo suggerisce due archetipi emergenti:

- uso AI **per scalare workflow** (preparazione, documenti, sintesi, marketing) vs
- uso AI **in-session selettivo** (domande, co-creazione, stimoli).

Quindi la maturità non è “uso di più”, ma **uso con Metacognizione aumentata e con salvaguardie**: in conformità linee guida ICF, con sicurezza sistemica e guardrail (ICF / AI Act).

→ **L'adozione è già ampia (3 su 4 hanno un contatto operativo con l'AI), ma il vincolo più frequente è non la conosco.**

Il non-uso sembra **transitorio**: tra chi oggi non usa, una quota rilevante dichiara intenzione di adottare; e tra le motivazioni del non-uso domina “non la conosco”. La ricerca è una fotografia di una fase di transizione: la barriera principale è **cognitiva/pratica**, non valoriale.

→ **Benefici percepiti: l'AI è vista come leva cognitiva (non solo back-office).**

I vantaggi più citati riguardano efficienza (preparazione/follow-up) e stimoli creativi/nuovi punti di vista, ma la lettura “Prima–Durante–Dopo” mostra che il valore percepito si concentra molto sul **DURANTE** (stimoli, insight, ridefinizione obiettivi).

→ **Preoccupazioni: due “top risk” trasversali e maturi (bias + etica/privacy/accountability).**

Bias/distorsioni e temi etico-legali (privacy, confidenzialità, accountability) restano stabilmente ai vertici in tutti i segmenti. Inoltre, nei segmenti più in esplorazione aumentano i timori su autenticità e relazione: segnale che la comunità non sta facendo “hype”, ma percepisce il bisogno di **governance concreta**.

→ **Prospettiva a tre anni: convergenza su “AI alleata”, ma cambia la centralità attribuita.**

Trasversalmente prevale lo scenario “affiancherà il lavoro dei coach”; nei segmenti ad alto uso cresce la quota che la vede come “centrale”. La differenza chiave non è “se”, ma **quanto diventerà core** nel processo (e con quali regole).

Nel campione complessivo emerge una convergenza forte: l'AI è attesa soprattutto come **supporto complementare** al lavoro del coach (**54,8%**), con crescita di un ruolo moderato o centrale, e quote basse di irrilevanza.

In parallelo, la domanda di supporto è chiaramente “di sistema”:

- **formazione tecnica (33,2%)** e **linee guida etiche/deontologiche (30%)** sono le prime leve richieste, seguite da casi d'uso e comunità di pratica.
- Questo allinea la ricerca a un messaggio operativo: la discussione non è più “se adottare”, ma **come adottare bene** (qualità, tracciabilità, confini).

→ **Domanda di sistema: formazione + linee guida, poi casi d'uso (con logica diversa per maturità).**

Nei segmenti meno utilizzatori cresce la richiesta di **formazione tecnica e linee guida etiche/deontologiche**; nei segmenti più attivi pesa di più la richiesta di **casi d'uso/buone pratiche** (standardizzare ciò che funziona).

È un segnale: la professione non chiede solo strumenti, ma **infrastruttura professionale** (policy, checklist, metriche, community).

Il profilo emergente: Coaching Abilitato-AI (definizione operativa)

Il Coaching Abilitato-AI è una tipologia interpretativa costruita dopo la rilevazione dei risultati, utile a organizzare i pattern emersi: non rappresenta un costrutto direttamente misurato dall'indagine AI&Coaching 2025.

Nel documento, il “**Coaching Abilitato all'utilizzo dell'AI**” è un coach che **utilizza frequentemente** gli strumenti dell'AI nelle *attività di coaching*, mantenendo:

- Responsabilità professionale e controllo umano (Human in the loop: il coach al centro del processo di coaching)
- Disclosure e consenso informato
- Privacy e protezione dei dati
- Gestione dei bias e verifica degli output

Questa impostazione è coerente con l'*ICF AI Coaching Framework & Standards*, che esplicita principi e salvaguardie per un uso responsabile dell'AI nel coaching.

“Vincolo” principale e priorità

La ricerca suggerisce che il vincolo non sia il mindset (che appare abbastanza trasversale), ma la **Mediazione uomo-macchina**: la capacità di calibrare l'affidamento, verificare, contestualizzare e integrare l'AI senza degradare relazione, presenza e accountability.

Priorità di intervento (ordine consigliato):

1. **Alfabetizzazione AI-specifica** (i fondamentali: strumenti, dati, limiti, rischi).
2. **Mediazione uomo-macchina** (co-piloting, verifica, controllo umano continuo, uso “situato”).
3. **Metacognizione** (autoregolazione: quando fidarsi, quando fermarsi, come validare).
4. **Condizioni abilitanti**: policy, piattaforme conformi, checklist, community e supervisione.

Queste priorità sono coerenti con:

- ICF - International Coaching Federation (competenze, etica, standard AI)

- NIST AI RMF: Framework per la gestione del rischio dell'Intelligenza Artificiale del NIST
- UE: aspettativa di **AI literacy** come requisito organizzativo e di ruolo.

Cosa monitorare (indicatori essenziali, sintetici)

Per trasformare la traiettoria in gestione operativa:

- **Proficiency per dimensione:** media Likert + % risposte >3/5 + gap A–B–C–D (soprattutto su Alfabetizzazione e Mediazione).
- **Trasferimento operativo:** quota d'uso “durante” vs “prima/dopo”, presenza di tracciabilità (prompt annotati, criteri di accettazione/scarto, versioning).
- **Qualità/etica:** incident reporting, revisioni ex-post campionate, disclosure e consenso, gestione dati e bias.

La coerenza con ICF è un criterio guida: le competenze core e il codice etico definiscono gli standard minimi di tutela della relazione e della confidenzialità quando entra l'AI.

Sintesi conclusiva

Il documento converge su un messaggio pragmatico: nel coaching l'AI è vista soprattutto come **alleata**, ma l'adozione sostenibile dipende da un salto di qualità nelle competenze che rendono l'uso **governabile**.

Il Growth Mindset sembra predisporre, ma la discriminante reale è la capacità di **mediare** l'interazione umano-AI e di **rendere verificabile** qualità, etica e sicurezza: il Growth Mindset predispone a sperimentare la mediazione uomo–macchina rende l'uso dell'AI governabile, verificabile e sicuro.

In definitiva, il documento porta a una conclusione molto concreta:

- **Il Growth Mindset sembra una base culturale utile** (apertura, curiosità, apprendimento continuo), ma **non separa in modo netto** chi adotta da chi non adotta.
- **La distanza/vicinanza al Coaching Abilitato-AI** è spiegata soprattutto da ciò che rende l'uso **governabile**:
 - **alfabetizzazione AI-specifica, mediazione uomo–macchina, e pratiche di verifica/etica/sicurezza.**
- Il passaggio chiave non è “usare di più”, ma **usare meglio**: con standard, tracciabilità, gestione del rischio e tutela della relazione col cliente, in linea con le direttrici ICF.

Coaching Abilitato-AI:

l'AI accelera il processo, il coach governa qualità, etica e decisioni.

Questa ricerca potrebbe essere intesa come il **laboratorio R&D - Research and Development di ICF Italia, in affiancamento AI lavori del Comitato Esecutivo.**

2. Premessa e contesto

2.1 Overview

L'ecosistema del coaching sta attraversando una fase di profonda trasformazione, sospinta dall'emersione e dalla diffusione di strumenti e piattaforme basati sull'Intelligenza Artificiale (AI). Queste tecnologie stanno incidendo sulle modalità di interazione, apprendimento e sviluppo, influenzando le competenze richieste ai coach e l'evoluzione stessa della professione.

Nel dibattito contemporaneo sul futuro del coaching, l'AI assume una centralità crescente perché tocca dimensioni **tecnologiche, etiche e identitarie**: la natura della relazione di coaching, le pratiche di tutela del cliente e la qualità dell'esperienza di apprendimento sono chiamate a rinnovarsi salvaguardando integrità, presenza, empatia e ascolto profondo.

Negli ultimi anni l'evoluzione del settore è stata trainata da tre fattori principali:

- **Digitalizzazione delle pratiche professionali**, con l'adozione diffusa di piattaforme online, strumenti di video coaching e applicazioni per il monitoraggio dei progressi.
- **Crescente richiesta di scalabilità**, per rendere accessibile il coaching a una platea più ampia in tempi compatibili con i bisogni delle organizzazioni e delle persone.
- **Innovazioni tecnologiche**, in particolare legate all'AI, che abilitano nuove possibilità di analisi, feedback e personalizzazione dei percorsi.

In questo contesto, parlare di **Coaching Abilitato-AI** significa considerare la sinergia tra competenza del coach e strumenti AI come leva per potenziare l'apprendimento, la riflessione e la crescita del cliente. La tecnologia non sostituisce la relazione: la supporta, a condizione che l'integrazione sia consapevole, trasparente e in linea con i principi professionali.

2.2 Finalità della ricerca

La ricerca, promossa da **ICF Italia** a cura del **Comitato Scientifico AI&Coaching**, esplora in profondità il ruolo dell'AI nel coaching professionale dal punto di vista dei coach. Gli obiettivi includono:

1. **Analizzare il profilo** dei coach che utilizzano l'AI e di quelli che non la utilizzano, con particolare attenzione al **mindset** (growth vs fixed, secondo Carol Dweck) e alla **competenza professionale** (credenziali ICF, anni di esperienza, ore erogate), indagando l'eventuale presenza di correlazioni.
2. **Esplorare come l'AI è integrata** nelle pratiche di coaching, evidenziando processi, casi d'uso e attenzioni per preservare qualità e centralità della relazione.
3. **Stimolare una riflessione sull'evoluzione della professione** alla luce dell'innovazione tecnologica, in coerenza con i valori di integrità, eccellenza e rispetto del cliente.

L'obiettivo complessivo è offrire **dati, evidenze e riflessioni** utili a orientare un'**integrazione responsabile** dell'AI nel coaching, delineando strategie **efficaci e sostenibili** e promuovendo una maggiore **consapevolezza etica e professionale** fra i coach.

3. Legenda, riferimenti e metodologia

3.1 Legenda di termini essenziali

1. **Adozione dell'AI**
Grado e modalità con cui i coach integrano strumenti di Intelligenza Artificiale nella pratica professionale di coaching, in termini di frequenza, intensità e ambiti di utilizzo.
2. **AI Literacy**
Livello di conoscenza critica del coach rispetto al funzionamento, ai limiti, ai rischi e alle opportunità dell'Intelligenza Artificiale, inclusa la capacità di riconoscerne bias, affidabilità e ambiti appropriati di utilizzo.
3. **Centralità umana (Human-to-Human nella relazione di coaching)**
Principio secondo cui presenza, ascolto, empatia, responsabilità ed etica della relazione di coaching restano non delegabili alla tecnologia e rimangono prerogativa del coach umano
4. **Coach Abilitato-AI**
Profilo di coach che utilizza l'AI come supporto cognitivo e operativo al processo di coaching, senza delegare il proprio ruolo professionale né compromettere la qualità della relazione con il cliente
5. **Condizioni abilitanti**
Insieme di fattori che rendono sostenibile e responsabile l'integrazione dell'AI nel coaching, tra cui formazione, linee guida etiche, strumenti adeguati, policy organizzative e comunità di pratica
6. **Growth Mindset**
Atteggiamento di apertura all'apprendimento continuo, alla sperimentazione e al cambiamento, applicato anche all'uso dell'Intelligenza Artificiale nella pratica professionale.
7. **Mediazione uomo-macchina**
Capacità del coach di integrare l'AI in modo intenzionale e responsabile, mantenendo il controllo del processo, la qualità della relazione e la coerenza con valori, etica e obiettivi del cliente.
8. **Metacognizione aumentata**
Capacità riflessiva del coach di osservare, valutare e governare i propri processi cognitivi ed etici anche quando supportati dall'AI, inclusa la consapevolezza dei propri bias e delle implicazioni dell'uso della tecnologia
9. **Segmentazione dei coach (in questa ricerca)**
Classificazione dei coach in gruppi omogenei in base all'intensità e alla frequenza di utilizzo dell'AI (segmenti A, B, C, D), utilizzata per analisi descrittive e comparative.
10. **Power BI**
Software di *business intelligence* utilizzato per l'elaborazione e la visualizzazione dei dati della survey.

Guida alla lettura dei grafici

I grafici presentati nel report sono elaborati tramite dashboard Power BI e hanno finalità **descrittive e comparative**. In particolare:

- **La barra colorata** rappresenta il valore relativo alla risposta o al segmento visualizzato
- **L'area o barra in tonalità più chiara/grigia** indica il *range pieno*, ovvero il valore di riferimento dell'intero campione o del totale dei rispondenti
- La presenza simultanea di barra colorata e area di riferimento consente di **confrontare visivamente** un segmento specifico con il totale
- Le percentuali mostrano **distribuzioni e scostamenti**, non relazioni causali.

- Le differenze osservate vanno lette come **pattern emergenti**, coerenti con la natura esplorativa della ricerca

NOTA EDITORIALE

Per esigenze di impaginazione e leggibilità, alcuni grafici non sono inseriti direttamente nel corpo del testo, ma sono collocati **AL TERMINE DEL CAPITOLO DI RIFERIMENTO**. I commenti e le interpretazioni presenti nel testo fanno sempre riferimento ai grafici corrispondenti.

3.2 Riferimenti di contesto e ricerca

Questa scheda raccoglie i principali riferimenti concettuali, normativi e di ricerca **citati nel rapporto AI&Coaching – Il coach nell'era dell'Intelligenza Artificiale**. I riferimenti sono organizzati per ambiti tematici, in coerenza con le direttrici teoriche e interpretative della ricerca.

Alcuni riferimenti sono utilizzati come cornici concettuali o divulgative e non come fonti scientifiche primarie; la loro presenza è funzionale alla chiarezza interpretativa del report

1. Coaching professionale, standard ed etica

International Coaching Federation (ICF)

– ICF Core Competencies

<https://coachingfederation.org/core-competencies>

– ICF Code of Ethics

<https://coachingfederation.org/ethics>

– ICF AI Coaching Framework & Standards

<https://coachingfederation.org/ethics/ai-coaching>

(tutti richiamati più volte nel report come cornice etica e professionale)

– **ICF GLOBAL – ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN COACHING**

<https://coachingfederation.org/ethics/ai-coaching>

(riferimento centrale per l'inquadramento etico e professionale dell'uso dell'AI nel coaching)

2. Intelligenza Artificiale, governance e quadro normativo

Unione Europea – EUR-Lex

– Artificial Intelligence Act (AI Act), con riferimento all'Art. 4 – AI literacy

<https://eur-lex.europa.eu/>

AgID – Agenzia per l'Italia Digitale

– Documenti su competenze digitali, uso responsabile e alfabetizzazione all'AI

<https://www.agid.gov.it/>

(citati in relazione a literacy, governance, aspettative normative)

NIST – National Institute of Standards and Technology (USA)

– AI Risk Management Framework (AI RMF), <https://www.nist.gov/ai-risk-management-framework>

(citato nel report come riferimento per la gestione del rischio, governance, controllo umano e accountability nell'uso dell'AI)

3. Competenze digitali e AI literacy

DigComp 2.2 – Joint Research Centre (JRC), Commissione Europea

– Quadro europeo delle competenze digitali per i cittadini

<https://publications.jrc.ec.europa.eu/>

(usato come riferimento per la definizione delle competenze AI-specifiche)

Strategia Digitale Europea – Commissione Europea – Artificial Intelligence e AI literacy. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/artificial-intelligence>

(citata nel testo in relazione alle aspettative europee su alfabetizzazione e uso responsabile dell'AI)

4. Adozione tecnologica, mindset e readiness

UTAUT – Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

– Modello teorico sull'adozione delle tecnologie

(citato nel report come riferimento teorico; nessun link diretto presente)

Carol Dweck

– Growth Mindset

(richiamo concettuale; nessun link diretto nel report)

Fonti scientifiche citate nel testo

– MDPI

<https://www.mdpi.com/>

– JSTOR

<https://www.jstor.org/>

– PMC (PubMed Central)

<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/>

– SAGE Journals

<https://journals.sagepub.com/>

3.3 Descrizione della survey

La survey **AI&Coaching – Il coach nell’era dell’Intelligenza Artificiale** è stata progettata e realizzata dal **Comitato Scientifico di ICF Italia** per esplorare l’impatto dell’Intelligenza Artificiale (AI) sul coaching professionale, con particolare attenzione a atteggiamenti, competenze e pratiche dei coach. Il questionario è stato somministrato **online** e in **forma anonima**, coinvolgendo coach associati a ICF e altri professionisti dell’ecosistema del coaching. La progettazione si è ispirata a riferimenti riconosciuti in ambito professionale e tecnologico per l’integrazione responsabile dell’AI, con attenzione a etica, qualità del servizio e usabilità. (ICF)

Il questionario, **coerente con standard e linee guida sull’uso dell’AI nel coaching** e con i quadri di competenza digitale europei, è articolato in **otto sezioni**:

1. **Profilo del partecipante** – dati anagrafici e professionali;
 2. **Motivazione al non utilizzo dell’AI** – ragioni, barriere, resistenze;
 3. **Comportamenti e percezioni sull’AI** – modalità d’uso, vantaggi percepiti, preoccupazioni;
 4. **Growth Mindset** – apertura ad apprendimento, sperimentazione e cambiamento;
 5. **Alfabetizzazione tecnologica AI-specifica** – conoscenza di principi, limiti e potenzialità;
 6. **Mediazione uomo–macchina** – integrazione dell’AI mantenendo autenticità, presenza e senso etico;
 7. **Metacognizione aumentata** – consapevolezza critica su uso dell’AI e propri bias;
 8. **Prospettive future** – visione sull’evoluzione e impatto dell’AI nella professione.
- La definizione delle aree di competenza AI si è basata sui documenti **ICF AI Coaching Framework & Standards** (e risorse companion per stakeholder) e sul **DigComp 2.2** nella sua versione italiana. (ICF)

3.3.a) Numero di domande e tipologia prevalente

Sezione	N. domande	Tipologia prevalente
1. Profilo del partecipante	9	Dati anagrafici e professionali
2. Motivazione al non utilizzo dell’AI	2	Motivazioni e intenzioni future
3. Comportamenti e percezioni sull’AI	3	Esperienze, vantaggi, preoccupazioni
4. Growth Mindset	5	Scala Likert (1–5)
5. Alfabetizzazione tecnologica AI-specifica	6	Scala Likert (1–5)
6. Mediazione uomo–macchina	5	Scala Likert (1–5)
7. Metacognizione aumentata	6	Scala Likert (1–5)
8. Prospettive future	2	Visione e risorse utili
Totale effettivo	42	—

Tutte le risposte sono state raccolte in **forma anonima** e **aggregata**. Il disegno analitico ha previsto: (a) profilazione del campione, (b) analisi descrittive, (c) letture incrociate tra variabili demografiche, mindset e livelli di competenza, al fine di evidenziare pattern distintivi tra coach **utilizzatori** e **non utilizzatori** di strumenti di AI. La coerenza con **ICF Code of Ethics** e **ICF Core Competencies** ha orientato il linguaggio, la trasparenza informativa e l’attenzione alla qualità della relazione coach–cliente lungo tutto il ciclo di ricerca. (ICF).

3.4 Campione e criteri di profilazione

L'indagine adotta un **approccio quantitativo** mediante **survey online strutturata**. La **partecipazione volontaria e anonima** è stata raccolta tramite i canali ufficiali di ICF Italia e network professionali dell'associazione, con questionario disponibile in **italiano** e **inglese**. Il campione è **auto selezionato (self-selected sample)**: la scelta è coerente con la finalità **esplorativa** dello studio.

Tale impostazione **non consente inferenze statistiche generalizzabili** all'intera popolazione dei coach, ma fornisce una fotografia informativamente ricca delle **tendenze emergenti** all'interno della comunità professionale. ([ICF](#))

Il **campione finale** è composto da **197 coach** auto selezionati (*) che hanno partecipato volontariamente alla survey, includendo professionisti con differenti Paesi di attività, fasce d'età, livelli di esperienza e **credenziali ICF (ACC, PCC, MCC)**. La profilazione ha permesso di classificare i rispondenti in base a:

- **dati demografici e professionali** (età, genere, area geografica, esperienza, credenziali ICF);
- **ambiti di intervento** (executive, business, life, team, career);
- **atteggiamenti e competenze** in relazione all'uso dell'AI.

L'ancoraggio a **standard** e **norme di servizio** (ICF AI Coaching Framework & Standards; ICF Core Competencies; UNI 11601:2024) ha guidato l'impostazione di variabili e definizioni operative utilizzate nella profilazione, ottimizzando chiarezza terminologica, salvaguardia etica e riferimenti di qualità del servizio. ([ICF](#))

(*) L'autoselezione *potrebbe* aver coinvolto un campione di Coach *maggiormente* favorevoli all'AI in Coaching (l'uso dell'intelligenza artificiale come supporto al processo di coaching). Nelle definizioni anagrafiche, la Ricerca non ha rilevato la natura professionale dei coach: coach interni alle aziende vs coach che esercitano la libera professione.

Segmentazione dei partecipanti per: *segmentazione per intensità d'uso (A, B, C, D)*

→ Definizioni relative alla frequenza utilizzo dell'AI nel coaching:

- **A** = Utilizzo **frequente** dell'AI nel Coaching (rif.: "**molto**")
- **B** = Utilizzo **occasionale** dell'AI nel Coaching (rif.: "**abbastanza**")
- **C** = Sto **iniziando a esplorare** l'utilizzo dell'AI nel Coaching (rif.: "**poco**")
- **D** = **Non utilizzo** l'AI nel Coaching (rif.: "**per niente**")

Questi quattro **segmenti per intensità d'uso** descrivono quanto l'AI viene usata (adozione osservata).

3.5 Le dimensioni esplorate e le scale Likert

La survey ha misurato quattro **dimensioni chiave** per descrivere competenze, atteggiamenti e rappresentazioni dei coach rispetto all'integrazione dell'AI nella pratica professionale:

- **Growth Mindset** – apertura all'apprendimento continuo, alla sperimentazione e al cambiamento;
- **Alfabetizzazione tecnologica AI-specifica** – conoscenza dei principi, dei limiti e delle potenzialità dell'AI;
- **Mediazione uomo-macchina** – capacità di integrare strumenti di AI mantenendo autenticità, presenza e senso etico;
- **Metacognizione aumentata** – consapevolezza riflessiva nell'uso dell'AI e nella gestione dei propri processi cognitivi ed etici.

Ciascuna dimensione è stata valutata attraverso **scale Likert a 5 punti** (1 = *Per niente vero*; 2 = *Poco vero*; 3 = *Abbastanza vero*; 4 = *Molto vero*; 5 = *Completamente vero*), permettendo di cogliere **sfumature** di percezione e differenze individuali e di effettuare **letture comparative** tra livelli di competenza, mindset e approccio all'uso dell'AI.

L'inclusione del **Growth Mindset** è coerente con l'enfasi posta dalle **ICF Core Competencies** su apprendimento continuo, auto-riflessione, curiosità, apertura e presenza; le tre aree di competenza AI-specifiche sono state delineate a partire dagli **ICF AI Coaching Framework & Standards** (e risorse companion volte alle domande per gli stakeholder) e dal **DigComp 2.2**, quadro europeo delle competenze digitali. ([ICF](#))

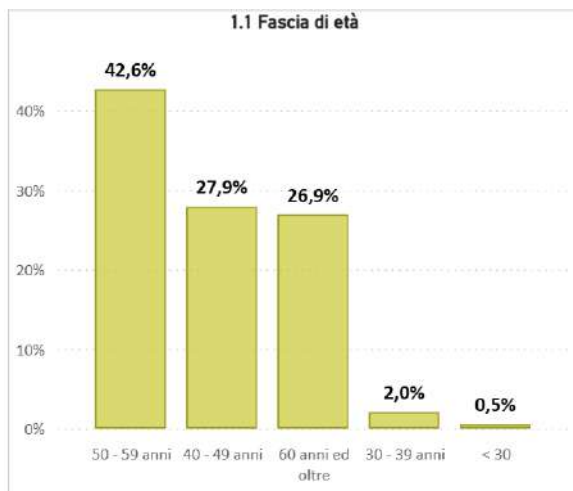
Per garantire **terminologia coerente** con la pratica professionale in Italia, la qualità del servizio è stata inquadrata in relazione alla norma **UNI 11601:2024 – "Coaching: definizione, caratteristiche e requisiti del servizio"**, quale riferimento nazionale per definizioni e requisiti dei servizi di coaching. ([UNI - Ente Italiano di Normazione](#))

4. Profilo dei partecipanti

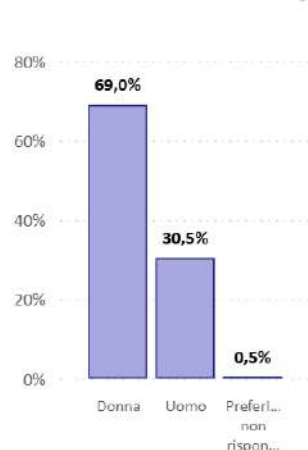
4.1 Dati socio-demografici e professionali

Il campione della ricerca **AI&Coaching – Il coach nell'era dell'Intelligenza Artificiale** è composto da **197 coach** che hanno partecipato alla survey in forma volontaria e anonima. I dati offrono una fotografia puntuale della comunità professionale coinvolta, utile a leggere in seguito competenze, mindset e adozione dell'AI.

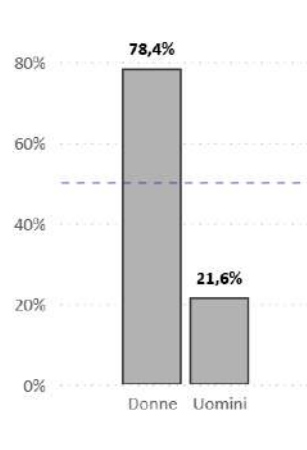
Inquadramento professionale dei coach: nella ricerca non è stato rilevato l'inquadramento professionale dipendente/libero professionista. Non è quindi possibile distinguere tra **coach interni** (dipendenti che operano in programmi aziendali, spesso appartenenti a uffici di HR, ecc.), **coach esterni/liberi professionisti** (fornitori ingaggiati direttamente o tramite società di consulenza dalle aziende, che si rivolgono direttamente a clienti finali, ecc.) e profili ibridi (dipendenti che svolgono coaching anche sul mercato). Questa variabile professionale potrebbe influenzare accesso agli strumenti, vincoli di policy, gestione della confidenzialità e, di conseguenza, modalità e intensità di utilizzo dell'AI (es.: per un *coach interno* gli strumenti e policy per l'utilizzo dell'AI potrebbero essere preventivamente regolamentate dall'azienda).



1.2 Genere Ricerca AI&Coaching



Genere ICF Italia



4.1.a) Età.

La composizione del campione è prevalentemente matura: la fascia **50–59** è la più rappresentata, seguita da **40–49** e **60+**; le fasce sotto i 40 anni risultano marginali. Nel confronto per segmenti, emergono profili distinti: **A (uso frequente)** è più concentrato in **40–49**, mentre **C (uso basso)** e **D (non uso)** mostrano un peso relativamente maggiore delle fasce **50–59** e **60+**.

Totale: 50–59: 42,6% | 40–49: 27,9% | 60+: 26,9% | 30–39: 2,0% | <30: 0,5%

- **Segmenti A:** 50–59: 31,58% | 40–49: 47,37% | 60+: 18,42% | 30–39: 0,00% | <30: 2,63%
- **Segmenti B:** 50–59: 48,98% | 40–49: 28,57% | 60+: 20,41% | 30–39: 2,04% | <30: 0,00%
- **Segmenti C:** 50–59: 50,77% | 40–49: 15,38% | 60+: 32,31% | 30–39: 1,54% | <30: 0,00%
- **Segmenti D:** 50–59: 33,33% | 40–49: 28,89% | 60+: 33,33% | 30–39: 4,44% | <30: 0,00%

Possibile lettura. Il campione è fortemente “senior”, ma il Segmento A (Pionieri) si distingue per una maggiore presenza **40–49** (quasi metà del segmento), suggerendo che l'adozione frequente nel coaching possa essere associata a una fase professionale “mid-career” più che a dinamiche puramente generazionali. In parallelo, **C** e **D** mostrano una maggiore incidenza del **60+**, che può riflettere stili di adozione più gradualmente o più selettivi.

4.1.b) Genere.

Genere. Donne 69,0%, uomini 30,5%, non dichiarato 0,5%. La prevalenza femminile nel campione è **coerente con la tendenza internazionale** rilevata dall'ICF Global Coaching Study, che riscontra una maggioranza di coach di genere femminile a livello globale (**≈68%**). ([ICF](#))

Genere. La distribuzione evidenzia una prevalenza femminile nel campione complessivo e in tutti i segmenti. Il Segmento A (Pionieri) presenta tuttavia una quota maschile più alta rispetto a B–C–D. Nel complesso, la prevalenza femminile è coerente con la fotografia internazionale della professione (ICF riporta una quota femminile pari al **72%** nel 2022). ([ICF+1](#))

Totale: Donna: 69,0% | Uomo: 30,5% | n.d.: 0,5%

- **Segmenti A:** Donna: 60,5% | Uomo: 39,5% | n.d.: 0,0%
- **Segmenti B:** Donna: 71,4% | Uomo: 26,5% | n.d.: 2,0%
- **Segmenti C:** Donna: 70,8% | Uomo: 29,2% | n.d.: 0,0%
- **Segmenti D:** Donna: 71,1% | Uomo: 28,9% | n.d.: 0,0%

→ Possibile lettura.

La prevalenza femminile è stabile tra i segmenti, ma Il Segmento A (Pionieri) si caratterizza per una maggiore presenza maschile (39,5%). Questo elemento può essere usato come **variabile descrittiva** per leggere eventuali differenze di adozione/uso tra i segmenti, senza inferenze causali.

Grafici del capitolo con segmentazione per intensità d'uso (A, B, C, D):

→ A = Utilizzo frequente dell'AI nel Coaching (rif.: "molto")

1.1 Fascia d'età	% Totali1
40 - 49 anni	47,37%
50 - 59 anni	31,58%
60 anni ed oltre	18,42%
< 30	2,63%
Totale	100,00%

1.2 Genere	% Totali
Donna	60,5%
Uomo	39,5%
Totale	100,0%

→ **B = Utilizzo occasionale dell'AI nel Coaching (rif.: "abbastanza")**

1.1 Fascia d'età	% Totali
50 - 59 anni	48,98%
40 - 49 anni	28,57%
60 anni ed oltre	20,41%
30 - 39 anni	2,04%
Totale	100,00%

1.2 Genere	% Totali
Donna	71,4%
Uomo	26,5%
Preferisco non rispondere	2,0%
Totale	100,0%

→ **C = Sto iniziando a esplorare l'utilizzo dell'AI nel Coaching (rif.: "poco")**

1.1 Fascia d'età	% Totali
50 - 59 anni	50,77%
60 anni ed oltre	32,31%
40 - 49 anni	15,38%
30 - 39 anni	1,54%
Totale	100,00%

1.2 Genere	% Totali
Donna	70,8%
Uomo	29,2%
Totale	100,0%

→ **D = Non utilizzo l'AI nel Coaching (rif.: "per niente")**

1.1 Fascia d'età	% Totali
50 - 59 anni	33,33%
60 anni ed oltre	33,33%
40 - 49 anni	28,89%
30 - 39 anni	4,44%
Totale	100,00%

1.2 Genere	% Totali
Donna	71,1%
Uomo	28,9%
Totale	100,0%

4.2 Esperienza e volume di pratica

La sezione dettaglia **anni di esperienza** e **ore di coaching erogate**: la distribuzione consente una lettura incrociata con credenziali e ambiti di intervento per interpretare la maturità professionale del campione. I dati di dettaglio sono riportati nei seguenti grafici:



4.2.a) Anni di esperienza nel coaching

SEGMENTO A: Pionieri
A = Utilizzo frequente dell'AI nel Coaching (Ris.: Sì, frequentemente) (rif.: "molto")

SEGMENTO B: Pragmatici
B = Utilizzo occasionale dell'AI nel Coaching (Ris.: Sì, occasionalmente) (rif.: "abbastanza")

SEGMENTO C: Esploratori
C = Sto iniziando a esplorare l'utilizzo dell'AI nel Coaching (Ris.: Sto iniziando ad esplorare) (rif.: "poco")

SEGMENTO D: Osservatori
D = Non utilizzo l'AI nel Coaching (Ris.: No, non utilizzo) (rif.: "per niente")

Indicatore	A (freq.)	B (occas.)	C (inizio)	D (no uso)
% Donne	60,5%	71,4%	70,8%	71,1%
% Uomini	<u>39,5%</u>	26,6% (n.d.: 2,0%)	29,2%	28,9%
Esperienza >10 anni	<u>44,7%</u>	32,7%	36,9%	28,9%
Esperienza 6>10 anni	10,5%	20,4%	21,5%	20,0%
Esperienza 3>5 anni	26,3%	22,4%	20,0%	22,2%
Esperienza <3 anni	<u>18,4%</u>	24,5%	21,5%	28,9%

Anni di esperienza. Nel campione complessivo emerge una presenza rilevante sia di profili **senior** (>10 anni) sia di profili **junior** (<3 anni). Nei segmenti, **A (uso frequente)** si caratterizza per una maggiore incidenza di seniority, mentre **C (uso basso)** mostra una composizione più "matura" rispetto a B (quota >10 più alta), e **D (non uso)** risulta più bilanciato tra junior e senior.

In sintesi, l'adozione (o la non-adozione) dell'AI **non appare riducibile a una semplice dinamica generazionale**: l'esperienza professionale resta una variabile descrittiva chiave e si intreccia con traiettorie di apprendimento continuo (life-long learning). Vedi: Digital Competence Framework (DigComp) [Centro Comune di Ricerca](#)

Totale: >10: 35,5% | <3: 23,4% | 3-5: 22,3% | 6-10: 18,8%

- **Segmenti A:** >10: 44,74% | <3: 18,42% | 3-5: 26,32% | 6-10: 10,53%
- **Segmenti B:** >10: 32,65% | <3: 24,49% | 3-5: 22,45% | 6-10: 20,41%

- **Segmenti C:** >10: 36,92% | <3: 21,54% | 3-5: 20,00% | 6-10: 21,54%
- **Segmenti D:** >10: 28,89% | <3: 28,89% | 3-5: 22,22% | 6-10: 20,00%

Possibile lettura. Il Segmento A (Pionieri) evidenzia che l'uso frequente dell'AI può essere sostenuto anche da coach con seniority elevata; il Segmento C (Esploratori), pur essendo "a bassa adozione", include una quota consistente di >10 anni, suggerendo che in alcuni casi la bassa adozione non dipenda da inesperienza, ma da scelte di gradualità, contesto o prudenza.

4.2.b) Numero di ore di coaching erogate

Volume di pratica (ore erogate). Nel totale campione la fascia **101-500 ore** è la più rappresentata. Per segmenti, **A** mostra una presenza significativa anche sulle fasce più alte (>2500), mentre **D** concentra una quota più elevata su <100 ore. Il **Segmento C (Esploratori) aggiornato** si distingue per una distribuzione più "centrale" (501-1000 e 1001-2500) ma con una quota <100 ancora consistente e una presenza >2500 più bassa.

Totale: 101-500: 29,4% | 501-1000: 21,3% | 1001-2500: 18,3% | <100: 17,3% | >2500: 13,7%

- **Segmenti A:** 101-500: 23,7% | 501-1000: 23,7% | 1001-2500: 21,1% | <100: 13,2% | >2500: 18,4%
- **Segmenti B:** 101-500: 40,8% | 501-1000: 12,2% | 1001-2500: 18,4% | <100: 10,2% | >2500: 18,4%
- **Segmenti C (aggiornato):** 101-500: 24,6% | 501-1000: 26,2% | 1001-2500: 21,5% | <100: 20,0% | >2500: 7,7%
- **Segmenti D:** 101-500: 28,9% | 501-1000: 22,2% | 1001-2500: 11,1% | <100: 24,4% | >2500: 13,3%

→ Possibile lettura.

Nel Segmento A (Pionieri) la presenza su >2500 ore è più alta del totale, coerente con l'idea che **un volume di pratica elevato aumenti l'incentivo a sperimentare strumenti di supporto** (preparazione, sintesi, organizzazione).

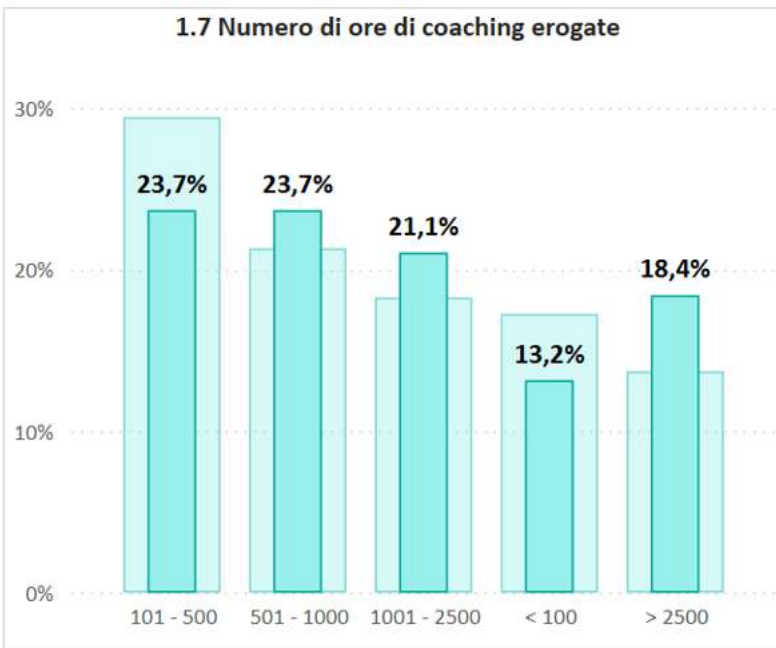
Nel Segmento D (Osservatori) cresce la quota <100 ore, suggerendo che **una parte del non-uso possa essere associata a una fase di pratica ancora ridotta**. Il Segmento C (Esploratori) appare "di transizione": include sia quote <100 sia un baricentro su fasce intermedie, con bassa presenza di super-esperti (>2500), compatibile con una fase di esplorazione graduale.

Grafici del capitolo con segmentazione per intensità d'uso (A, B, C, D):

→ A = Utilizzo frequente dell'AI nel Coaching (rif.: "molto")

1.3 Anni di esperienza nel coaching	% Totali
> 10	44,74%
3 - 5	26,32%
< 3	18,42%
6 - 10	10,53%
Totale	100,00%

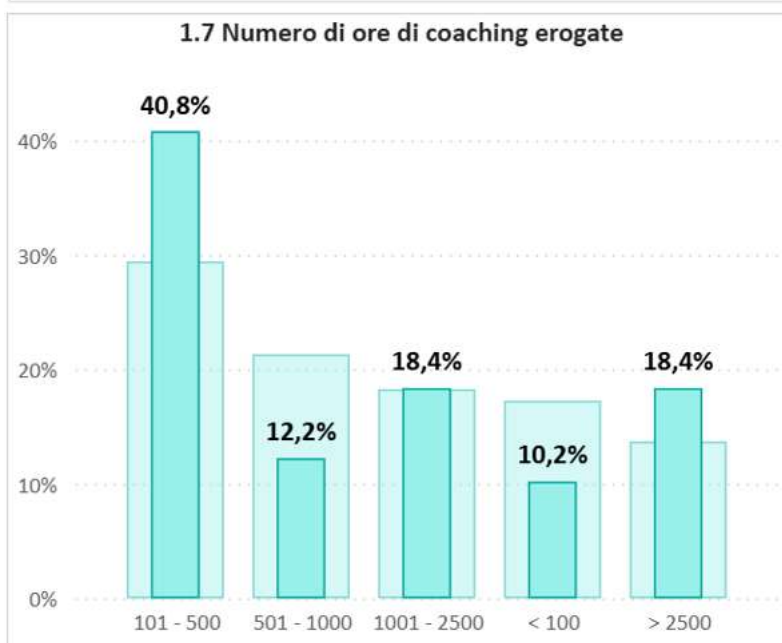
1.4 In quale area geografica ha sede principale la tua attività di coaching?	% Totali
Italia	81,58%
Slovacchia	5,26%
Stati Uniti d'America	5,26%
Germania	2,63%
Irlanda	2,63%
Totale	100,00%



→ **B = Utilizzo occasionale dell'AI nel Coaching (rif.: "abbastanza")**

1.3 Anni di esperienza nel coaching	% Totali
> 10	32,65%
< 3	24,49%
3 - 5	22,45%
6 - 10	20,41%
Totale	100,00%

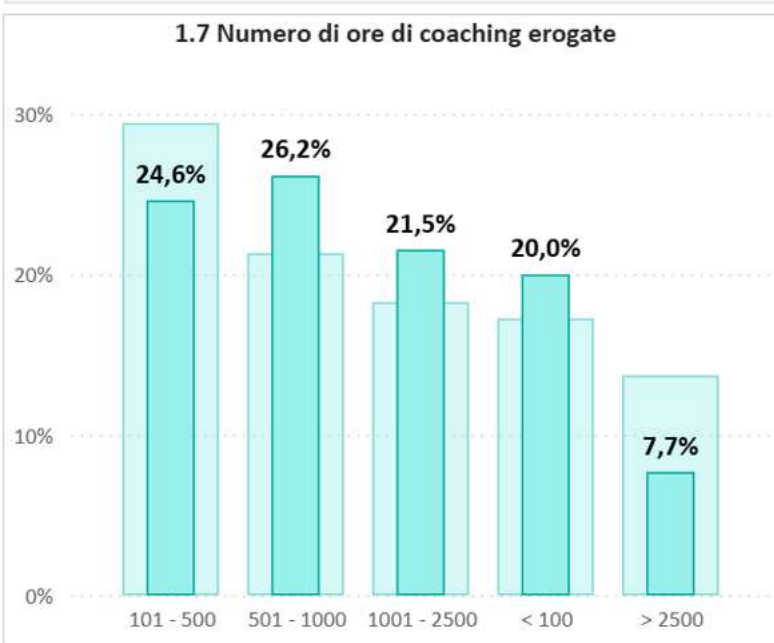
1.4 In quale area geografica ha sede principale la tua attività di coaching?	% Totali
Italia	91,84%
Svizzera	4,08%
Francia	2,04%
Stati Uniti d'America	2,04%
Totale	100,00%



→ **C = Sto iniziando a esplorare l'utilizzo dell'AI nel Coaching (rif.: "poco")**

1.3 Anni di esperienza nel coaching	% Totali
> 10	36,92%
< 3	21,54%
6 - 10	21,54%
3 - 5	20,00%
Totale	100,00%

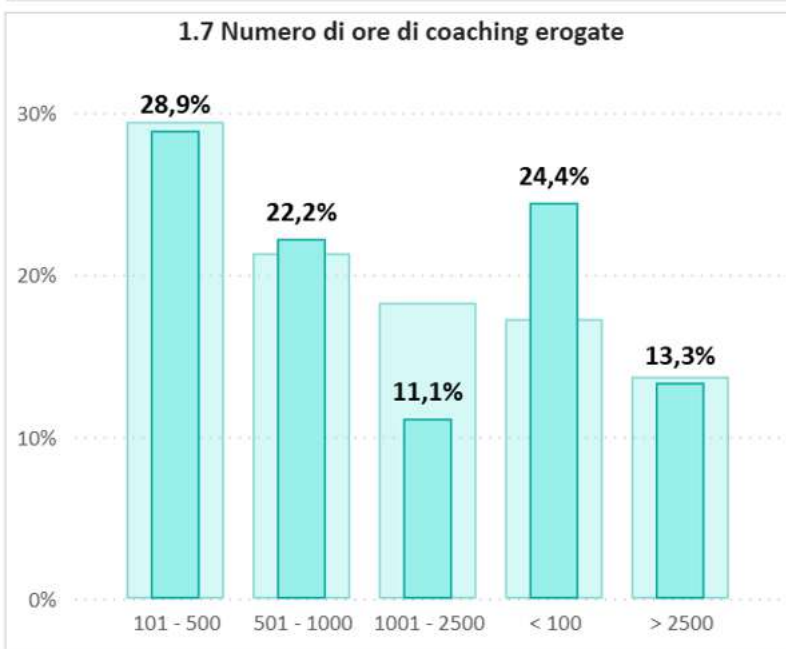
1.4 In quale area geografica ha sede principale la tua attività di coaching?	% Totali
Italia	96,92%
Irlanda	1,54%
Stati Uniti d'America	1,54%
Totale	100,00%



→ **D = Non utilizzo l'AI nel Coaching (rif.: “per niente”)**

1.3 Anni di esperienza nel coaching	% Totali
< 3	28,89%
> 10	28,89%
3 - 5	22,22%
6 - 10	20,00%
Totale	100,00%

1.4 In quale area geografica ha sede principale la tua attività di coaching?	% Totali
Italia	95,56%
Austria	2,22%
Francia	2,22%
Totale	100,00%

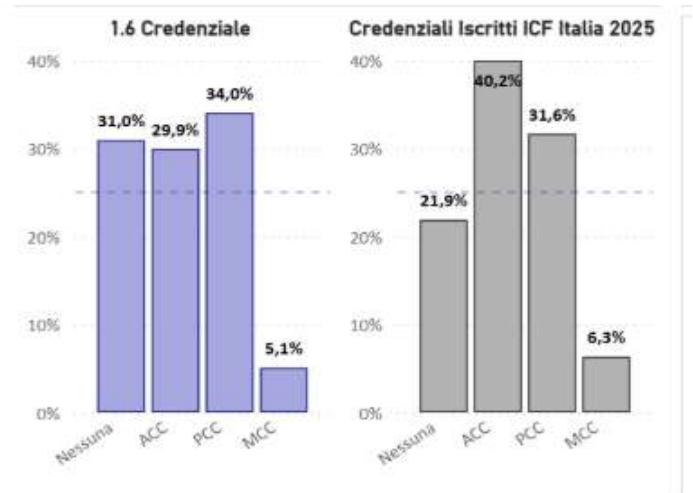


4.3 Credenziali ICF

La distribuzione delle credenziali nel campione è la seguente:

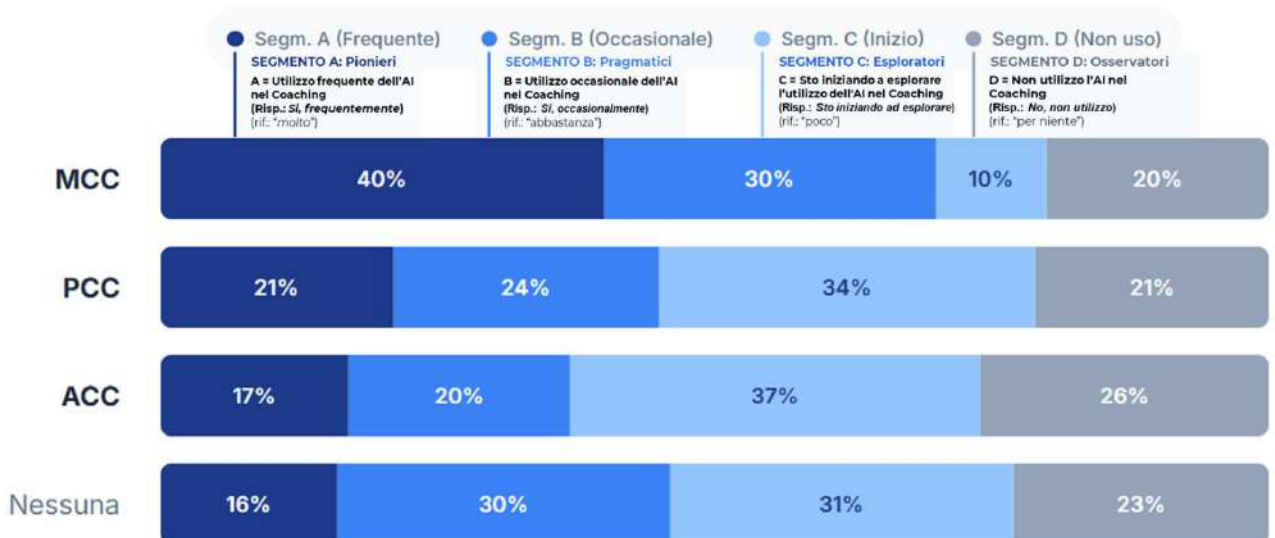
- PCC 34,0%, ACC 29,9%, nessuna credenziale 31,0%, MCC 5,1% (Grafico 4 – Livello di credenziale ICF).

Nel confronto con i dati ICF Italia 2025 indicati nel progetto emergono differenze: **maggiore presenza di coach senza credenziali (+9,1 punti), minore percentuale di ACC (-10,3 punti), leggera maggiore rappresentanza di PCC, quota MCC inferiore (5,1% vs 6,3%).**



Questo mix favorisce una pluralità di prospettive nell'interpretazione dell'impatto dell'AI,

mantenendo comunque un'ossatura professionale con una quota significativa di coach certificati. In parallelo, a livello internazionale l'ICF segnala aggiornamenti e percorsi d'accesso alle credenziali come leva di standardizzazione della qualità nel tempo. [\(ICF\)](#)



4.3.a) Risultati Credenziali ICF per intensità d'uso (A, B, C, D):

Credenziali ICF. Nel campione complessivo la distribuzione tra coach **credenziali (ACC+PCC+MCC)** e **non credenziali** risulta sostanzialmente bilanciata; la quota **MCC** rimane contenuta. Le credenziali ICF (ACC, PCC, MCC) rappresentano livelli progressivi di formazione/esperienza e sono quindi una variabile utile come proxy descrittivo di "formalizzazione" del percorso professionale (senza implicare causalità rispetto all'adozione dell'AI). [ICF+1](#)

Totale: PCC 34,0% | ACC 29,9% | MCC 5,1% | Nessuna 31,0%

- **Segmenti A (uso frequente):** PCC 36,84% | ACC 26,32% | MCC 10,53% | Nessuna 26,32%
- **Segmenti B (uso occasionale):** PCC 32,65% | ACC 24,49% | MCC 6,12% | Nessuna 36,73%
- **Segmenti C (sto iniziando):** PCC 35,38% | ACC 33,85% | MCC 1,54% | Nessuna 29,23%
- **Segmenti D (non uso):** PCC 31,11% | ACC 33,33% | MCC 4,44% | Nessuna 31,11%

→ **Possibile lettura**

- **Segmenti A** mostra un profilo relativamente più “strutturato” sulle credenziali più alte: la quota **MCC** è la più elevata tra i segmenti (10,53%), insieme a una buona presenza **PCC**.
- **Segmenti B** evidenzia la quota più alta di **Nessuna** (36,73%), compatibile con un segmento più eterogeneo sul piano della formalizzazione (pur mantenendo una presenza **PCC** rilevante).
- **Segmenti C** presenta una combinazione “di crescita”: **ACC** e **PCC** sono alte, mentre **MCC** è molto bassa (1,54%), coerente con un Segmento C (Esploratori) che può essere vicino a traiettorie di consolidamento (ma non ancora di mastery).
- **Segmenti D** è sostanzialmente equilibrato tra **ACC/PCC/Nessuna**, con **MCC** contenuta: qui la non-adozione non sembra riducibile a “assenza di credenziali”, ma verosimilmente a fattori di contesto, scelta o prudenza (da verificare con gli incroci successivi).
- **Scostamenti vs ICF Italia (nota qualitativa)**

Confrontando qualitativamente con benchmark ICF Italia riportati nel documento, emergono: + **non-credenziale**, - **ACC**, **PCC** leggermente +, **MCC** - (lettura di contesto, non inferenziale).

Grafici del capitolo con segmentazione per intensità d’uso (A, B, C, D):

→ **A = Utilizzo frequente dell’AI nel Coaching (rif.: “molto”)**

1.5 Sei attualmente associato/a a una delle seguenti organizzazioni di coaching?	% Totali
Sì, sono associato/a a ICF (International Coaching Federation)	81,58%
No, non sono associato/a ad alcuna associazione di coach	10,53%
Sì, sono associato/a a un'altra associazione di coach (es. EMCC, AICP, ecc.)	7,89%
Totale	100,00%

1.6 Se sei Associato ICF specifica la tua Credenziale	% Totali
PCC	36,84%
ACC	26,32%
Nessuna	26,32%
MCC	10,53%
Totale	100,00%

→ **B = Utilizzo occasionale dell’AI nel Coaching (rif.: “abbastanza”)**

1.5 Sei attualmente associato/a a una delle seguenti organizzazioni di coaching?	% Totali
Sì, sono associato/a a ICF (International Coaching Federation)	67,35%
No, non sono associato/a ad alcuna associazione di coach	18,37%
Sì, sono associato/a a un'altra associazione di coach (es. EMCC, AICP, ecc.)	14,29%
Totale	100,00%

1.6 Se sei Associato ICF specifica la tua Credenziale	% Totali
Nessuna	36,73%
PCC	32,65%
ACC	24,49%
MCC	6,12%
Totale	100,00%

→ **C = Sto iniziando a esplorare l'utilizzo dell'AI nel Coaching (rif.: "poco")**

1.5 Sei attualmente associato/a a una delle seguenti organizzazioni di coaching?	% Totali
Sì, sono associato/a a ICF (International Coaching Federation)	81,54%
No, non sono associato/a ad alcuna associazione di coach	13,85%
Sì, sono associato/a a un'altra associazione di coach (es. EMCC, AICP, ecc.)	4,62%
Totale	100,00%

1.6 Se sei Associato ICF specifica la tua Credenziale	% Totali
PCC	35,38%
ACC	33,85%
Nessuna	29,23%
MCC	1,54%
Totale	100,00%

→ **D = Non utilizzo l'AI nel Coaching (rif.: "per niente")**

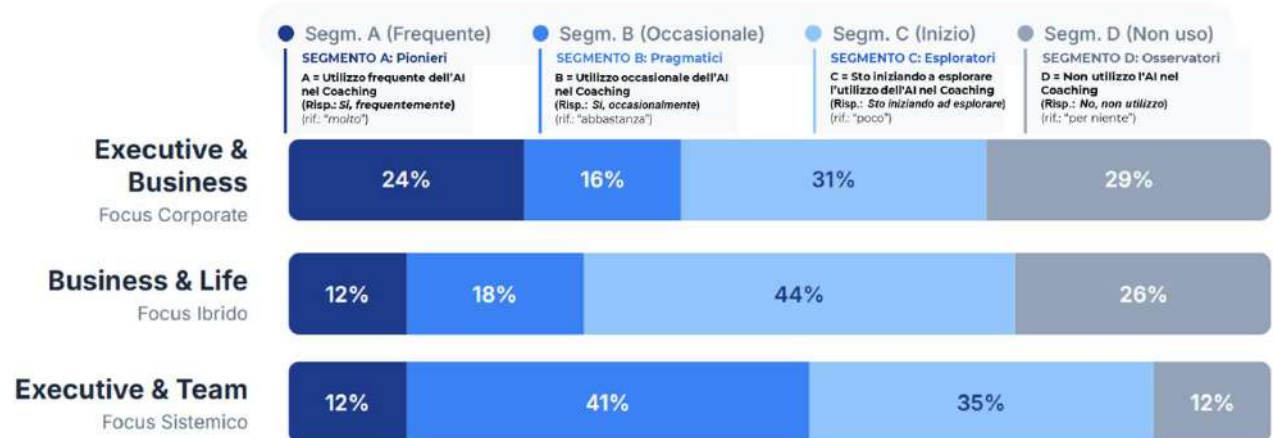
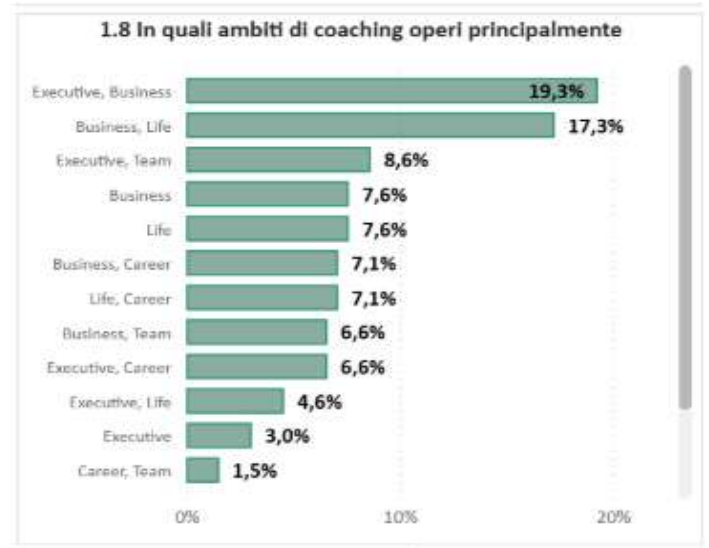
1.5 Sei attualmente associato/a a una delle seguenti organizzazioni di coaching?	% Totali
Sì, sono associato/a a ICF (International Coaching Federation)	75,56%
No, non sono associato/a ad alcuna associazione di coach	20,00%
Sì, sono associato/a a un'altra associazione di coach (es. EMCC, AICP, ecc.)	4,44%
Totale	100,00%

1.6 Se sei Associato ICF specifica la tua Credenziale	% Totali
ACC	33,33%
Nessuna	31,11%
PCC	31,11%
MCC	4,44%
Totale	100,00%

4.4 Ambiti di intervento

Ambiti. Nel campione complessivo prevalgono chiaramente ambiti **organizzativi/professionali** (Executive/Business e relative combinazioni), coerentemente con quanto emerge anche nella ricerca ICF, dove leadership/executive/business rientrano tra le aree più frequentemente citate. Nei segmenti A–D, la fotografia resta “business-centrica”, ma cambia **la combinazione dominante** (e questo è utile per leggere *perché* e *come* l’AI viene/ non viene adottata nei capitoli successivi).

Totale: Executive, Business 19,3% | Business, Life 17,3% | Executive, Team 8,6% | Business 7,6% | Life 7,6% | Business, Career 7,1% | Life, Career 7,1% | Business, Team 6,6% | Executive, Career 6,6% | Executive, Life 4,6% | Executive 3,0% | Career, Team 1,5%



- **Segmenti A (uso frequente):**
 - Executive, Business 23,7% | Business, Life 10,5% | Executive, Team 5,3% | Business 7,9% | Life 2,6% | Business, Career 10,5% | Life, Career 7,9% | Business, Team 10,5% | Executive, Career 7,9% | Executive, Life 5,3% | Executive 5,3% | Career, Team 2,6%
- **Segmenti B (uso occasionale):**
 - Executive, Business 12,2% | Business, Life 12,2% | Executive, Team 14,3% | Business 0,0% | Life 12,2% | Business, Career 10,2% | Life, Career 6,1% | Business, Team 8,2% | Executive, Career 10,2% | Executive, Life 10,2% | Executive 4,1% | Career, Team 0,0%
- **Segmenti C (sto iniziando):**
 - Executive, Business 18,5% | Business, Life 23,1% | Executive, Team 9,2% | Business 12,3% | Life 4,6% | Business, Career 4,6% | Life, Career 7,7% | Business, Team 6,2% | Executive, Career 4,6% | Executive, Life 4,6% | Executive 1,5% | Career, Team 3,1%
- **Segmenti D (non uso):**
 - Executive, Business 24,4% | Business, Life 20,0% | Executive, Team 4,4% | Business 8,9% | Life 11,1% | Business, Career 4,4% | Life, Career 6,7% | Business, Team 2,2% | Executive, Career 4,4% | Executive, Life 2,2% | Executive 6,7% | Career, Team 4,4%

→ Possibile lettura

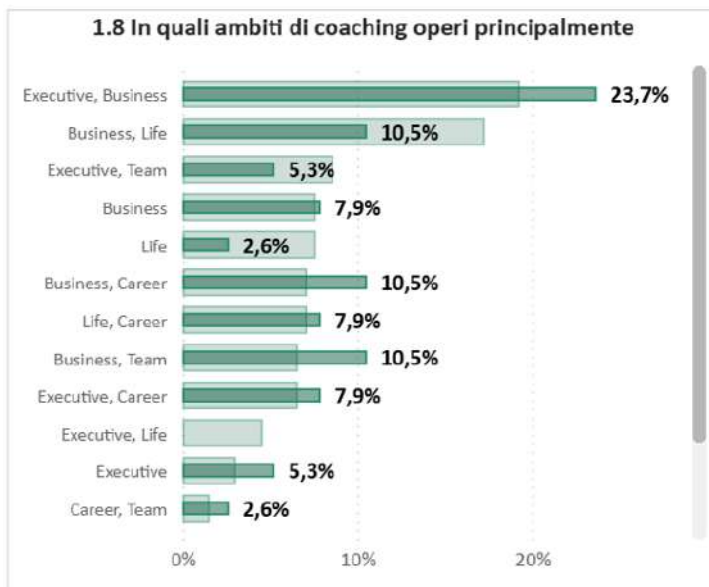
- I segmenti A e D condividono una forte concentrazione su **Executive & Business** (A 23,7%; D 24,4%).

- **Il Segmento B (Pragmatici)** si distingue per una quota relativamente alta di **Executive & Team** (14,3%) e per una distribuzione “multi-combinazione” (molte voci attorno al 10–12%). È un profilo compatibile con un uso più **situazionale** dell’AI: “la uso quando serve” (coerente con segmenti B).
- **Il Segmento C (Esploratori)** ha il picco su **Business & Life** (23,1%) e una presenza significativa su **Business** (12,3%), suggerendo un ambito dove possono coesistere obiettivi organizzativi e personali: è un terreno fertile per “esplorazione guidata”, ma con potenziali sensibilità maggiori su confini e confidenzialità (tema che torna forte negli standard ICF sull’AI).

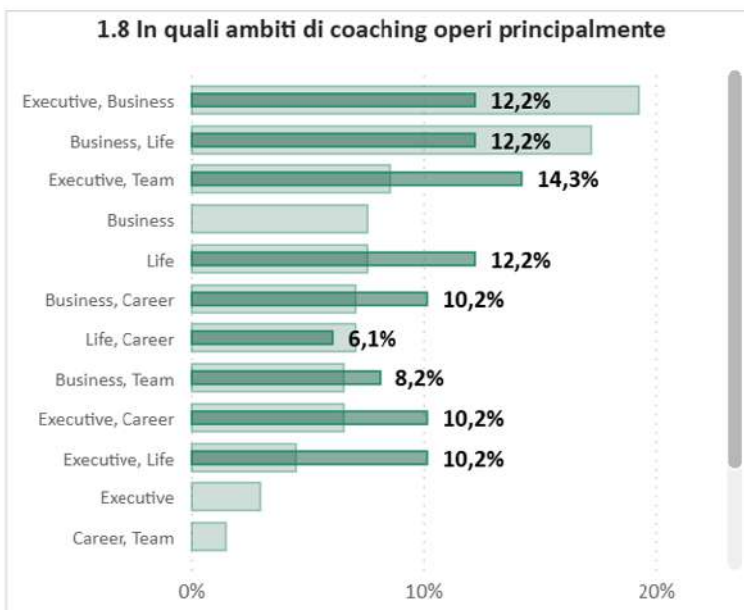
4.4.b) Grafici del capitolo

Grafici del capitolo con segmentazione per intensità d’uso (A, B, C, D):

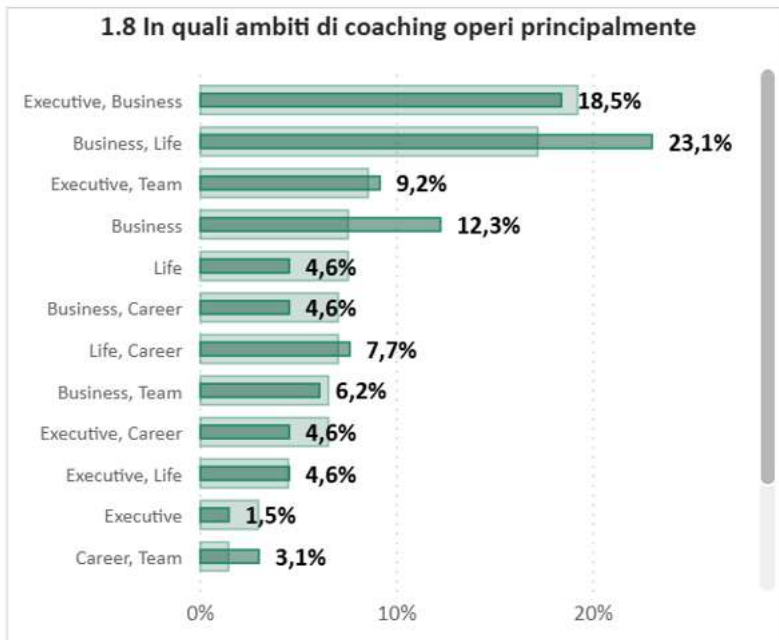
→ A = Utilizzo frequente dell’AI nel Coaching (rif.: “molto”)



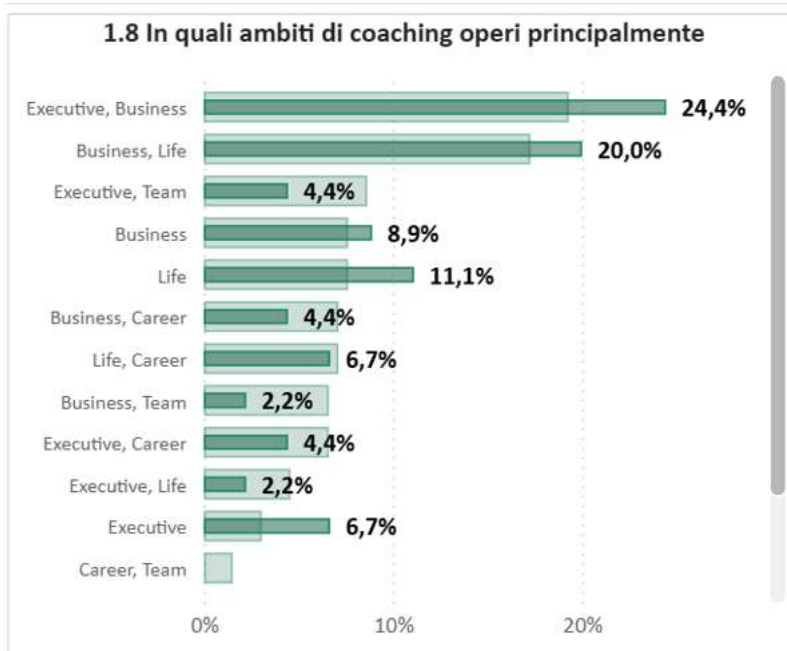
→ B = Utilizzo occasionale dell’AI nel Coaching (rif.: “abbastanza”)



C = Sto iniziando a esplorare l'utilizzo dell'AI nel Coaching (rif.: "poco")



→ D = Non utilizzo l'AI nel Coaching (rif.: "per niente")



4.5 Sintesi del capitolo

- Campione **n=197** con marcata prevalenza di **fasce 40–49/50–59/60+** e **prevalenza femminile**; profilo in linea con le tendenze internazionali che registrano una maggioranza di coach donne. ([ICF](#))
- Mix credenziali **PCC/ACC** solido, con **31% di non certificati** e **5,1% MCC**; differenze rispetto al dato ICF Italia 2025 interno al progetto segnalano un campione utile a osservare **prospettive eterogenee**. ([ICF](#))
- **Focus Executive/Business** come asse prevalente degli ambiti, con ulteriori combinazioni in coda; presenza residuale di Executive puro e Career & Team.

Nota: i grafici 1–5 riportano i valori percentuali indicati nel testo e costituiscono la base visiva per le analisi incrociate con competenze, mindset e adozione dell'AI nei capitoli successivi.

5. Diffusione e utilizzo dell'Intelligenza Artificiale

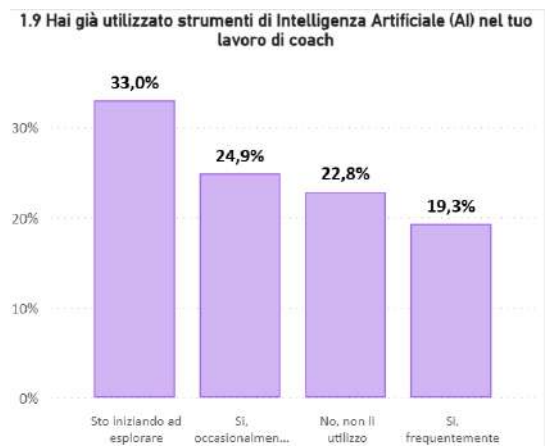
Segmentazione dei partecipanti per: *segmentazione per intensità d'uso (A, B, C, D)*



N.B.: La segmentazione sopra riportata è trasversale ed è presente in tutta la **Ricerca AI&Coaching 2025**. A tal fine in questo capitolo abbiamo riportato solamente i dati riepilogativi di tutti i partecipanti.

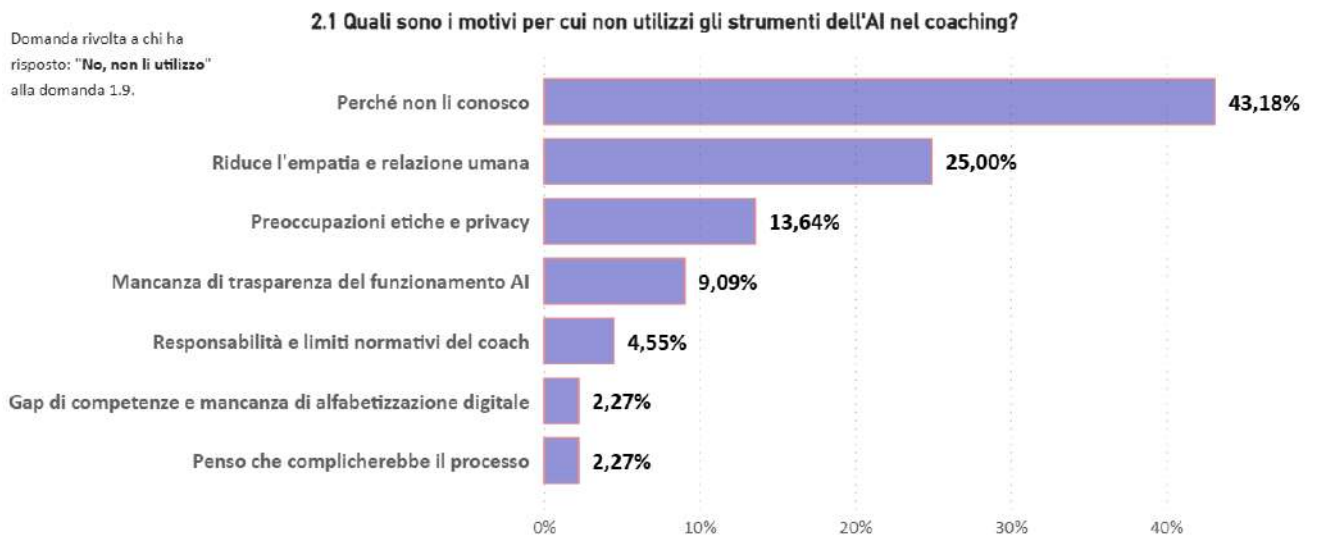
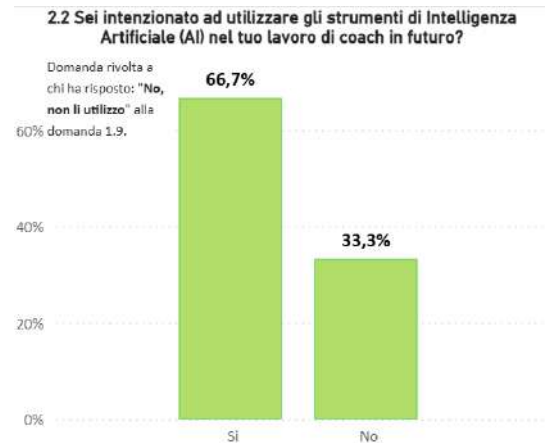
In questo capitolo riportiamo i risultati di **quanto** e **come** i coach integrano strumenti di AI nella pratica, includendo le motivazioni di non utilizzo e il profilo di competenze/mindset associato ai diversi livelli di adozione.

I risultati sono arricchiti dalle **dashboard elaborate con Power BI** che consentono letture comparative e prime **correlazioni descrittive**.



5.1 Livelli di adozione (Dashboard – Totale campione)

- Contatto con l'AI.** Il quadro complessivo mostra una fase di adozione **emergente ma in crescita**: *sto iniziando a esplorare* **33,0%**; *si, occasionalmente* **24,9%**; *si, frequentemente* **19,3%**; *no, non li utilizzo* **22,8%** (Grafico 1.9 – Totale). In sintesi, **3 su 4** hanno già avuto un contatto operativo con l'AI.
- Intenzioni dei non utilizzatori.** Tra chi oggi non usa l'AI, **66,7%** intende adottarla in futuro; **33,3%** non prevede l'adozione (Dashboard "Sto iniziando/Non utilizzo", Grafico 2.2). L'astensione attuale appare spesso **transitoria** (conoscenza, familiarità, fiducia) più che opposizione di principio.



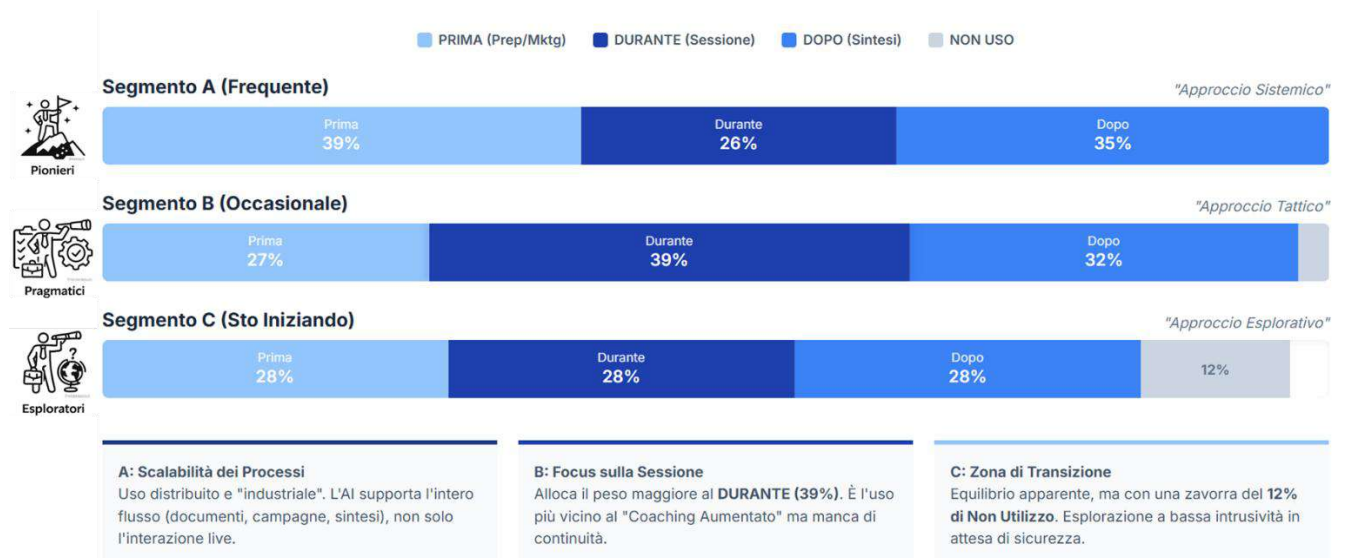
6. Ambiti, vantaggi e preoccupazioni sull'utilizzo dell'AI nel coaching

La sezione “3. Comportamenti e percezioni sull'uso dell'AI nel coaching” integra le dashboard Power BI con le domande 3.1 (ambiti d'uso), 3.2 (vantaggi percepiti) e 3.3 (preoccupazioni), distinguendo i segmenti: “utilizzo frequente/occasionale” e “sto iniziando/non utilizzo”. I commenti seguono lo schema 4D (Descrizione, Diagnosi, Derivazioni, Difese) con **cross-reference** ai capitoli pertinenti. Riferimenti a standard e cornici sono coerenti con ICF (Codice Etico, Core Competencies, AI Coaching Framework & Standards) e DigComp 2.2. ([ICF](#))

6.1 Ambiti di utilizzo dell'IA

Domanda: **3.1 In quali ambiti hai già utilizzato l'AI tua pratica di coaching?**

Commenti al Grafico 3.1 — In quali ambiti hai già utilizzato l'AI nella tua pratica di coaching?



6.1.a) Totale campione (cosa emerge “davvero”)

Nel totale campione l'uso dell'AI si concentra su attività operative e di supporto al lavoro del coach, con una presenza significativa sia in **preparazione**, sia in **sessione**, sia nel **follow-up**.

→ Top attività (totale campione):

- La co-creazione contenuti 16,62% | campagne social/comunicazione 14,61% | generazione domande/stimoli 14,61% | stesura documenti commerciali/contrattuali 14,04% | supporto alla riflessione tra sessioni 11,75% | sintesi sessioni/note 10,60%
- **Funzioni “analitiche sensibili” più basse:** analisi pattern/dati 6,59% | analisi dinamiche (team/group) 2,87% | profilazione target 2,58% | lead 0,57% | non ho ancora utilizzato 5,16%

→ Mappatura degli Ambiti di utilizzo dell'IA “Prima–Durante–Dopo”

- Possibile mappatura delle attività “Prima–Durante–Dopo”

Quando: Una possibile mappatura delle attività "Prima-Durante-Dopo":	Opzioni di risposta: attività "Prima-Durante-Dopo"	Risultati
1. Attività Marketing non specifiche - Prima della Sessione di Coaching	08. Stesura documenti commerciali e contrattuali	14,04%
	09. Generazione di Lead	0,57%
	10. Campagne social di comunicazione per la promozione del coaching	14,61%
	07. Profilazione del potenziale target	2,58%
2. Durante la Sessione di Coaching	02. Generazione di domande o stimoli per il cliente	14,61%
	05. Co-creazione di contenuti (es. piani d'azione - metafore - visualizzazioni)	16,62%
3. Dopo la Sessione di Coaching	01. Sintesi delle sessioni o note	10,06%
	03. Analisi di pattern o dati raccolti dal cliente	6,59%
	04. Supporto alla riflessione personale tra una sessione e l'altra	11,75%
	06. Analisi delle dinamiche di interazione nel team o nel group coaching	2,87%
Nessuna attività	11. Non ho ancora utilizzato l'AI nel mio coaching	5,16%

Usando la mappatura:

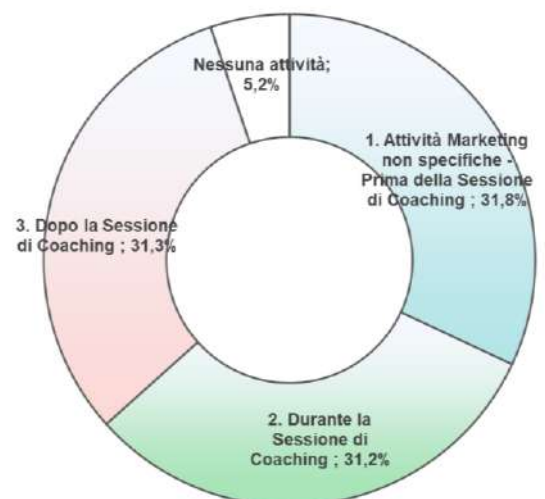
- **Prima della sessione (8, 9, 10, 7): 31,8%**
- **Durante la sessione (2, 5): 31,2%**
- **Dopo la sessione (1, 3, 4, 6): 31,3%**
- **Nessuna attività (11): 5,2%**

Nel totale campione l'uso è quasi "tripartito" lungo il ciclo **Prima-Durante-Dopo**.

Questo è un indizio interessante: la pratica non è solo marketing o back-office, ma include anche una componente potenzialmente "*durante la Sessione di Coaching*" attraverso (secondo la possibile mappatura delle attività "Prima-Durante-Dopo"):

- 02. Generazione di domande o stimoli per il cliente
- 05. Co-creazione di contenuti (es. piani d'azione - metafore - visualizzazioni)

Mappatura degli Ambiti di utilizzo dell'IA "Prima-Durante-Dopo"



Segmenti A — Utilizzo frequente (“molto”)

Durante (2+5): 24,7% | Prima: 39,0% | Dopo: 34,2%

- **Sintesi interpretativa:** chi usa AI frequentemente (A) mostra una distribuzione più distribuita
 - È coerente con un profilo che sta **scalando** l'AI su processi e produttività (documenti, campagne, sintesi), non solo sull'interazione live.

Segmenti B — Utilizzo occasionale (“abbastanza”)

Durante (2+5): 39,2% | Prima: 26,7% | Dopo: 31,7% | Nessuna: 2,5%

- **Sintesi interpretativa:** B è il Segmento C (Esploratori) che **alloca più peso relativo al DURANTE**, trainato soprattutto dalla **co-creazione di contenuti** e dalla **generazione di domande/stimoli**.
 - Ma: essendo “occasionale”, va letto come **sperimentazione selettiva** (uso in-session quando serve), non ancora come pratica consolidata.

Segmenti C — Sto iniziando (“poco”)

Qui emerge un profilo di esplorazione con quota non trascurabile di **“non ho ancora utilizzato” (12,1%)** e un mix di attività “a bassa intrusività” (domande/stimoli, riflessione tra sessioni, documenti).

Lettura coerente: C è “zona di transizione”: motivazione/curiosità ci sono, ma la pratica è ancora disomogenea.

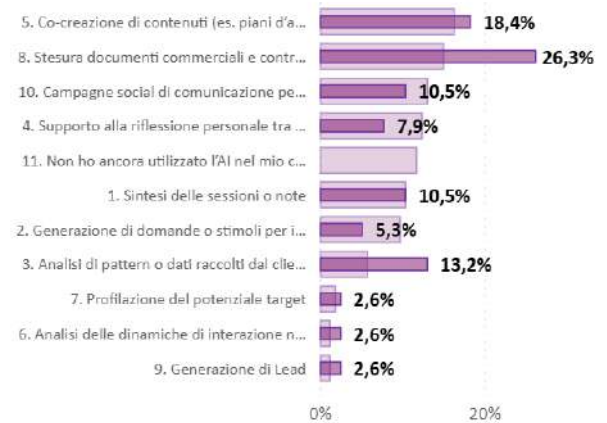
Segmenti D — Non utilizzo (“per niente”)

A questa domanda chi ha risposto che *non utilizza l'AI* non è stato, ovviamente, invitato a rispondere

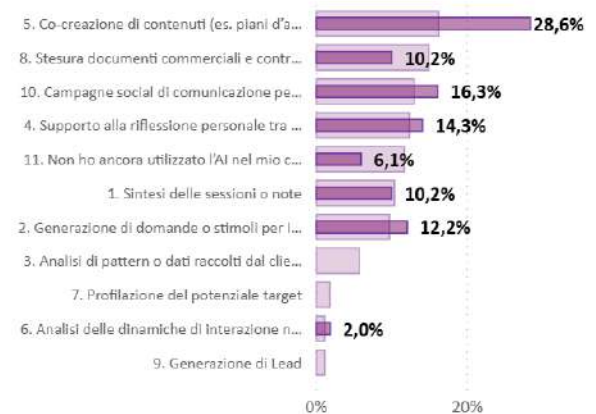
Possibile lettura Diagnosi (ipotesi di pattern)

1. **Il Coaching abilitato dall'AI** potrebbe avvenire quando lo strumento diventa un partner sistemico che libera spazio mentale per una maggiore **presenza** nella Sessione di Coaching.
 - Chi usa l'AI per prepararsi ossessivamente cerca sicurezza.
 - Chi usa l'AI per **riflettere** su quanto accaduto cerca apprendimento.

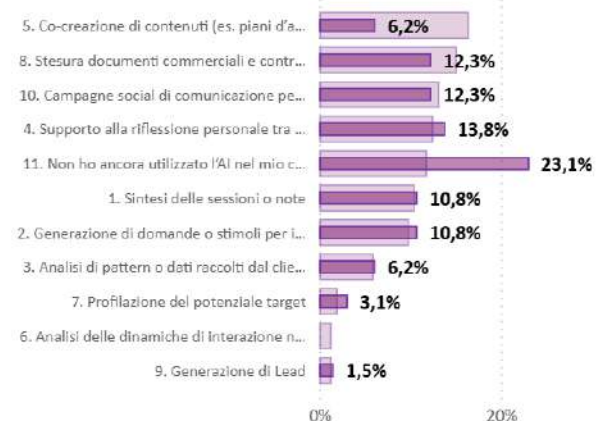
3.1 In quali ambiti hai già utilizzato l'AI tua pratica di coaching? (Prima scelta)



3.1 In quali ambiti hai già utilizzato l'AI tua pratica di coaching? (Prima scelta)



3.1 In quali ambiti hai già utilizzato l'AI tua pratica di coaching? (Prima scelta)

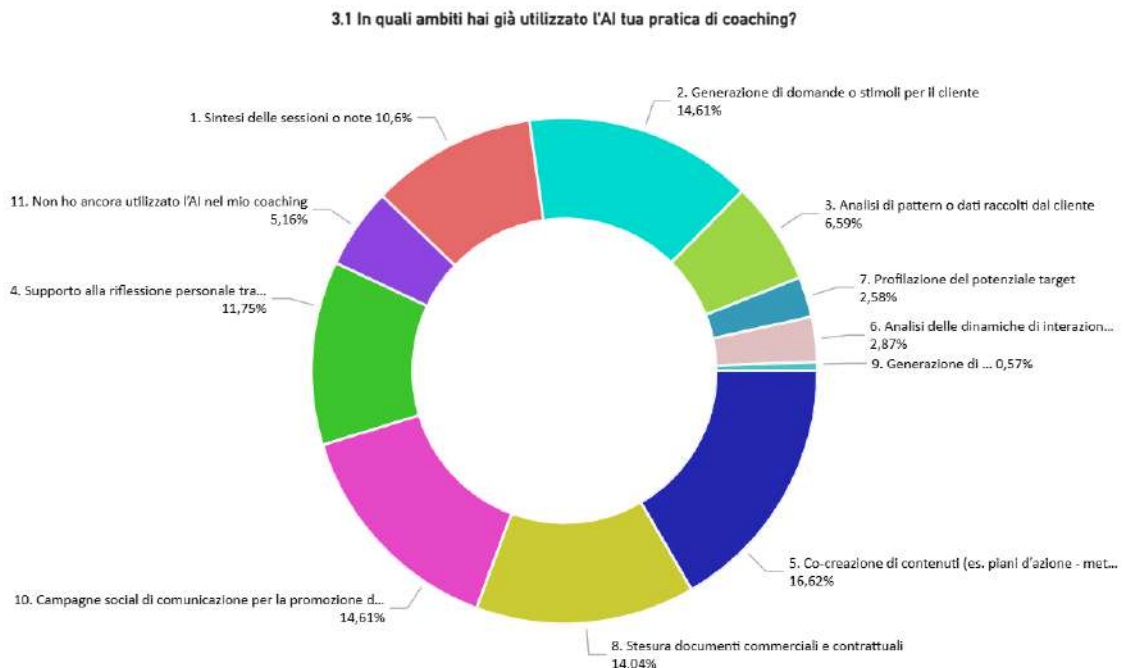


2. **Adozione “matura” dell'AI** tende a distribuire l'AI lungo tutto il ciclo operativo (Prima–Durante–Dopo), con un peso forte su attività di scalabilità (marketing/documenti) e su follow-up (sintesi/riflessione).
3. Per il salto di qualità verso il **Coaching Abilitato-AI**: dovranno entrare in gioco governance, disclosure, protezione dati. ICF richiama esplicitamente un'integrazione etica e affidabile dell'AI nel coaching, con attenzione a riservatezza, bias e trasparenza.
4. **Le funzioni analitiche sensibili restano basse** (pattern/dinamiche/profilazione): segnale coerente con prudenza su privacy, accountability e rischi di bias — aree su cui lo standard ICF spinge a salvaguardie e chiarezza di utilizzo.

→ **Derivazioni (implicazioni)**

- Per il **Coaching Abilitato-AI**, la traiettoria più sensata è un'adozione dell'AI **con maggiore prudenza, ponderazione, competenza e protezioni** (consenso, minimizzazione dati, confini d'uso, trasparenza verso il cliente), come richiesto dalla cornice etica e dagli standard ICF.
- Sul piano competenze, ha senso leggere questo passaggio come tema di **AI literacy**: l'AI Act (Art. 4) chiede misure per garantire un livello sufficiente di alfabetizzazione all'AI in base a contesto e persone coinvolte; DigComp 2.2 offre un linguaggio operativo per strutturare formazione e progressione.

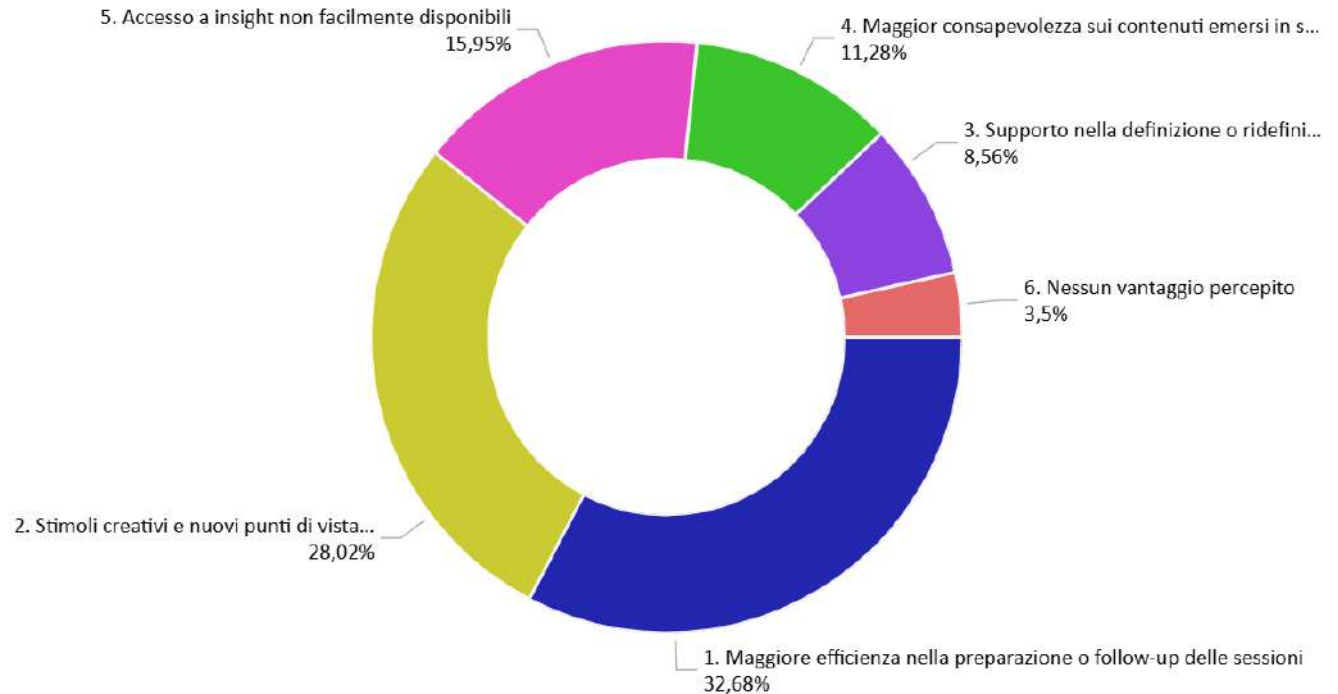
Grafico dei risultati complessivi



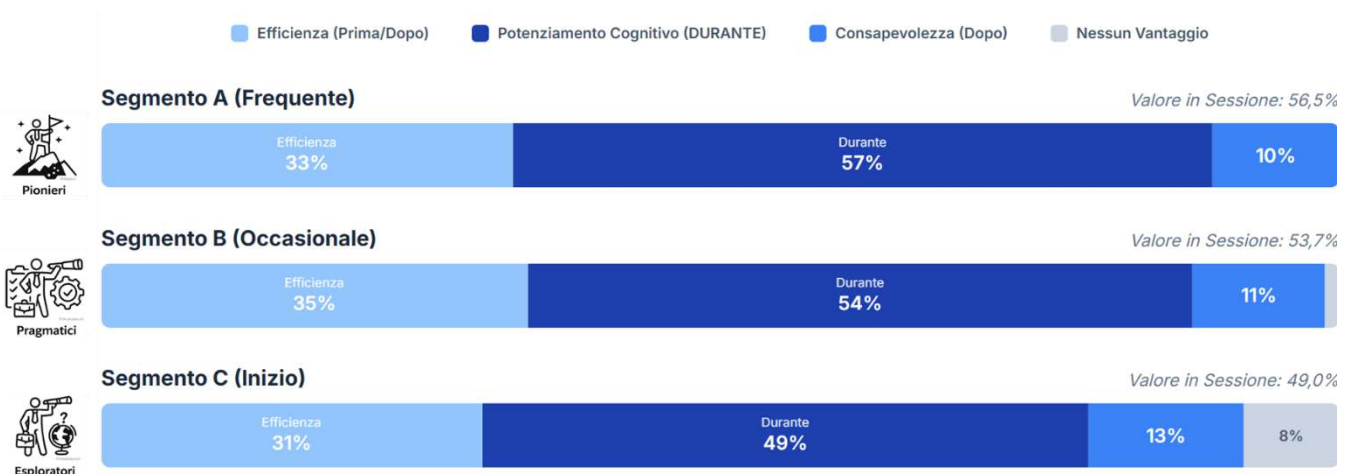
6.2 Vantaggi percepiti nell'utilizzo dell'IA nel coaching

Domanda: **3.2 Quali vantaggi percepisci (o immagini) nell'uso dell'AI nel coaching?**

3.2 Quali vantaggi percepisci (o immagini) nell'uso dell'AI nel coaching.



6.2.a) Descrizione (dati)



Totale campione: Efficienza preparazione/follow-up 32,68% | Stimoli creativi e nuovi punti di vista 28,02% | Accesso a insight non facilmente disponibili 15,95% | Maggior consapevolezza sui contenuti emersi 11,28% | Supporto nella definizione/ridefinizione obiettivi 8,56% | Nessun vantaggio 3,50%

- **Segmenti A (uso frequente):** Efficienza 33,33% | Stimoli creativi 31,88% | Insight 15,94% | Consapevolezza 10,14% | Supporto obiettivi 8,70% | Nessun vantaggio 0,00%
- **Segmenti B (uso occasionale):** Efficienza 34,52% | Stimoli creativi 29,76% | Insight 17,86% | Consapevolezza 10,71% | Supporto obiettivi 5,95% | Nessun vantaggio 1,19%
- **Segmenti C (sto iniziando):** Efficienza 30,77% | Stimoli creativi 24,04% | Insight 14,42% | Consapevolezza 12,50% | Supporto obiettivi 10,58% | Nessun vantaggio 7,69%

- **Segmenti D (non utilizzo):** A questa domanda chi ha risposto che *non utilizza l'AI* non è stato, ovviamente, invitato a rispondere.

6.2.b) Lettura “Prima–Durante–Dopo” con l’ipotesi Coaching Abilitato-AI = più AI durante la sessione

→ Mappatura dei Vantaggi percepiti dell’IA “Prima–Durante–Dopo” (tutti i segmenti)

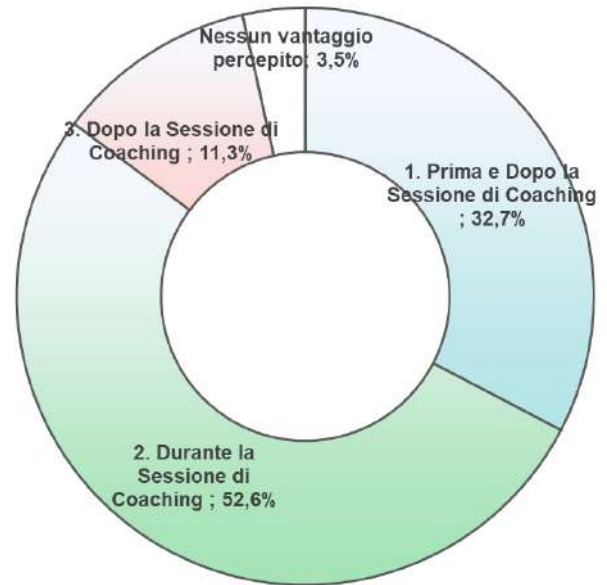
- Possibile mappatura delle attività “Prima–Durante–Dopo”

Quando: Una possibile mappatura delle attività “Prima–Durante–Dopo”:	Vantaggio	A (Frequente)	B (Occasionale)	C (Inizio a espl.)
Attività Marketing non specifiche - Prima della Sessione di Coaching	Maggiore efficienza nella preparazione (prima) o follow-up delle sessioni (dopo)	33,33%	34,52%	30,77%
Durante la Sessione di Coaching	Stimoli creativi e nuovi punti di vista per il cliente	31,88%	29,76%	24,04%
	Accesso a insight non facilmente disponibili	15,94%	17,86%	14,42%
Dopo la Sessione di Coaching	Maggior consapevolezza sui contenuti emersi in sessione	10,14%	10,71%	12,50%
	Nessun Vantaggio	0,0%	1,19%	7,69%

Mappatura dei Vantaggi dell'IA "Prima-Durante-Dopo"

Raggruppamento dei risultati usando la mappatura:

- **Prima + Dopo** (1 = efficienza preparazione/follow-up):
Totale 32,7% | A 33,33% | B 34,52% | C 30,77%
- **Durante** (2 = stimoli creativi; 3 = supporto obiettivi; 5 = insight): **Indice DURANTE = 2+3+5**
Totale 52,6% | A 56,52% | B 53,57% | C 49,04%
- **Dopo** (4 = consapevolezza su contenuti emersi):
Totale 11,3% | A 10,14% | B 10,71% | C 12,50%



→ **Punto chiave:**

in tutti i segmenti interpretabili, i benefici percepiti si concentrano soprattutto sul **DURANTE** (circa metà o più).

Questo sostiene bene l'ipotesi: il "valore immaginato/percepito" dell'AI non è solo back-office, ma soprattutto la possibile **leva cognitiva potenzialmente durante la sessione** (creatività, insight, ridefinizione obiettivi).

→ **Diagnosi (pattern)**

1. **Effetto pratica visibile:** dove l'AI è già operativa (A/B), cala quasi a zero la quota "nessun vantaggio" (A 0%; B 1,19%); in C sale a 7,69%, segnale di esplorazione ancora prudente o non ancora "sbloccata" da competenze/contesto.
2. **A e B convergono su un'immagine "Coaching Abilitato-AI cognitivo":** in-session (stimoli + insight + obiettivi) pesa di più in A (56,52%) e resta alto in B (53,57%). È coerente con un profilo che vede l'AI come supporto alla qualità della conversazione e non solo all'efficienza.
3. **C è più "cauto" ma interessante:** DURANTE scende (49,04%) e cresce relativamente la componente **consapevolezza post-sessione** (12,50%) e **supporto obiettivi** (10,58%). È un profilo compatibile con "Volenteroso inesperto": vede benefici anche in sessione, ma probabilmente cerca più struttura e sicurezza per spingersi oltre.

→ **Derivazioni (implicazioni)**

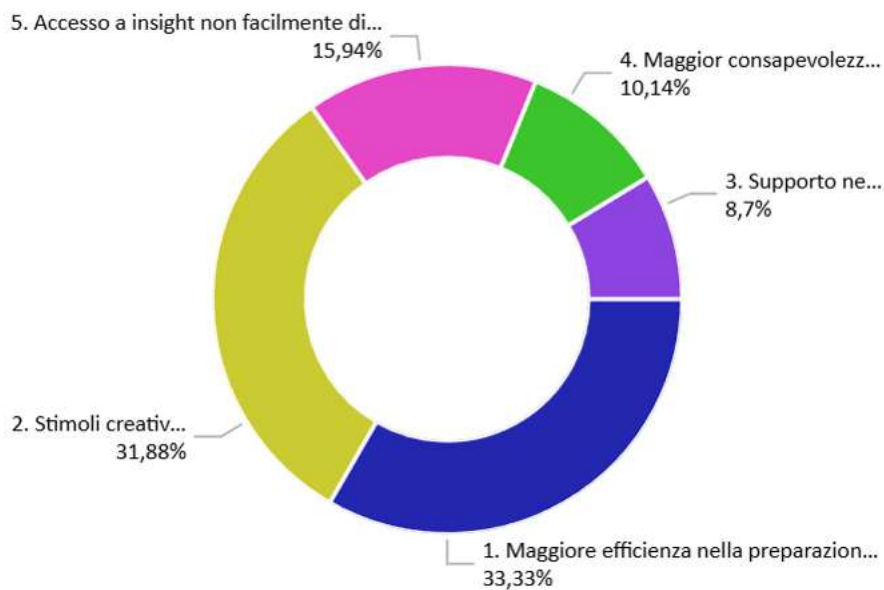
- Se l'obiettivo della ricerca è sondare gli orientamenti del **Coaching Abilitato-AI**, questo grafico suggerisce una traiettoria concreta: **una percezione di un maggior vantaggio delle attività DURANTE con i seguenti risultati dei tre segmenti: A-Pionieri 56,52%, B-Pragmatici 53,57%, leggermente superiori rispetto C-Esploratori 49,04%.**
 - I vantaggi percepiti rispetto all'attività *potenzialmente svolta DURANTE la Sessione di Coaching* (stimoli, insight, obiettivi), svolta doverosamente con **salvaguardie** (trasparenza, consenso, confidenzialità, accountability) e coerenti con gli standard ICF sull'integrazione dell'AI nel coaching.
- La differenza tra "uso che funziona" e "uso che spaventa" non è tanto *quale vantaggio*, ma *come lo governi*: l'alfabetizzazione all'AI diventa requisito organizzativo e professionale (anche in Europa: obbligo di misure per un livello sufficiente di **AI literacy** in base a contesto e persone coinvolte).

- Operativamente, DigComp 2.2 è un buon “ponte” per progettare percorsi che riducano la distanza C→(A/B): non per “spingere l’uso”, ma per aumentare competenza, consapevolezza dei rischi e qualità delle pratiche.
- **Vantaggi percepiti ≠ efficacia oggettiva:** questi dati descrivono rappresentazioni e aspettative; per validare gli impatti serviranno metriche (tempo risparmiato, qualità della documentazione, outcome del cliente, gestione dei rischi) nella Fase 2.

Grafici del capitolo con segmentazione per intensità d’uso (A, B, C, D):

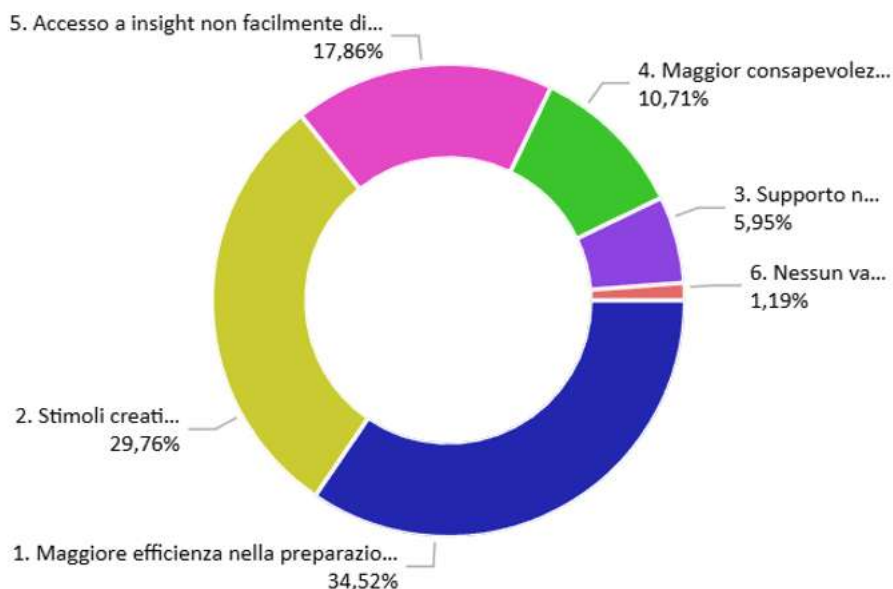
→ A = Utilizzo frequente dell’AI nel Coaching (rif.: “molto”)

3.2 Quali vantaggi percepisci (o immagini) nell’uso dell’AI nel coaching.



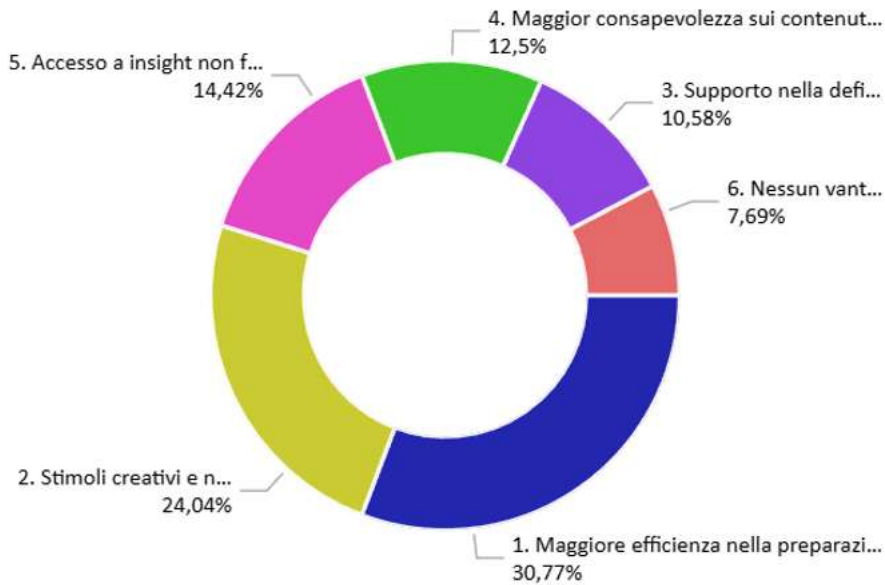
→ B = Utilizzo occasionale dell’AI nel Coaching (rif.: “abbastanza”)

3.2 Quali vantaggi percepisci (o immagini) nell’uso dell’AI nel coaching.



→ **C = Sto iniziando a esplorare l'utilizzo dell'AI nel Coaching (rif.: "poco")**

3.2 Quali vantaggi percepisci (o immagini) nell'uso dell'AI nel coaching.



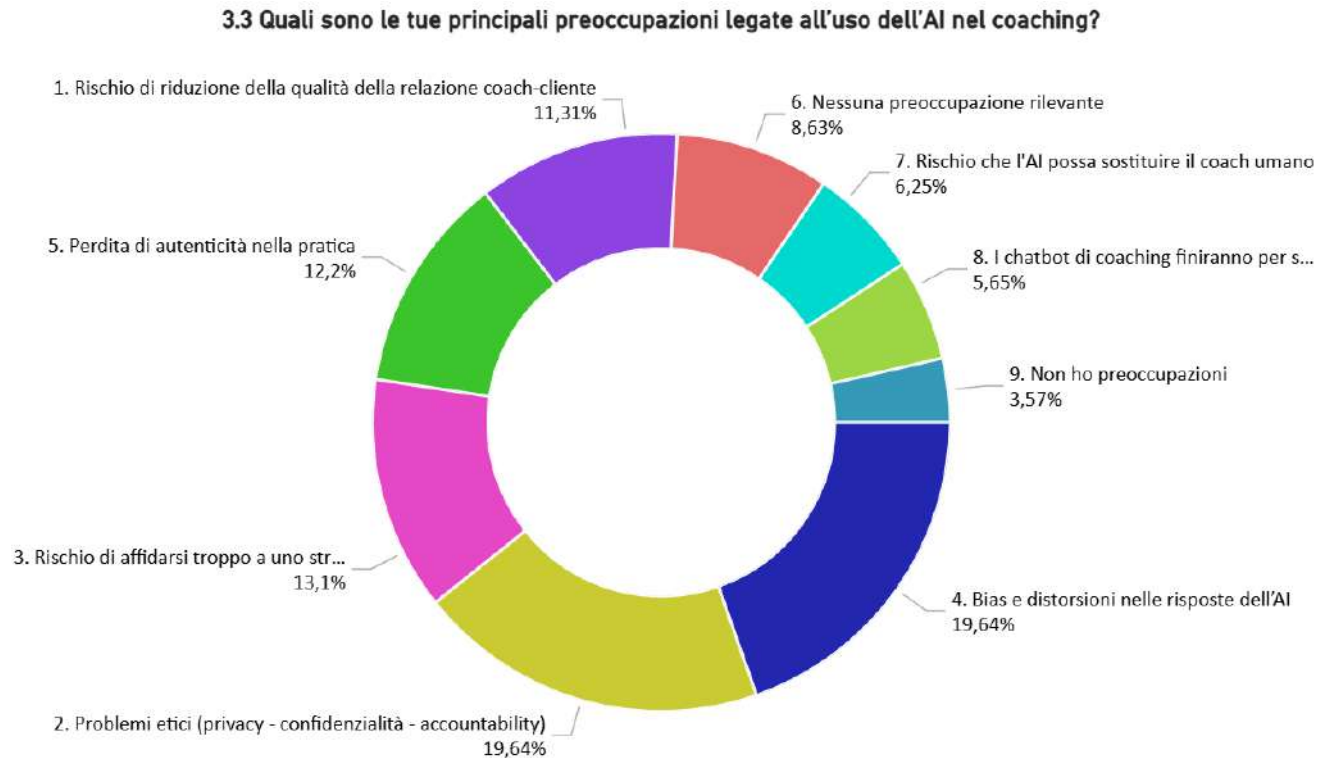
→ **D = Non utilizzo l'AI nel Coaching (rif.: "per niente")**

A questa domanda chi ha risposto che *non utilizza l'AI* non è stato, ovviamente, invitato a rispondere.

6.3 Le principali preoccupazioni legate all'uso dell'AI nel coaching

Domanda: **3.3 Quali sono le tue principali preoccupazioni legate all'uso dell'AI nel coaching?**

Commenti al Grafico 3.3 — Quali sono le tue principali preoccupazioni legate all'uso dell'AI nel coaching?



6.3.a) Descrizione (dati)

- Totale campione:** Bias/distorsioni 19,64% | Etica–privacy–confidenzialità–accountability 19,64% | Rischio di affidarsi troppo allo strumento 13,10% | Perdita di autenticità 12,20% | Riduzione qualità relazione coach–cliente 11,31% | Nessuna preoccupazione rilevante 8,63% | Rischio sostituzione del coach 6,25% | “Chatbot di coaching...” 5,65% | Non ho preoccupazioni 3,57%.
- Segmenti A (uso frequente):** Etica/privacy/accountability 20,51% | Bias/distorsioni 16,67% | Autenticità 11,54% | Relazione 10,26% | Affidamento eccessivo 10,26% | Nessuna preoccupazione rilevante 10,26% | “Chatbot di coaching...” 7,69% | (preoccupazioni/assenza di preoccupazioni residue a quota minore, come da grafico).
- Segmenti B (uso occasionale):** Bias/distorsioni 23,58% | Etica/privacy/accountability 18,87% | Affidamento eccessivo 16,04% | Nessuna preoccupazione rilevante 12,26% | Autenticità 9,43% | Relazione 7,55% | “Chatbot di coaching...” 5,66% | Rischio sostituzione 4,72% | Non ho preoccupazioni 1,89%.
- Segmenti C (sto iniziando):** Etica/privacy/accountability 19,74% | Bias/distorsioni 18,42% | Relazione 14,47% | Autenticità 14,47% | Affidamento eccessivo 12,50% | Rischio sostituzione 7,24% | Nessuna preoccupazione rilevante 5,26% | “Chatbot di coaching...” 4,61% | Non ho preoccupazioni 3,29%.

Nota: nel materiale allegato non compare un grafico “D” leggibile per questa domanda; se D è assente per logica di questionario/branch, va trattato come **non interpretabile** su questo item (come già visto in alcuni grafici precedenti).

6.3.b) Analisi dei risultati

→ Diagnosi e rilevazione di potenziali pattern

1. **Due paure “strutturali” e trasversali:**

bias/distorsioni e temi etico-legali (privacy/confidenzialità/accountability) sono stabilmente ai vertici in tutti i segmenti (Totale ≈ 39% sommandoli). Questo è un buon segnale di maturità: la comunità dei Coach che hanno risposto al questionario **non sta “facendo hype”, sta pensando a responsabilità e qualità.**

2. **La distanza dal Coaching Abilitato-AI si legge soprattutto su relazione/autenticità:**

nel Segmento C (Esploratori) (inizio esplorazione) **relazione e autenticità** salgono entrambe a 14,47%, mentre in B scendono (7,55% e 9,43%) e in A restano più contenute (10,26% e 11,54%). Possibile interpretazione: **chi è più vicino a un profilo “Coaching Abilitato-AI” tende a spostare la preoccupazione dal “l’AI rovina la relazione” al “come garantisco qualità/etica quando la uso”.**

3. **Il “cuore” del Coaching Abilitato-AI non è l’assenza di timori, ma timori più “governabili”:**

B (occasionale) mostra il picco su **bias (23,58%)** e un valore alto su **affidamento eccessivo (16,04%)**. Questo è coerente con un uso più vicino al *durante-sessione* (dove bias e overreliance- eccessiva dipendenza, diventano più critici), ma ancora “in prova”: si usa, però si teme di usarla male.

→ Derivazioni (implicazioni) orientate al “Coaching Abilitato-AI”

Se assumiamo che il **Coaching Abilitato-AI** sia quello che *più frequentemente* integra l’AI *nelle attività di coaching* (potrebbe essere anche quello che, per esempio usa un avatar AI per accompagnare il cliente tra le sessioni), allora il messaggio operativo dei risultati potrebbe essere rivelativo:

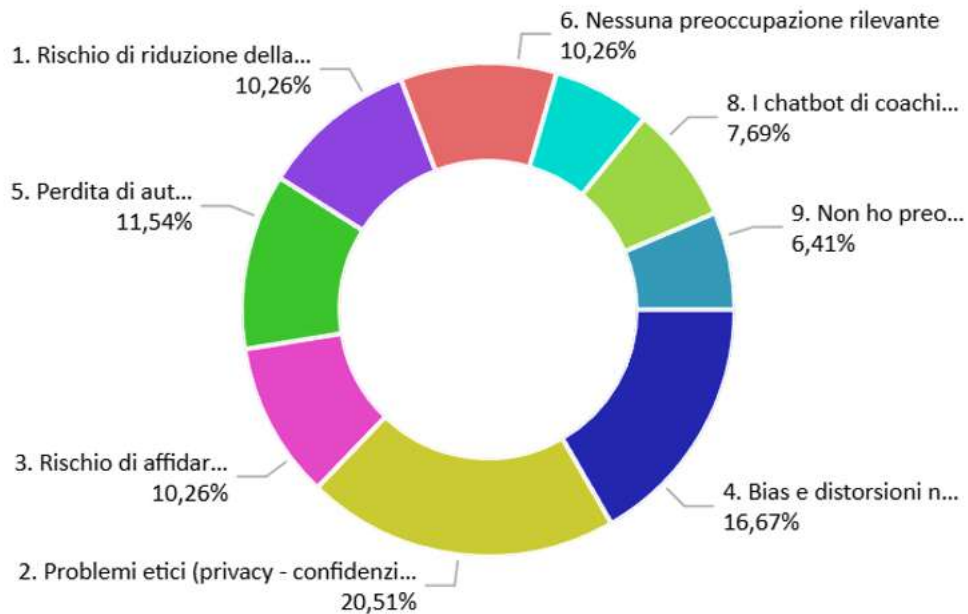
- **Priorità 1: governance e disclosure** (trasparenza su se/come viene usata l’AI, consenso informato, confini, gestione dati). Questo è allineato alla logica degli standard ICF sull’integrazione dell’AI e alla centralità del fattore umano e della responsabilità professionale.
- **Priorità 2: confidenzialità e compliance:** la confidenzialità è un asse non negoziabile nel Codice Etico ICF; l’AI amplifica i rischi se mancano regole di trattamento dei dati e controlli.
- **Priorità 3: AI literacy come abilitatore:** la richiesta europea di misure per garantire un livello “sufficiente” di alfabetizzazione all’AI (in base a contesto e persone coinvolte) rende questa leva non solo “formativa” ma anche organizzativa.
- **Priorità 4: competenze digitali pratiche:** DigComp 2.2 offre un linguaggio operativo (sicurezza, pensiero critico, gestione informazioni) utile per trasformare preoccupazioni in pratiche (checklist, protocolli, training).

Sintesi “Coaching Abilitato-AI” (in chiaro): il profilo più vicino non è quello che “non ha paure”, ma quello che **accetta i rischi reali (bias, privacy, overreliance)** e li gestisce con **metodo, trasparenza e controllo umano.**

Grafici del capitolo con segmentazione per intensità d'uso (A, B, C, D):

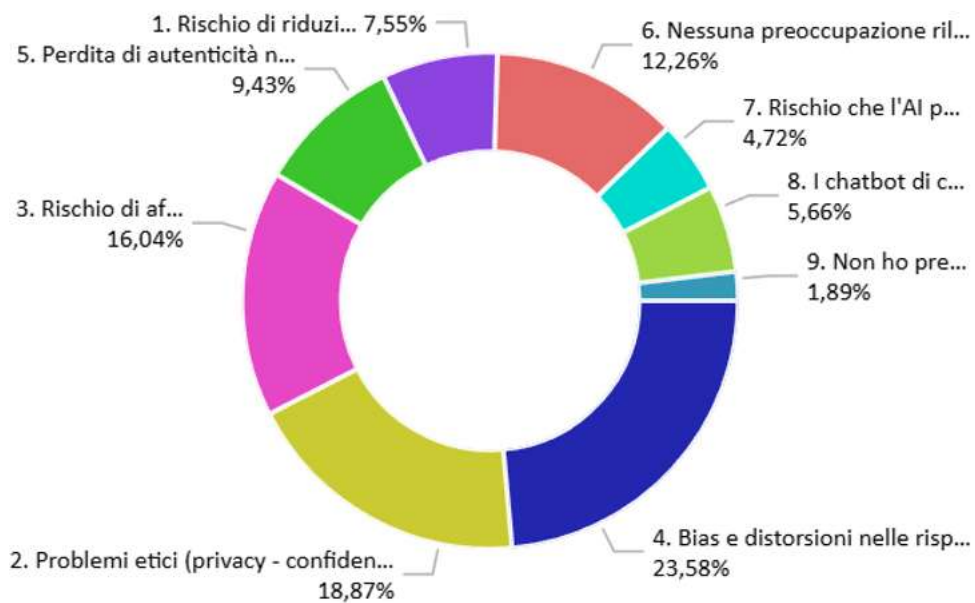
→ **A = Utilizzo frequente dell'AI nel Coaching (rif.: "molto")**

3.3 Quali sono le tue principali preoccupazioni legate all'uso dell'AI nel coaching?



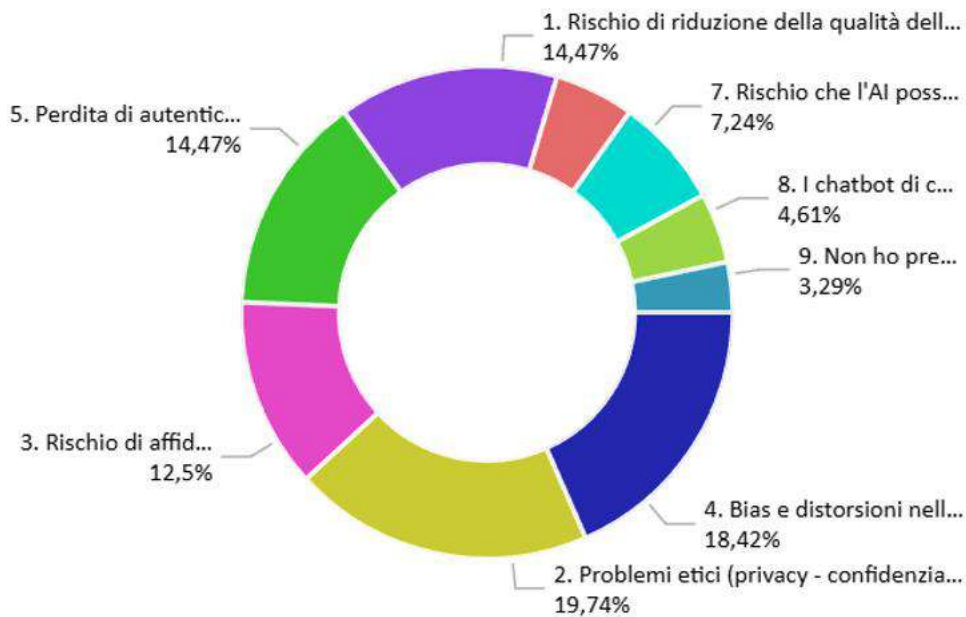
→ **B = Utilizzo occasionale dell'AI nel Coaching (rif.: "abbastanza")**

3.3 Quali sono le tue principali preoccupazioni legate all'uso dell'AI nel coaching?



→ **C = Sto iniziando a esplorare l'utilizzo dell'AI nel Coaching (rif.: "poco")**

3.3 Quali sono le tue principali preoccupazioni legate all'uso dell'AI nel coaching?



→ **D = Non utilizzo l'AI nel Coaching (rif.: "per niente")**

A questa domanda chi ha risposto che *non utilizza l'AI* non è stato, ovviamente, invitato a rispondere.

7. Dimensioni *Growth Mindset* e di *Competenze* esplorate

Questo capitolo sintetizza i risultati delle quattro dimensioni misurate su scala Likert e integra la **logica di cambiamento** (mappa causale) dei **fattori abilitanti** l'adozione dell'AI nel coaching.

Le dimensioni: **Growth Mindset**, **Alfabetizzazione tecnologica AI-specifica**, **Mediazione uomo-macchina**, **Metacognizione aumentata**.

I riferimenti concettuali si appoggiano al **Framework & Standards ICF sull'AI nel coaching**, al modello **UTAUT - Unified Theory of Acceptance and Use of Technology** per l'adozione tecnologica e al **DigComp 2.2** per i descrittori di competenza digitale. ([ICF](#))

7.1 Cosa misurano le domande del Growth Mindset (dalla 4.1 alla 4.6)

Tuo item	Che cosa "cattura" davvero	Perché conta per le <i>competenze</i> "Coaching Abilitato-AI" (*)
4.1 "Vedo nell'AI una sfida stimolante per la mia crescita professionale."	Growth mindset applicato alla tecnologia + aspettativa che l'AI sia utile	Un atteggiamento di crescita specifico sulla tecnologia riduce l'ansia e favorisce l'uso di GenAI; credere che "mi farà crescere" sostiene la motivazione ad adottarla. (MDPI)
4.2 "Mi sento capace di apprendere anche da strumenti e contesti che non conosco ancora."	Auto-efficacia tecnologica (N.B.: è una domanda che, insieme alla 4.4, non fa riferimento esplicito all'AI)	È uno dei migliori predittori dell'uso effettivo di nuove tecnologie: chi si sente capace prova, persiste e integra gli strumenti. (JSTOR)
4.3 "Cerco feedback (anche tramite l'AI) per migliorare il mio approccio professionale."	Orientamento al feedback (ricettività al feedback)	I coach che cercano e usano feedback (anche generati dall'AI) migliorano più velocemente processi e qualità delle sessioni. (SAGE Journals)
4.4 "Sono disposto/a cambiare le mie abitudini professionali per sperimentare nuove possibilità."	Innovatività e ottimismo verso la tecnologia (in questo contesto) ; bassa resistenza al cambiamento (N.B.: è una domanda che, insieme alla 4.2, non fa riferimento esplicito all'AI)	È la domanda più affine al costrutto del <i>Growth Mindset</i> (**) Componenti della prontezza tecnologica – (Digital Readiness): spingono a testare strumenti, protocolli e routine nuove senza blocchi difensivi. (Wikipedia)
4.5 "Apprendere come usare l'AI è parte del mio sviluppo continuo come coach."	Mentalità digitale ampia (coscienza digitale, volontà di aggiornarsi)	Vicina al concetto di digital mindset : include consapevolezza, alfabetizzazione e ruolo strategico del digitale nella professione. (ScienceDirect)
4.6 "Partecipo attivamente a community, eventi o formazioni sull'innovazione digitale."	Influenza sociale e condizioni abilitanti (rete, comunità, strumenti)	Se l'ecosistema intorno a te usa e sostiene l'AI, aumenti adozione e uso continuativo (non resti al solo "test"). (JSTOR)

(*) N.B.: La lettura di *prossimità al Coaching Abilitato-AI* è una *tipologia interpretativa costruita dopo la rilevazione dei risultati, utile a organizzare i pattern emersi: non rappresenta un costrutto direttamente misurato dall'indagine Ai&Coaching 2025.*

(**) Il **Growth Mindset** è la convinzione che **abilità, intelligenza e talenti possano essere sviluppati nel tempo** attraverso impegno, strategie efficaci e apprendimento continuo.

È un concetto introdotto dalla psicologa **Carol Dweck** e si fonda sull'idea che errori e difficoltà possano essere **opportunità di crescita**, non prove di incapacità.

7.2 Leve per integrare l'AI nel coaching: Mindset, Competenze, Contesto e Metriche di monitoraggio

Questa tabella sintetizza **le leve che rendono l'uso dell'AI nel coaching più efficace e sostenibile**, mettendo insieme tre livelli complementari:

- **Mindset** (come mi pongo verso la tecnologia): una mentalità di crescita e una bassa "ansia da AI" favoriscono sperimentazione e apprendimento continuo.
- **Competenze** (cosa so fare davvero): AI literacy, prompting e lettura critica dell'output trasformano l'intenzione in **uso competente**, riducendo errori, bias e "dipendenza" dagli output.
- **Contesto** (in che ambiente opero): policy, strumenti, permessi, consenso informato e supporto organizzativo creano le condizioni perché l'adozione sia **legittima, sicura e scalabile**.

Leva	Che cosa include	Indicatori/metriche pratiche (esempi)
Mindset di crescita verso la tecnologia	Vedo l'AI come opportunità; credo di poter migliorare con la pratica	<ul style="list-style-type: none"> • Scala breve di mindset tech (Likert); • calo auto-riferito di ansia verso l'AI dopo training; • tasso di sperimentazione volontaria
Percezione di utilità e facilità d'uso	"Mi serve davvero"; "non è troppo faticosa"	<ul style="list-style-type: none"> • Intenzione d'uso (Likert), uso settimanale (log), stickiness a 30/60 gg
Competenze: AI literacy	Principi base, limiti, rischi/bias, comprensibilità in parole semplici	<ul style="list-style-type: none"> • Test rapido (10 domande); • accuratezza nel riconoscere limiti/bias; • % disclosure corretta al cliente
Competenze: Prompting	Formulare domande/istruzioni efficaci e verificabili	<ul style="list-style-type: none"> • Valutazione di 2-3 prove pratiche (es. prompt → output → revisione); • miglioramento pre/post training
Competenze: Lettura critica dell'output	Validare, triangolare, citare, adattare al cliente	<ul style="list-style-type: none"> • % output con fonti; tasso di correzioni; • "controllo umano" documentato
Contesto: influenza sociale e condizioni abilitanti	Community, permesso d'uso, policy, strumenti	<ul style="list-style-type: none"> • % coach con consenso informato e disclosure AI; % sessioni con opt-in; • adozione piattaforma; training completati
Qualità relazionale e impatto	Alleanza, goal-attainment, aderenza tra sessioni	<ul style="list-style-type: none"> • WAI-SR periodico; % azioni completate (log chatbot); • outcome su stile di vita/programmi digitali

Leva	Che cosa include	Indicatori/metriche pratiche (esempi)
Etica e privacy	Trasparenza, consenso granulare, minimizzazione dati	<ul style="list-style-type: none"> % consensi/opt-out registrati; incidenti privacy=0; audit etici trimestrali

7.3 Risultati per dimensione: segmenti e indici livelli medi e differenze tra segmenti

7.3.a) Scale, segmenti, risultati e indici utilizzati

Scala Likert di valutazione utilizzata:

“Per ogni affermazione seguente, indica quanto ti rispecchia, utilizzando la seguente scala di valutazione”:

5. Completamente vero (mi rispecchia pienamente)
4. Molto vero (mi rispecchia in gran parte)
3. Abbastanza vero (mi rispecchia in parte)
2. Poco vero (mi rispecchia solo in minima parte)
1. Per niente vero (non mi rispecchio affatto)

Differenziale tra segmenti (A = frequente+occasionale; B = esplorazione+non uso).

- Δ Growth Mindset \approx **+0,53** punti (4,17 vs 3,64).
- Δ Alfabetizzazione \approx **+1,01** (3,77 vs 2,76).
- Δ Mediazione \approx **+1,35** (4,17 vs 2,82).
- Δ Metacognizione \approx **+0,64** (3,79 vs 3,15).

Segmenti segmentazione per intensità d'uso (A, B, C, D)

- **A** = Utilizzo **frequente** dell'AI nel Coaching (rif.: **“molto”**)
- **B** = Utilizzo **occasionale** dell'AI nel Coaching (rif.: **“abbastanza”**)
- **C** = Sto **iniziando a esplorare** l'utilizzo dell'AI nel Coaching (rif.: **“poco”**)
- **D** = **Non utilizzo** l'AI nel Coaching (rif.: **“per niente”**)

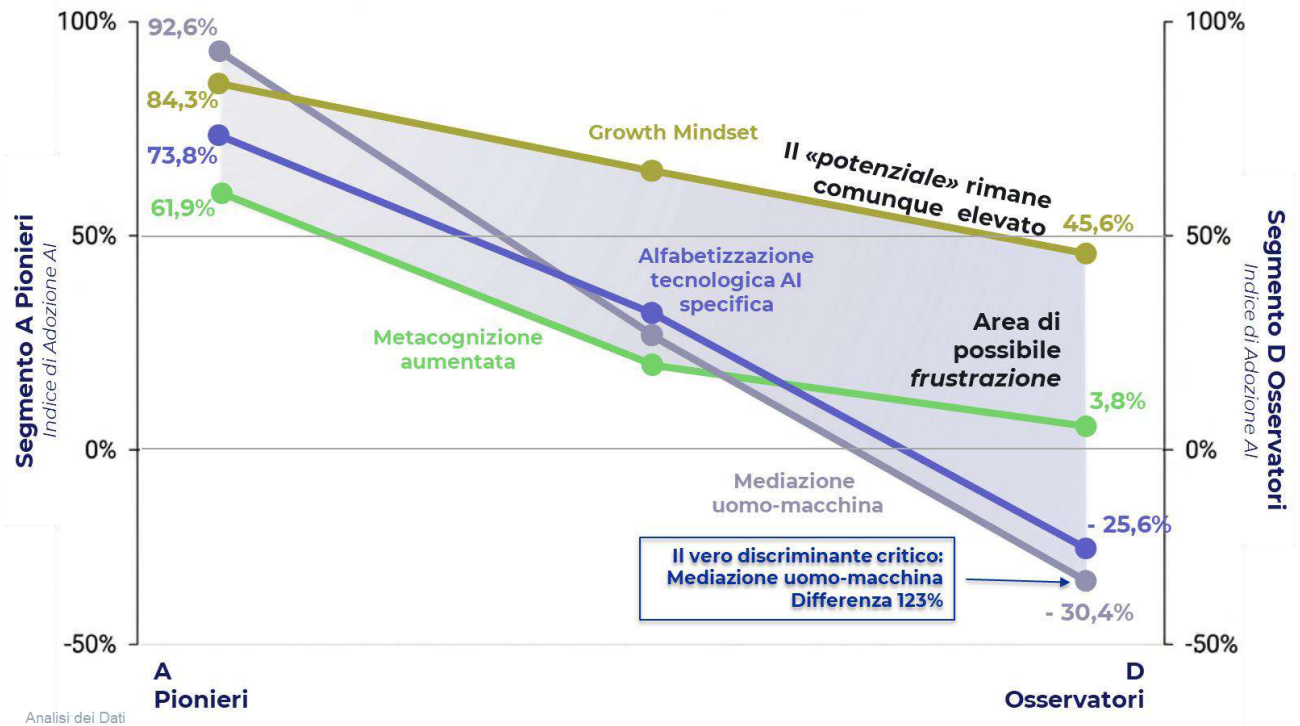
Differenziale con segmentazione per intensità d'uso (A, B, C, D) - Indice di Adozione AI:

- **A (uso frequente):** GM 84,3% | Alf 73,8% | Med 92,6% | Meta 61,9%
- **B (uso occasionale):** GM 65,6% | Alf 32,0% | Med 62,9% | Meta 45,2%
- **C (sto iniziando):** GM 46,9% | Alf -3,0% | Med 22,2% | Meta 31,7%
- **D (non utilizzo):** GM 45,6% | Alf -25,6% | Med -30,4% | Meta 3,8%

Indice di Adozione AI:

- L'Indice di adozione AI misura in forma sintetica l'orientamento complessivo verso l'intelligenza artificiale da parte dei coach.
- Viene calcolato applicando questa formula ai risultati delle domande a scala (es. 1 = per niente vero, 5 = completamente vero):
Indice = (% risposte 5) + (% risposte 4) – scala (es. 1 = per niente vero, 5 = completamente vero).
N.B.: la risposta 3 viene ignorata.

7.3.b) Perché il Growth Mindset “spiega poco” l'adozione AI rispetto alle competenze



Il Growth Mindset cambia “poco” soprattutto tra i segmenti C e D (segmentazione per intensità d’uso A, B, C, D):

- il salto C→D è solo +1,3 pt, mentre i salti maggiori sono A→B e B→C (entrambi +18,7).
- In altre parole: quando si passa da “sto iniziando” a “non uso”, il mindset resta quasi sullo stesso livello misurato dal gauge (scale di riferimento).

Le competenze invece calano forte lungo A→D, e lo fanno in modo molto più marcato del Mindset:

- Alfabetizzazione: $\Delta A \rightarrow D = +99,4$ pt
- Mediazione: $\Delta A \rightarrow D = +123,0$ pt (il differenziale più “drammatico”)
- Metacognizione: $\Delta A \rightarrow D = +58,1$ pt

Growth Mindset e “Coaching Mindset” ICF: sovrapposizione concettuale (quindi rischio di risposte normative)

La **COMPETENZA ICF 2 – “INCARNA IL COACHING MINDSET”** descrive un profilo professionale **APERTO, CURIOSO, FLESSIBILE**, orientato a **APPRENDIMENTO CONTINUO, PRATICA RIFLESSIVA, CONSAPEVOLEZZA DEL CONTESTO/CULTURA**, gestione emozionale e ricerca di supporto quando serve. È, di fatto, un *ideale professionale dichiarato* e un criterio di qualità della pratica.

Il **GROWTH MINDSET** (come costruito) “suona” molto simile sul piano valoriale: centralità dell'apprendere, plasticità, miglioramento, mentalità esplorativa. Risultato: in un campione di coach è **PLAUSIBILE** che i punteggi (o i proxy come i gauge (scale di riferimento)) risultino **ALTI E RELATIVAMENTE POCO DISCRIMINANTI**, perché misurano anche *identità professionale* oltre che disposizioni effettive.

L'evidenza nei grafici: il mindset cala, ma “meno”; le competenze crollano

Nei gauge (scale di riferimento) per intensità d'uso:

- **Growth Mindset** scende da **A 84,3%** a **D 45,6%** (calo, ma non “precipita”).
- Le dimensioni di competenza **scendono molto più drasticamente**:
 - **Alfabetizzazione AI-specifica**: A 73,8% → D -25,6%
 - **Mediazione uomo-macchina**: A 92,6% → D -30,4%
 - **Metacognizione**: A 61,9% → D 3,8%

Questo pattern è coerente con un'idea semplice (e potente): **la predisposizione non basta**; l'adozione “regge” soprattutto su competenze operative e contesto abilitante.

Perché “da C a D” (segmentazione per intensità d'uso A, B, C, D) il Growth Mindset resta quasi uguale (46,9% vs 45,6%)?

Quella frase (“quando si passa da *sto iniziando* a *non uso*, il mindset resta quasi sullo stesso livello misurato dal gauge (scale di riferimento)”) si può interpretare così:

- **Non-uso è diverso da anti-apprendimento**
È plausibile che una parte dei non-utilizzatori non sia “chiusa” mentalmente, ma sia frenata da:
 - **bassa alfabetizzazione AI-specifica**
 - **bassa mediazione** (gestione dell'interazione con l'AI)
 - **barriere di rischio percepito** (etica/privacy/bias) o barriere organizzative (policy, strumenti, tempo).
- **Ceiling effect (effetto soffitto**: si verifica quando: molti partecipanti ottengono punteggi molto alti o il punteggio massimo) / **range ristretto** (tipico nei campioni “professionali”)
Se molti coach si percepiscono (o desiderano apparire) già “con il mindset adeguato”, la variabilità residua tra C e D può diventare piccola: il gauge (scale di riferimento) “non vede” differenze che magari esistono, perché la scala è già compressa verso l'alto.
- **Identità e linguaggio del ruolo**
La Competenza ICF #2 rende “socialmente corretto” dichiararsi aperti, curiosi, riflessivi. Quando un costrutto coincide con l'identità professionale, la risposta tende a essere più stabile e meno legata ai comportamenti reali.

Desiderabilità sociale: perché nei coach è probabile

La **desiderabilità sociale** è la tendenza a rispondere in modo da risultare “adeguati”, “virtuosi”, coerenti con ciò che il contesto considera desiderabile. Nei questionari self-report può portare a **sovrastimare comportamenti/atteggiamenti positivi** e sottostimare criticità.

Nel coaching il rischio aumenta perché:

- molte formulazioni (curiosità, apertura, crescita) sono **norme esplicite della professione** (ICF #2);
- il rispondente può percepire implicitamente un “test di professionalità”.

Quindi: **non sorprende** che il Growth Mindset appaia “alto e trasversale”, mentre le competenze (che sono più concrete, meno identitarie) discriminino molto di più.

Altri bias che possono “appiattire” il Growth Mindset o scollegarlo dalle competenze

Oltre alla desiderabilità sociale, i più probabili (in una survey come questa) sono:

- **Acquiescence bias:** tendenza ad “accordarsi” con affermazioni positive, specie se molti item puntano nella stessa direzione.
- **Halo effect:** valutazione positiva globale di sé come coach → valutazioni alte su dimensioni “virtuose” (mindset, etica, riflessività), anche se le pratiche non sono consolidate.
- **Common method bias:** quando tutto è misurato con lo stesso metodo (self-report, stessa sessione, stesso stile di scala), alcune relazioni possono essere distorte o “rumorose” (non sempre gonfiate: a volte si perde discriminazione).
- **Reference-group effect:** ci si valuta rispetto al proprio gruppo di riferimento (“per uno come me va bene così”), riducendo differenze tra segmenti.
- **Intention-behavior gap:** dichiarare apertura all’apprendimento non implica aver trasformato quella apertura in pratica e competenze (soprattutto su AI).

Perché, infine, il Growth Mindset può risultare poco correlato alle competenze

Anche senza bias, esiste una ragione strutturale:

- **Mindset = predisposizione generale**, spesso stabile e valoriale.
- **Competenze AI = abilità specifiche**, che dipendono da **formazione, feedback, contesto d’uso, strumenti, policy, opportunità di pratica**.

Quindi è del tutto plausibile che:

- molte persone siano “con il mindset adeguato” **ma** non abbiano (ancora) alfabetizzazione e mediazione,
- oppure abbiano mindset alto **ma** scelgano di non usare AI per ragioni di rischio/etica o per vincoli organizzativi.

7.3.c) Riepilogo dei risultati

Dimensione (Indice)	SEGMENTO A: Pionieri A = Utilizzo frequente dell'AI nel Coaching (Disp.: Sì, frequentemente) (rif. "molto")	SEGMENTO B: Pragmatici B = Utilizzo occasionale dell'AI nel Coaching (Ris.: Sì, occasionalmente) (rif. "abbastanza")	SEGMENTO C: Esploratori C = Sto iniziando a esplorare l'utilizzo dell'AI nel Coaching (Ris.: Sto iniziando ad esplorare) (rif. "poco")	SEGMENTO D: Osservatori D = Non utilizzo l'AI nel Coaching (Ris.: No, non utilizzo) (rif. "per niente")	Gap A-D
	A (Frequente)	B (Occasionale)	C (Inizio)	D (Non uso)	
Growth Mindset	84,3%	65,6%	46,9%	45,6%	38,7
Alfabetizzazione AI	73,8%	32,0%	-3,0%	-25,6%	99,4
Mediazione Uomo-Macchina	92,6%	62,9%	22,2%	-30,4%	123,0
Meta cognizione aumentata	61,9%	42,2%	31,7%	3,8%	58,1

Evidenza visiva complessiva

Nel totale campione, i grafici a dispersione mostrano una **tendenza crescente** tra adozione AI e tutte le dimensioni, con intensità diverse:

Totale campione (gauge (scale di riferimento): variazione-delta, espressa in punti della scala di misura utilizzata):

- Growth Mindset **58,1%** | Alfabetizzazione AI-specifica **14,5%** | Mediazione uomo–macchina **33,9%** | Metacognizione **34,1%**.

→ **Letture (descrittiva, tutti i segmenti):**

- L'associazione più "robusta" appare tra **Adozione AI e Growth Mindset (58,1%)**. Questo è coerente con evidenze in letteratura secondo cui mindset di crescita e disposizioni all'apprendimento tendono ad accompagnare meglio l'accettazione/adozione di nuove tecnologie (in combinazione con competenze e contesto). (humantelligence.com)
- L'**Alfabetizzazione AI-specifica** nel totale risulta più bassa (14,5%): può indicare che nel campione l'adozione "iniziale" sia trainata più da atteggiamento/curiosità e pratiche operative che da una competenza AI formalizzata (ipotesi da trattare al condizionale). In ogni caso, il tema è rilevante perché la normativa UE introduce aspettative esplicite di **AI literacy** per chi sviluppa/impiega sistemi AI. (EUR-Lex)

→ **Letture sintetiche coerenti con "Coaching Abilitato-AI" nella segmentazione per intensità d'uso (A, B, C, D):**

- La **pendenza più ripida** lungo l'intensità d'uso emerge su **Mediazione** e **Alfabetizzazione** (Δ molto ampi): sono le due dimensioni che *più discriminano* la vicinanza al profilo di **Coaching Abilitato-AI** nei grafici disponibili.
- **Growth Mindset** risulta alto nel Segmento A (Pionieri) ma, da solo, *non spiega* l'adozione: la distanza più grande si gioca sulle competenze "operative" (alfabetizzazione e mediazione).
- **Metacognizione** cresce, ma con un differenziale più contenuto: potrebbe funzionare da "stabilizzatore" (qualità/controllo) più che da "motore" primario dell'adozione.

Atri fattori emersi tra macro-segmenti (A = frequente+occasionale; B = esplorazione+non uso).

- **Growth Mindset.** Indice di adozione: **73,4%** (A) vs **46,4%** (B); $\Delta = 27,0$ pt. Lo scostamento è **contenuto** rispetto alle altre dimensioni: molte voci si collocano già tra **3–5/5**, segnalando un orientamento alla crescita ampiamente diffuso in entrambi i segmenti. Il valore di B è **11,7 pt** sotto la media complessiva (**58,1%**): vicino al baricentro del campione, ma sottosoglia.
- **Alfabetizzazione AI-specifica.** **49,4%** (A) vs **-12,2%** (B); $\Delta = 61,6$ pt. È la **lacuna più marcata**: conoscenze di base, distinzione tra tipologie (generativa/predittiva/conversazionale), limiti e aggiornamento continuo differenziano nettamente chi usa già l'AI da chi non la usa. (Per i descrittori di conoscenze/abilità attese vedi DigComp 2.2). (publications.jrc.ec.europa.eu)
- **Mediazione uomo–macchina.** **75,9%** (A) vs **0,7%** (B); $\Delta = 75,2$ pt. È la **leva di discriminazione principale**: qualità di **prompting**, lettura critica degli output, preservazione di presenza/autenticità e decisione **quando evitare** l'AI. Queste abilità sono coerenti con gli **Standard ICF AI** (sicurezza, appropriatezza d'uso, centralità della relazione). (ICF)
- **Metacognizione aumentata.** **52,1%** (A) vs **20,3%** (B); $\Delta = 31,8$ pt. Riguarda riflessione su bias, impatto dell'AI sull'autonomia del cliente, applicazione di linee guida e adattamento del proprio stile; resta una differenza importante, ma meno dirimente della mediazione. Gli standard ICF enfatizzano proprio **riflessione, apprendimento, allineamento a valori/obiettivi del cliente**. (ICF)

→ Sintesi interpretativa.

Qui emerge un **gradiente di preparazione**: la media del Growth Mindset resta discreta, ma **alfabetizzazione e mediazione** scendono sensibilmente. L'indice negativo sull'alfabetizzazione indica una **sotto-soglia** rispetto allo standard atteso: la barriera non è valoriale ma **cognitiva/pratica** (sapere come funziona, come si prompt, come si valuta un output). In particolare:

- Il **Growth Mindset predispone ma non distingue**: l'atteggiamento favorevole alla crescita è abbastanza diffuso in entrambi i segmenti (effetto "soffitto" sulle voci a 3–5/5).
- La **differenziazione reale** avviene su **abilità operative** (alfabetizzazione + mediazione) e su una **metacognizione** capace di tradurre etica e consapevolezza in scelte d'uso concrete.
- Per far salire Il Segmento B (Pragmatici) non basta "motivazione": servono **upskilling mirato e condizioni abilitanti**.

7.4 Correlazioni descrittive emerse

Nota: non sono stati eseguiti test inferenziali; le relazioni sono **associazioni descrittive** dalle dashboard.

1. **Uso dell'AI ↔ competenze pratiche (mediazione)**. Nei "frequenti/occasionalmente" la media di **Mediazione** (4,17) è allineata al **Growth Mindset** (4,17) e ben sopra al gruppo "inizio/non uso" (2,82). Interpretazione: **saper integrare** gli strumenti (prompting, lettura critica, scelta del "quando non usarli") cresce con l'esposizione d'uso.
2. **Uso dell'AI ↔ alfabetizzazione**. $\Delta \approx +1$ punto tra segmenti: la **conoscenza del funzionamento/limiti** è il collo di bottiglia principale per chi non usa ancora.
3. **Mindset ↔ adozione**. Il Growth Mindset è **sempre il più alto** tra le dimensioni e ha l'indice di adozione più elevato in entrambi i segmenti; suggerisce che la **disposizione ad apprendere** è il primo innesco, ma **non basta** senza competenze operative.
4. **Metacognizione come ponte etico-relazionale**. Rimane sopra 3 in entrambi i segmenti: anche chi non usa mostra attenzione a bias/impatti, ma senza alfabetizzazione e mediazione questa attenzione **non si traduce** in pratiche di utilizzo.

Le evidenze allineano bene i modelli UTAUT/TAM (performance & effort expectancy; social influence; facilitating conditions) con l'idea che **mindset e competenze** mediano ansia, fiducia e utilità percepita, spingendo l'intenzione e poi l'uso reale. [SAGE Journals+1](#)

7.5 Conclusione del capitolo (aggiornata con A–B–C–D)

Dalla segmentazione per intensità d'uso (A, B, C, D) emerge un punto netto: **il Growth Mindset appare trasversale e “poco discriminante” rispetto alle dimensioni di competenza**. Il proxy di relazione con l'adozione scende dal 84,3% (A) al 45,6% (D), mentre le competenze — soprattutto **Mediazione uomo–macchina** e **Alfabetizzazione AI-specifica** — mostrano un crollo molto più marcato, fino a valori negativi nei segmenti a bassa adozione.

Questa evidenza, letta con prudenza (proxy descrittivi, non causalità), **indicherebbe** che:

- il **mindset** può facilitare l'apertura alla sperimentazione,
- ma il “salto” verso un'adozione stabile e soprattutto verso un profilo di **Coaching Abilitato-AI** (AI *durante la sessione*) dipende in misura maggiore da competenze **operative e di governo**:
 - **Alfabetizzazione AI-specifica** (capire limiti, rischi, qualità dell'informazione, uso appropriato)
 - **Mediazione uomo–macchina** (calibrare fiducia, mantenere controllo umano, integrare l'AI senza degradare relazione e agency)
 - **Metacognizione** (monitoraggio degli assunti, verifiche, anti–over-reliance)

In parallelo, la traiettoria di maturazione appare più credibile quando supportata da **condizioni abilitanti**: policy, strumenti conformi, checklist, comunità di pratica e meccanismi di revisione/incident reporting. La cornice ICF offre un riferimento professionale per centralità umana, trasparenza, consenso e responsabilità nell'uso dell'AI.

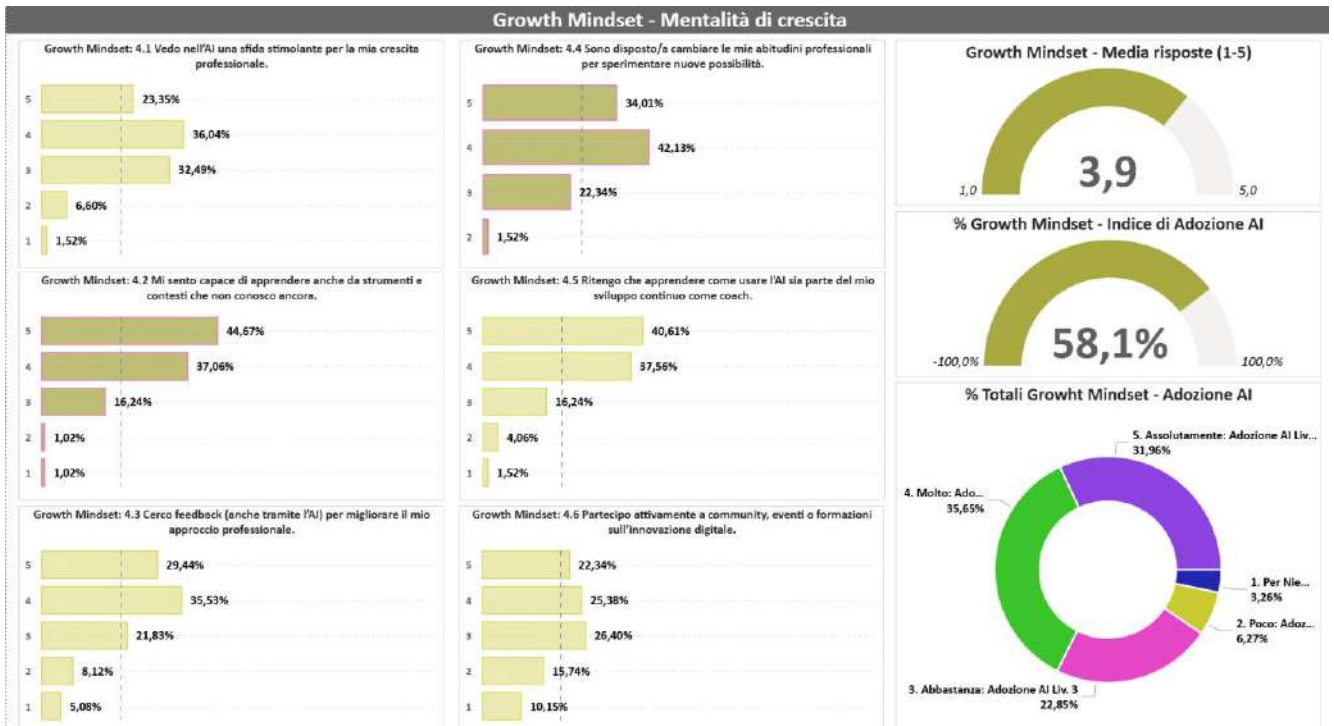
Sul fronte del controllo e del rischio, un impianto coerente con il NIST AI RMF (NIST AI Risk Management Framework: un modello sviluppato dal National Institute of Standards and Technology degli Stati Uniti per aiutare organizzazioni pubbliche e private a identificare, valutare, gestire e mitigare i rischi associati all'Intelligenza Artificiale), rende “gestibile” ciò che altrimenti resta implicito (governance, misurazione, gestione del rischio).

Infine, DigComp 2.2 e il contesto regolatorio (AI Act) rafforzano l'idea che la **AI literacy** non sia un optional “nice to have”, ma un prerequisito crescente per un uso responsabile e sostenibile.

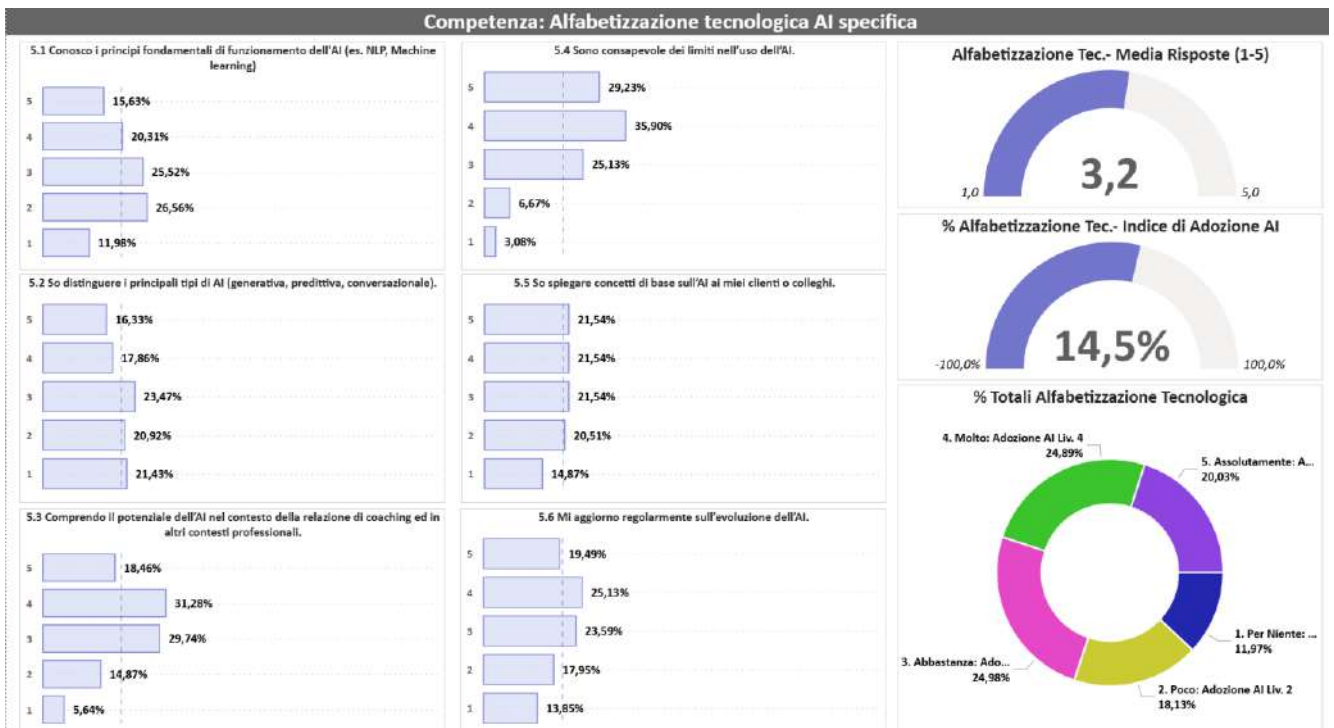
Priorità operativa (coerente con i gap A→D): spostare il focus degli interventi da “motivare all'uso” a **costruire competenze di mediazione e alfabetizzazione**, perché è lì che si osserva la frattura principale tra i segmenti.

7.6 Grafici del capitolo: tutti i risultati di tutti i rispondenti

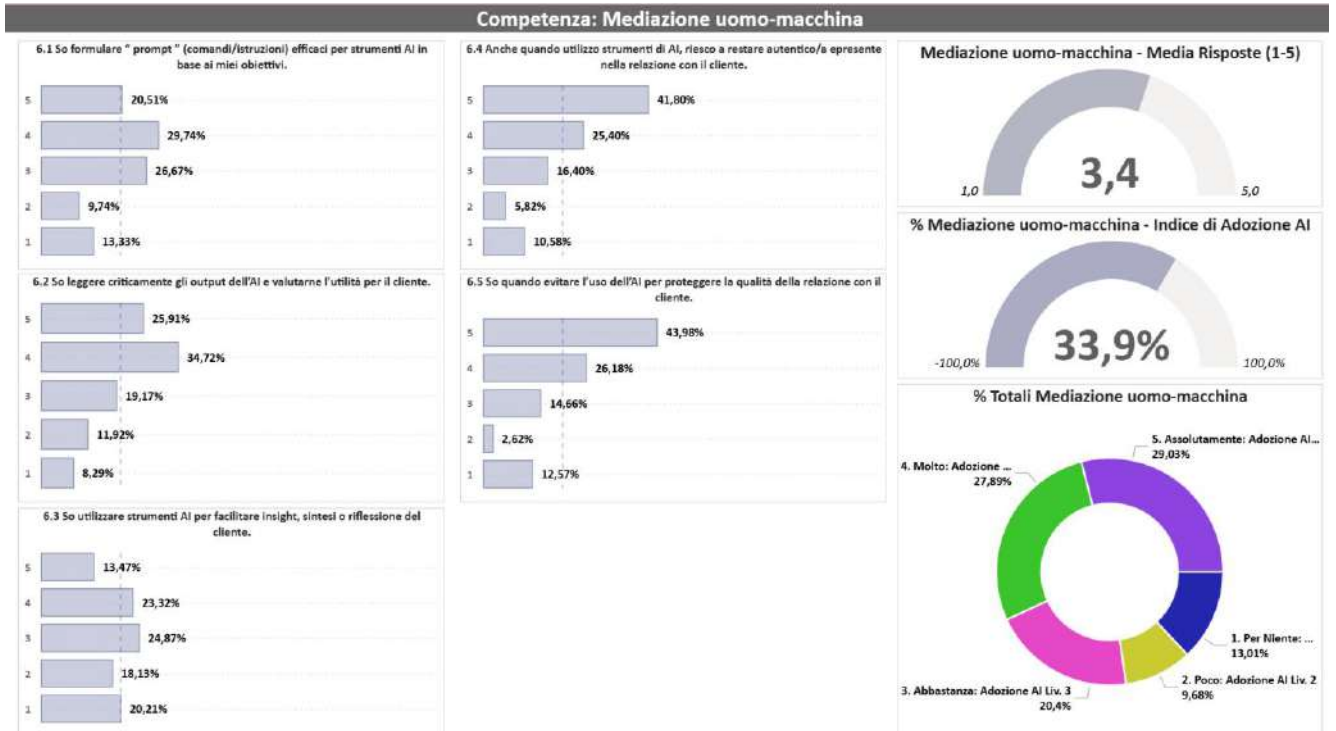
7.6.a) Dashboard riepilogativa: Mentalità di crescita



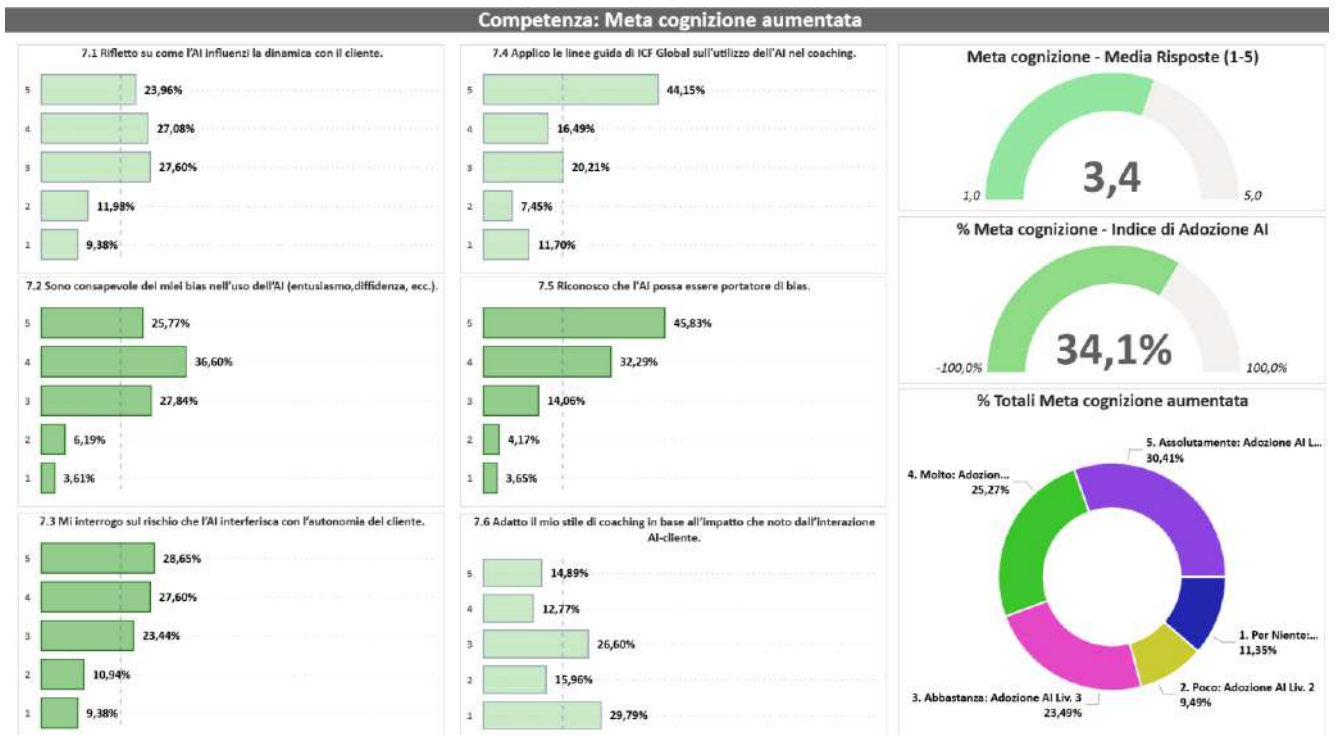
7.6.b) Dashboard riepilogativa: Alfabetizzazione tecnologica AI specifica



7.6.c) Dashboard riepilogativa: Mediazione uomo-macchina



7.6.d) Dashboard riepilogativa: Meta cognizione aumentata

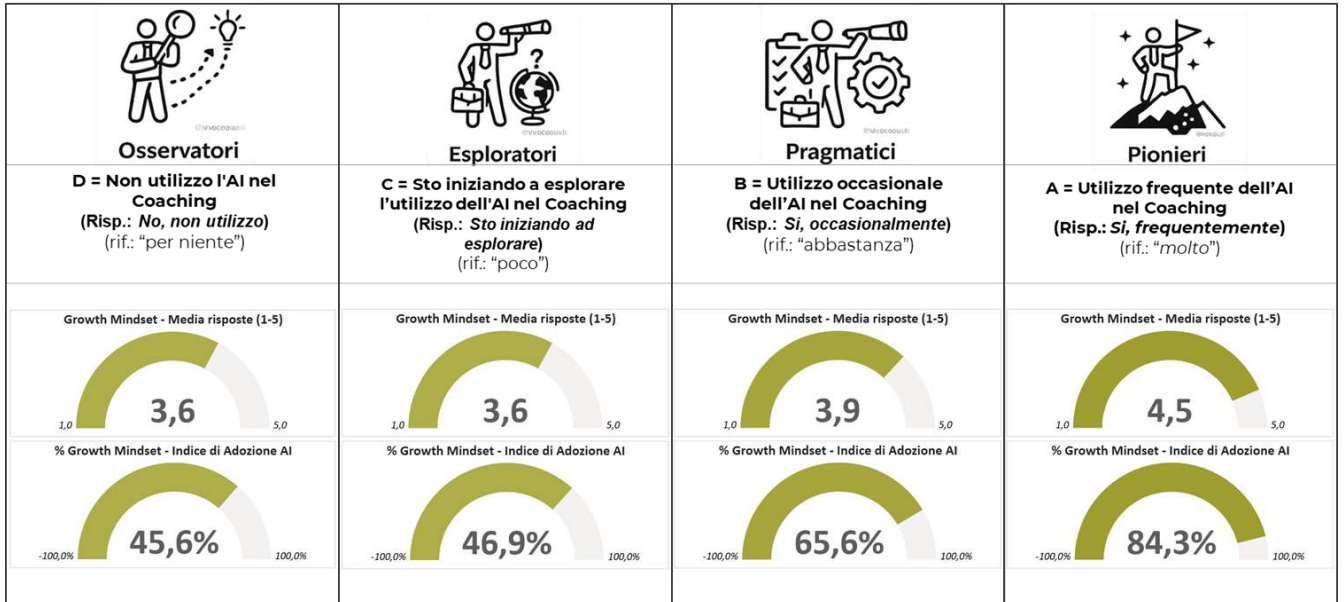


7.7 Dashboard del capitolo: segmentazione per intensità d'uso

7.8 RISULTATI Growth Mindset

Le domande intendevano rilevare:

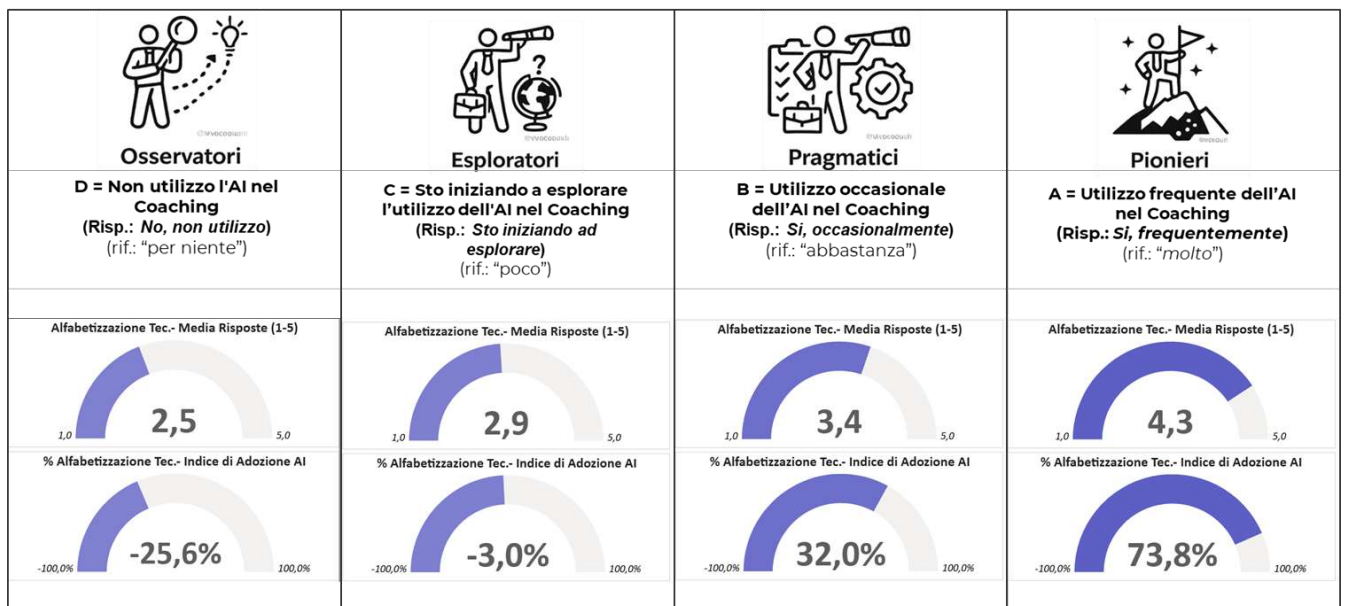
- Orientamento alla sfida e all'apprendimento continuo anche in contesti nuovi
- Comportamenti osservabili di miglioramento



7.8.a) RISULTATI Alfabetizzazione tecnologica AI specifica

Le domande intendevano rilevare:

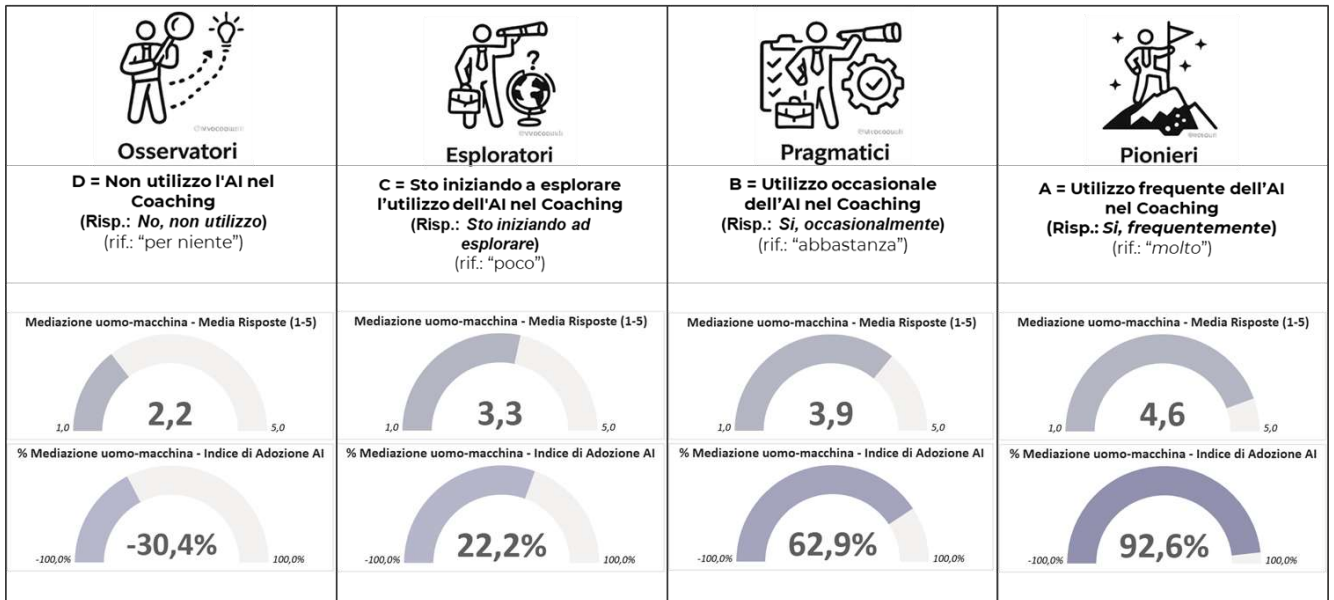
- Una combinazione di: **conoscenza concettuale** (principi e tipi di AI) e **consapevolezza critica** (limiti) e capacità di traduzione/aggiornamento (spiegarla ad altri + restare aggiornati).



7.8.b) RISULTATI Mediazione uomo-macchina

Le domande intendevano rilevare:

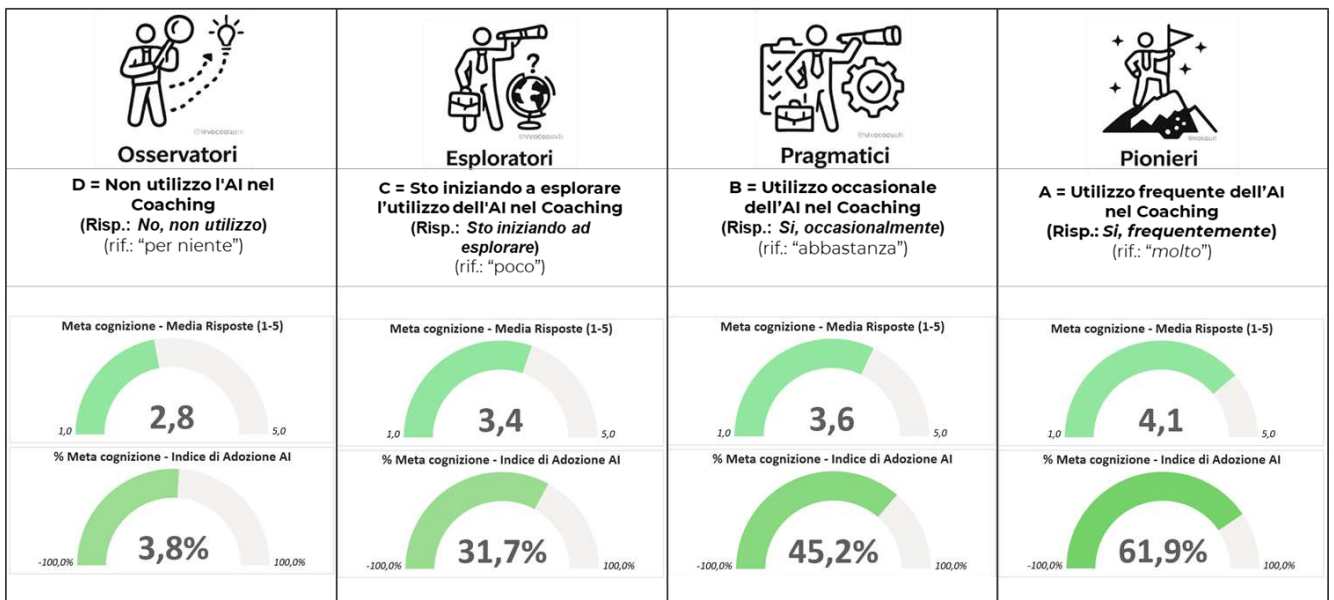
- Competenza “di regia”: saper dirigere l’AI (prompting), valutare criticamente gli output e decidere come/quando usarli per generare valore nel coaching senza degradare la relazione.



7.8.c) RISULTATI Meta cognizione aumentata

Le domande intendevano rilevare:

- La capacità del coach di osservare e governare cognitivamente l’impatto dell’AI su relazione, autonomia del cliente ed etica, regolando di conseguenza scelte, stile e salvaguardie.



8. Prospettive future

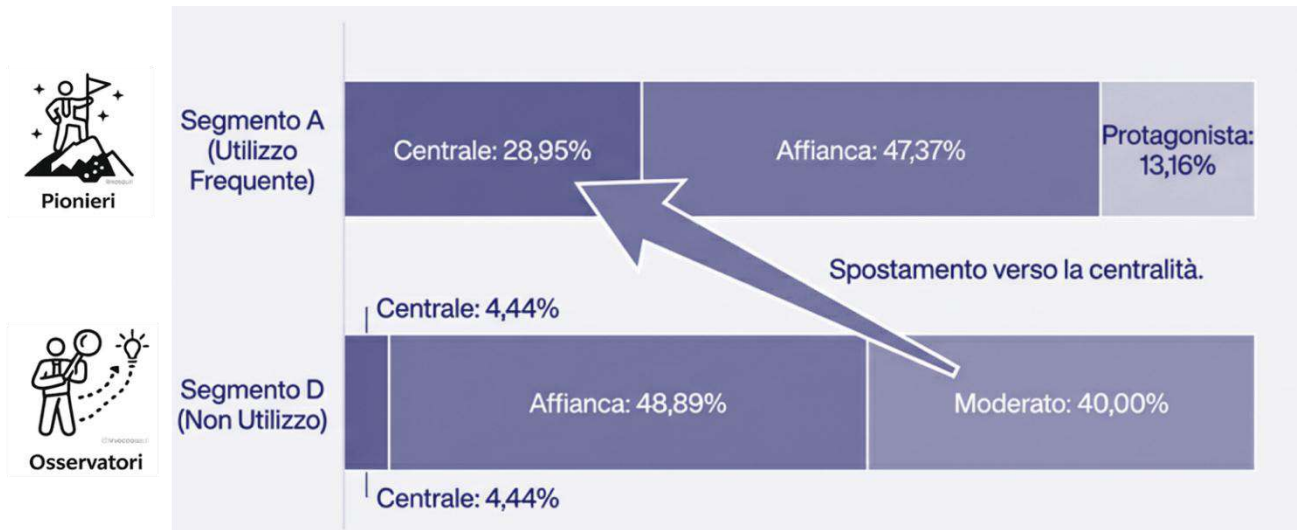
8.1 Sintesi dei risultati

Come per il precedente capitolo, ci focalizziamo sui due grafici **8.1** (visione a 3 anni) e **8.2** (risorse necessarie), con lettura comparata con la segmentazione:

Segmenti segmentazione per intensità d'uso (A, B, C, D)

- **A** = Utilizzo **frequente** dell'AI nel Coaching (rif.: **"molto"**)
- **B** = Utilizzo **occasionale** dell'AI nel Coaching (rif.: **"abbastanza"**)
- **C** = Sto **iniziando a esplorare** l'utilizzo dell'AI nel Coaching (rif.: **"poco"**)
- **D** = **Non utilizzo** l'AI nel Coaching (rif.: **"per niente"**)

8.2 Visione a 3 anni (Domanda 8.1) — lettura per tutti e per segmenti A, B, C, D



8.2.a) Messaggio dominante (trasversale): "AI come alleato"

Nel campione complessivo lo scenario prevalente è chiarissimo:

- **"Affiancherà il lavoro dei coach in modo complementare" = 54,82%.**
- A seguire: **"ruolo moderato ma crescente" = 21,32%** e **"strumento centrale nel coaching professionale" = 14,21%.**

Lo scenario "sostitutivo" resta minoritario: **"protagonista e potrebbe sostituire" = 5,08%**; la non-rilevanza è residuale (**1,02%**).

Letture per intensità d'uso (A–B–C–D): dove cambia davvero la prospettiva

Qui emerge un pattern utile: la **previsione "affianca" rimane alta in tutti**, ma **cambia la "quota di centralità" attribuita all'AI.**

- **A — utilizzo frequente (molto)**

- *Affianca*: **47,37%** (più bassa degli altri segmenti)
- *Centrale*: **28,95%** (più alta)
- *Protagonista/sostituzione*: **13,16%** (massima)
- Lettura: l'esperienza intensa sembra associarsi a una visione più "strutturale" dell'AI (da alleato a componente centrale), con una minoranza che contempla anche scenari "forti".
- **B — utilizzo occasionale (abbastanza)**
 - *Affianca*: **59,18%**
 - *Moderato*: **16,33%**
 - *Centrale*: **16,33%**
 - *Protagonista*: **4,08%**
 - Lettura: profilo "pragmatico": AI utile e complementare, ma meno spinta verso la centralità.
- **C — utilizzo sto iniziando (poco)**
 - *Affianca*: **60,00%** (massima, insieme a B)
 - *Moderato*: **20,00%**
 - *Centrale*: **10,77%**
 - *Protagonista*: **4,62%**
 - Lettura: aspettativa positiva (AI-alleato) + cautela sulla trasformazione del coaching in senso "AI-centrico".
- **D — non utilizzo (per niente)**
 - *Affianca*: **48,89%**
 - *Moderato*: **40,00%** (massima)
 - *Centrale*: **4,44%** (minima)
 - *Non rilevante*: **4,44%**
 - Lettura: anche senza uso, l'AI viene vista soprattutto come **complementare o moderatamente crescente**, ma con una forte prudenza nel considerarla "centrale".

→ Interpretazione (con cautela metodologica)

- La **convergenza sull'“AI alleata”** suggerisce che la traiettoria venga percepita come **integrazione** più che sostituzione.
- La **differenza chiave** non è “se” l'AI entrerà nel coaching, ma **quanto** diventerà parte “core” del processo (A molto più di D).
- Questa lettura è coerente (a livello di cornice, non come prova causale) con modelli di adozione tipo **UTAUT**, dove l'uso tende a dipendere da utilità percepita, facilità, influenza sociale e condizioni abilitanti. ([Tandfonline](#))
- Sul piano professionale, il tema “AI come alleato” si allinea bene con l'idea di **centralità umana, trasparenza e controllo** richiamata dagli standard/linee guida ICF sull'AI nel coaching.

8.3 Risorse e supporti richiesti (Domanda 8.2) — lettura per tutti e per segmenti A, B, C, D

8.3.a) Risorse richieste: dettaglio per segmento

Risorsa richiesta	A (freq.)	B (occas.)	C (inizio)	D (no uso)	Trend
Formazione abilitante AI	26,4%	33,0%	33,6%	39,0%	↗ +12,6
Linee guida etiche	25,0%	31,9%	32,0%	29,3%	↗ +4,3
Casi d'uso / best practice	27,8%	16,5%	15,2%	13,4%	↘ -14,4
Community di pratica	11,1%	11,0%	9,6%	7,3%	↘ -3,8
Supporto associazioni	9,7%	7,7%	9,6%	9,8%	≈ stabile

SEGMENTO A: Pionieri
A = Utilizzo frequente dell'AI nel Coaching (Ris.: Sì, frequentemente) (rif. "molto")

SEGMENTO B: Pragmatici
B = Utilizzo occasionale dell'AI nel Coaching (Ris.: Sì, occasionalmente) (rif. "abbastanza")

SEGMENTO C: Esploratori
C = Sto iniziando a esplorare l'utilizzo dell'AI nel Coaching (Ris.: Sto iniziando ad esplorare) (rif. "poco")

SEGMENTO D: Osservatori
D = Non utilizzo l'AI nel Coaching (Ris.: No, non utilizzo) (rif. "per niente")

8.3.b) Che cosa è emerso

I fondamentali (formazione + linee guida) crescono andando verso minore utilizzo

- **Formazione tecnica:** A 26,39% → B 32,97% → C 33,60% → **D 39,02%**
- **Linee guida etiche/deontologiche:** A 25,00% → B 31,87% → **C 32,00%** → D 29,27%

Scalabilità (casi d'uso e buone pratiche) pesa di più dove l'uso è già attivo

- **Casi d'uso/buone pratiche:** **A 27,78%** → B 16,48% → C 15,20% → D 13,41%

Community / associazioni restano importanti ma non dominanti:

- Community: A 11,11% | B 10,99% | C 9,60% | D 7,32%
- Supporto associazioni: A 9,72% | B 7,69% | C 9,60% | D 9,76%

Interpretazione (condizionale): nei segmenti **C e D** la domanda sembra essere "come farlo in modo competente e sicuro"; in **A** la domanda sembra diventare "come standardizzare ciò che funziona" (kit, workflow, metriche).

8.3.c) Cosa suggeriscono altre ricerche sul tema (in modo verificabile)

- **Efficacia su outcome strutturati (goal attainment):** uno studio longitudinale randomizzato (10 mesi) ha confrontato coaching umano e coaching tramite chatbot AI su goal attainment, trovando entrambi significativamente migliori dei gruppi di controllo, con efficacia dell'AI comparabile a fine trial nello specifico dominio misurato. ([DOI](#))
Letture prudente: questo supporta l'idea che l'AI possa funzionare bene **nelle componenti più strutturate**, mentre non implica automaticamente equivalenza su empatia, complessità relazionale o contesti ad alta ambiguità.
- **Accettabilità/alleanza di lavoro:** studi recenti su "working alliance" in contesti mediati da AI indicano che forme di alleanza percepita possono risultare comparabili in specifici setting sperimentali, pur con limiti di generalizzazione. ([PMC](#))

Perché il profilo “Coaching Abilitato-AI” tiene insieme i segmenti (vedi anche cap. 7)

Dalla segmentazione per intensità d'uso del Cap. 7 emerge un punto chiave: il **Growth Mindset** cambia, ma **meno** delle competenze operative.

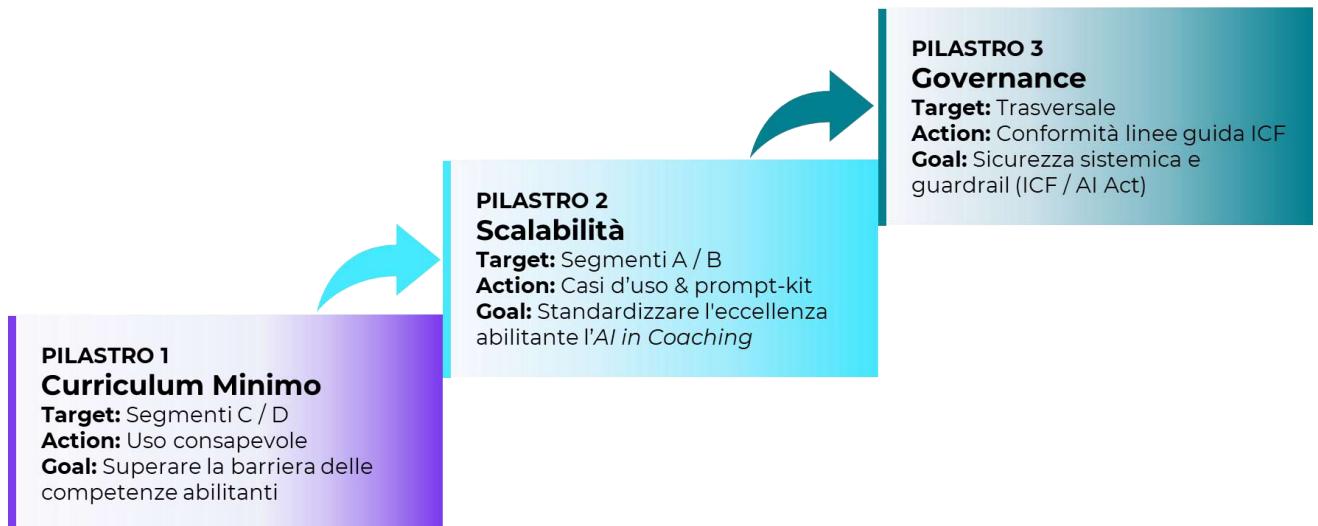
Nel passaggio **A → D** il gauge (scale di riferimento) del mindset scende (84,3% → 45,6%), mentre gli indici delle competenze crollano molto di più, arrivando anche a valori negativi per **alfabetizzazione AI-specifica** e **mediazione uomo-macchina** nel Segmento D (Osservatori).

Sintesi operativa:

- l'adozione sostenibile sembra richiedere soprattutto *competenze e condizioni abilitanti*, non solo predisposizione.
- Questa lettura è anche coerente con l'enfasi su **AI literacy** come requisito organizzativo: l'AI Act introduce un obbligo di misure per garantire un livello sufficiente di alfabetizzazione all'AI per i soggetti che operano con sistemi AI. ([EUR-Lex](#))

Implicazioni per formazione e professionalizzazione (tarate su A–B–C–D)

→ Percorso differenziato per stadi di maturità nell'adozione AI



→ “Curriculum minimo” (priorità per C e D; utile anche per B)

- AI literacy e uso consapevole (limiti, errori tipici, verifiche)
- privacy/confidenzialità, consenso e disclosure
- basi di valutazione del rischio e controllo umano sugli output
Coerenza con ICF (centralità umana e salvaguardie) e con approcci di risk management (NIST).

→ Kit di scalabilità (priorità per A; utile per B)

- librerie di casi d'uso, workflow, prompt-kit, checklist di validazione
- metriche di qualità: accuratezza, utilità per obiettivi, tracciabilità delle scelte (cosa viene adottato/scartato e perché)

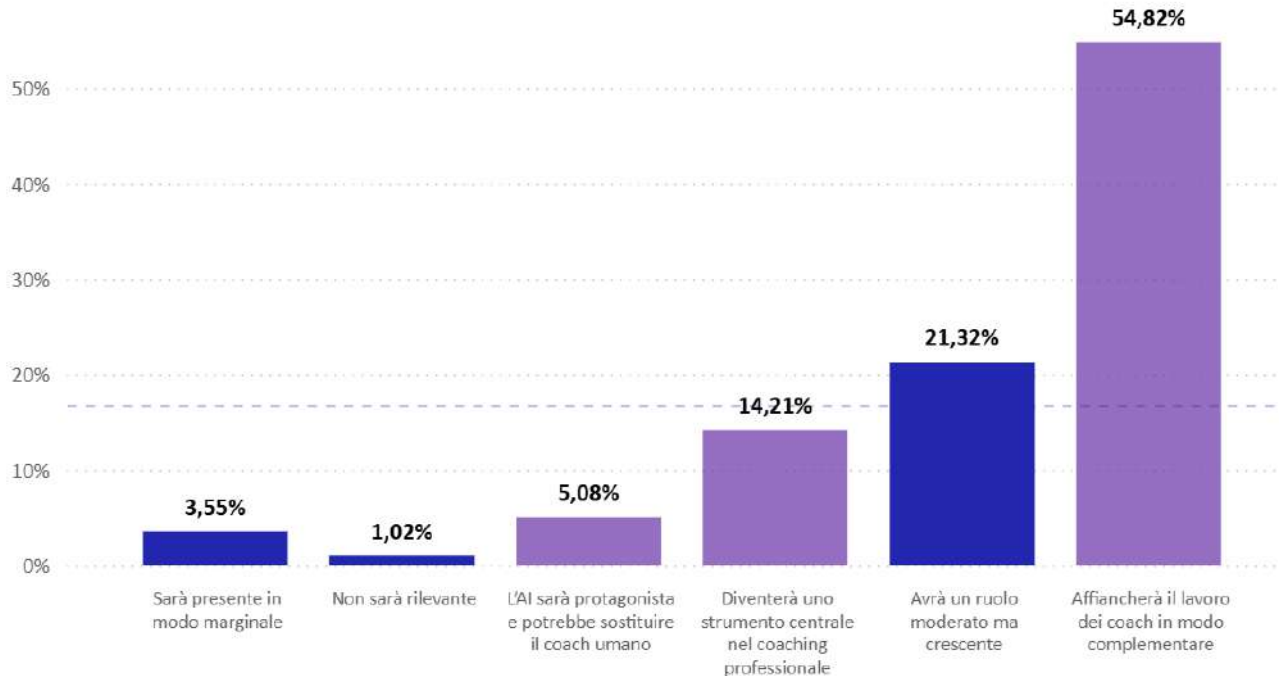
→ Governance continua (trasversale)

- regole chiare su disclosure/consenso, gestione dati, audit campionari, incident reporting

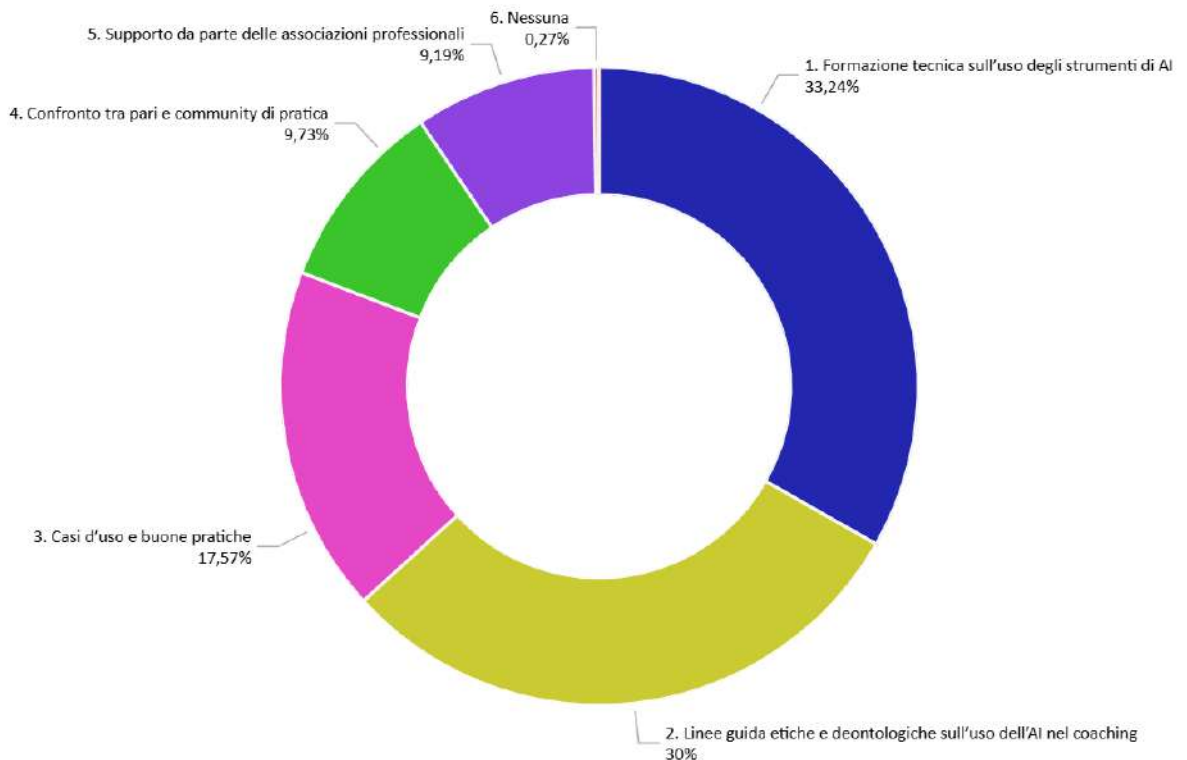
- supervisione e comunità di pratica come meccanismi di aggiornamento (non come “accessorio”)

8.4 Risultati complessivi alle domande 8.1 e 8.2: tutti i segmenti

8.1 Quanto pensi che l'AI farà parte del coaching nei prossimi 3 anni?



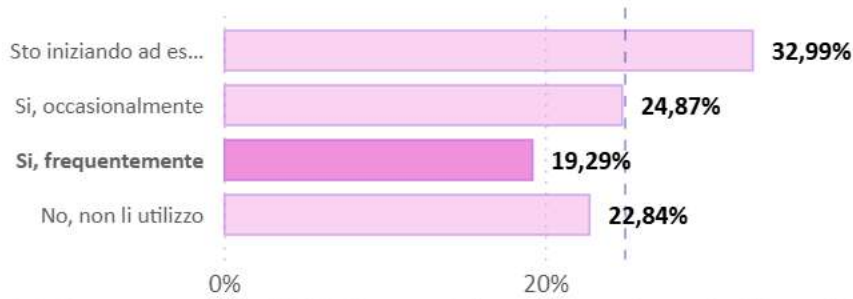
8.2 Quali risorse pensi saranno più utili ai coach per integrare l'AI nella loro pratica nei prossimi anni?



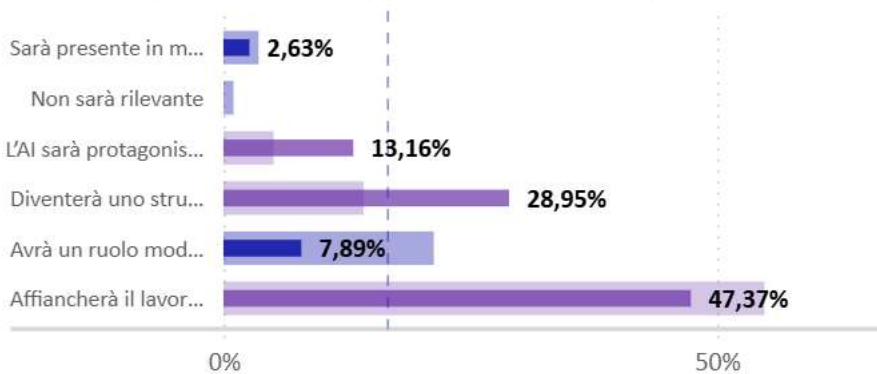
8.5 Grafici del capitolo con segmentazione per intensità d'uso (A, B, C, D)

8.5.a) Grafici riepilogativi risposte alle domande 8.1 e 8.2: Tutti - utilizzo frequente AI (molto) . Segmento A (Pionieri)

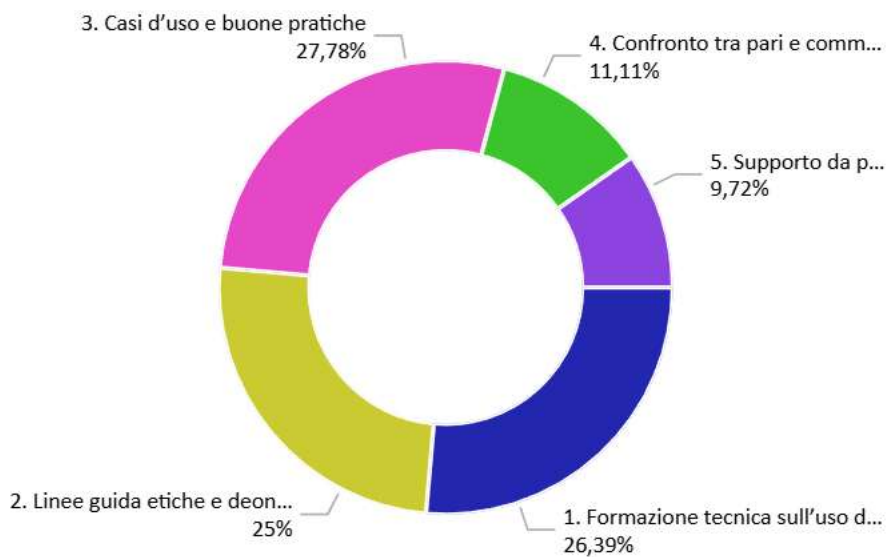
1.9 Hai già utilizzato strumenti di Intelligenza Artificiale (AI) nel tuo lavoro di coach



8.1 Quanto pensi che l'AI farà parte del coaching nei prossimi 3 anni?

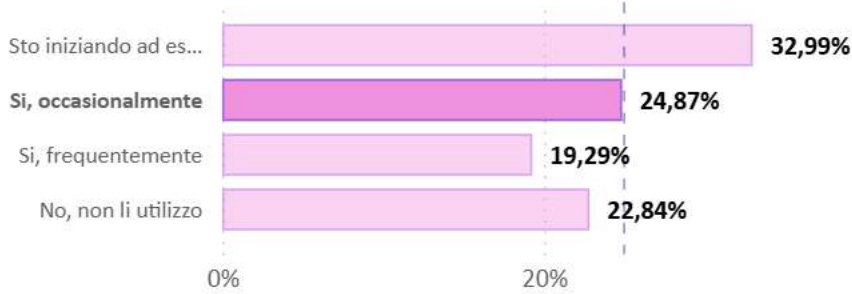


8.2 Quali risorse pensi saranno più utili ai coach per integrare l'AI nella loro pratica nei prossimi anni?



8.5.b) Grafici riepilogativi risposte alle domande 8.1 e 8.2: Tutti - utilizzo (abbastanza). Segmento B (Pragmatici)

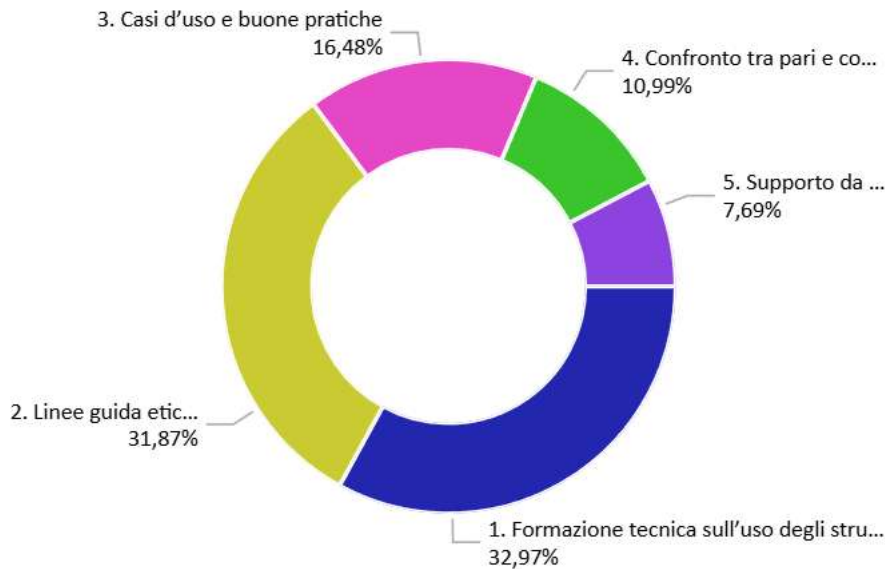
1.9 Hai già utilizzato strumenti di Intelligenza Artificiale (AI) nel tuo lavoro di coach



8.1 Quanto pensi che l'AI farà parte del coaching nei prossimi 3 anni?

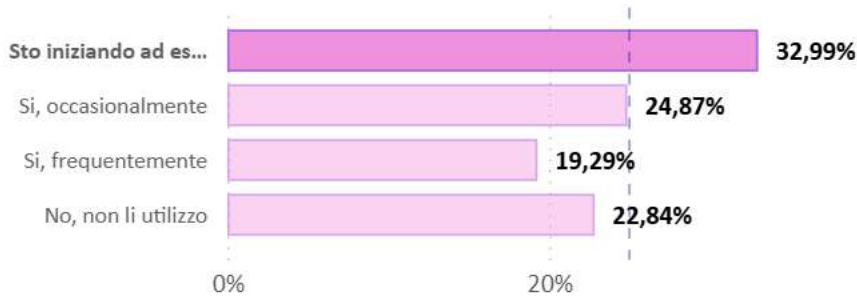


8.2 Quali risorse pensi saranno più utili ai coach per integrare l'AI nella loro pratica nei prossimi anni?

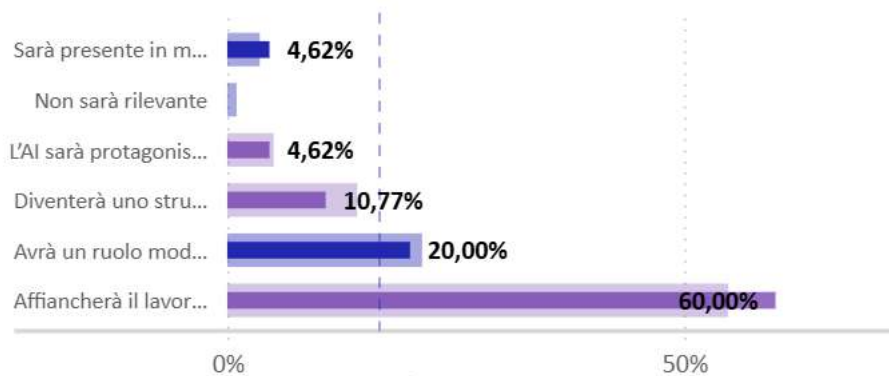


8.5.c) Grafici riepilogativi risposte alle domande 8.1 e 8.2: Tutti - Utilizzo sto iniziando (poco) e Non utilizzo (per niente) . Segmento C (Esploratori)

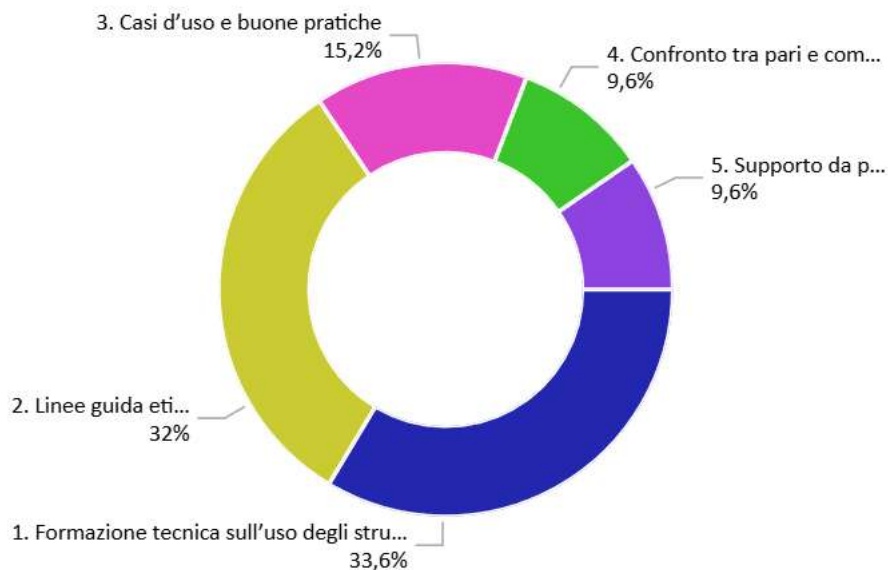
1.9 Hai già utilizzato strumenti di Intelligenza Artificiale (AI) nel tuo lavoro di coach



8.1 Quanto pensi che l'AI farà parte del coaching nei prossimi 3 anni?

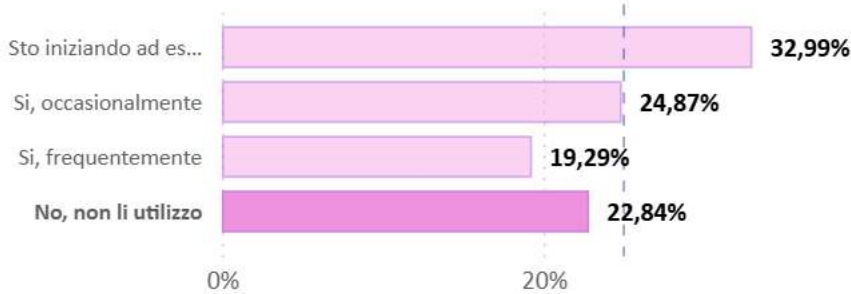


8.2 Quali risorse pensi saranno più utili ai coach per integrare l'AI nella loro pratica nei prossimi anni?

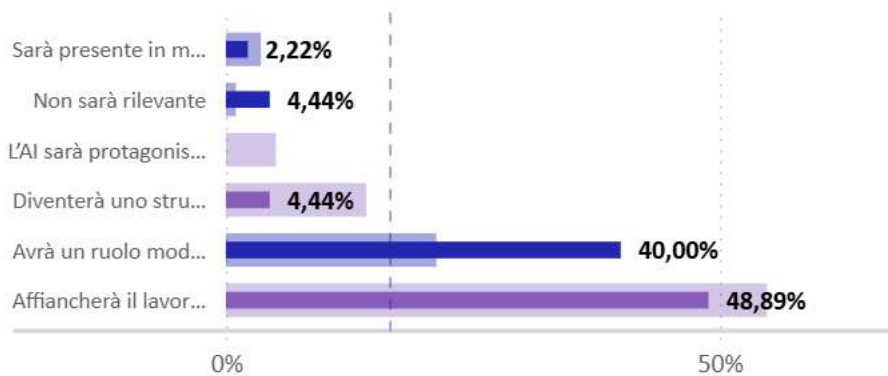


8.5.d) Grafici riepilogativi risposte alle domande 8.1 e 8.2: Tutti - Non utilizzo (per niente) . Segmento D (Osservatori)

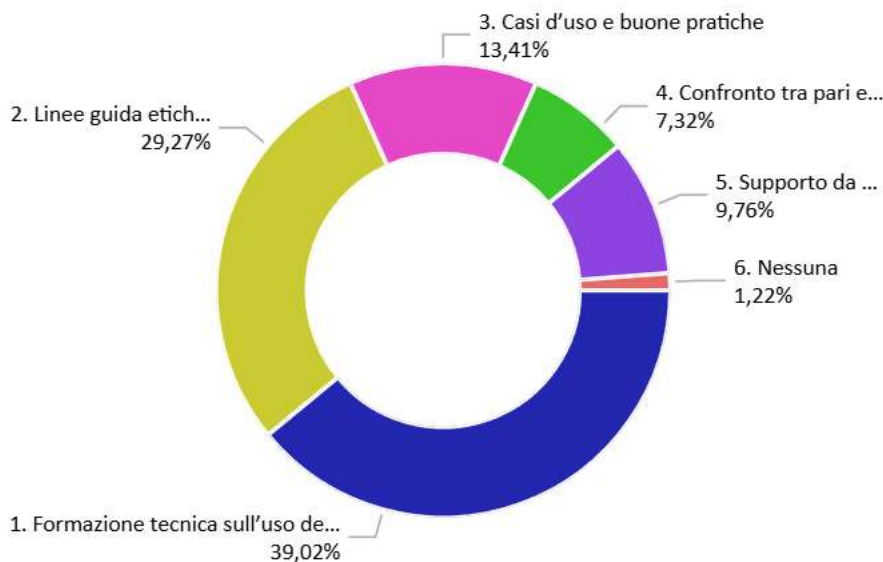
1.9 Hai già utilizzato strumenti di Intelligenza Artificiale (AI) nel tuo lavoro di coach



8.1 Quanto pensi che l'AI farà parte del coaching nei prossimi 3 anni?



8.2 Quali risorse pensi saranno più utili ai coach per integrare l'AI nella loro pratica nei prossimi anni?



9. Correlazioni tra diverse dimensioni della ricerca e conclusioni

9.1 I ponti tra i diversi capitoli individuati

Ponte 1: Dall'identità professionale alla pratica reale

- I capitoli iniziali (impostazione, profilo e contesto professionale) **preparano** il punto chiave emerso dopo: nel coaching l'adozione dell'AI non è solo "tecnica", ma è anche **identitaria/etica** (presenza, confidenzialità, consenso, responsabilità).
- Questo ponte è coerente con ICF: **competenze core** e **codice etico** definiscono il perimetro di ciò che è "pratica accettabile" quando entrano strumenti e dati.

Ponte 2: Dall'uso (quanto) all'uso (come): Prima/Durante/Dopo

- Il capitolo su **ambiti / vantaggi / preoccupazioni** prepara i capitoli di competenza: l'AI viene percepita utile soprattutto dove può **aumentare efficienza e qualità** senza erodere relazione e agency.
- Qui nasce il ponte verso il costrutto operativo "Coaching Abilitato-AI": non basta usare spesso; conta **dove** e **con quali salvaguardie** (disclosure, consenso, minimizzazione dati, controllo umano).

Ponte 3: Segmentazione per intensità d'uso come "spina dorsale" esplicativa

- La segmentazione A-B-C-D diventa la lente che collega tutto:
pratica → competenze operative → fiducia/qualità → visione futura e bisogni di supporto.
- Evidenza forte nelle dashboard competenze: passando da **A (molto)** a **D (per niente)** il **Growth Mindset** cala, ma **molto meno** delle competenze "operative". (vedi Ponte 4 riportato qui di seguito)

Ponte 4: Il punto più "diagnostico": mindset quasi trasversale, competenze molto discriminanti

- Nei gauge (scale di riferimento) di segmentazione, il Growth Mindset passa da **84,3% (A)** a **45,6% (D)**: differenza visibile ma non "catastrofica".
- Le competenze invece cambiano drasticamente:
 - Alfabetizzazione AI-specifica: **73,8% (A) → -25,6% (D)**
 - Mediazione uomo-macchina: **92,6% (A) → -30,4% (D)**
 - Metacognizione: **61,9% (A) → 3,8% (D)**Quindi il driver che separa davvero i segmenti **non sembra essere la predisposizione**, ma la **capacità di governare l'interazione** e di valutare criticamente output e rischi.

Ponte 5: Prospettive future e "domanda di sistema"

- La visione a 3 anni mostra una convergenza: per la maggior parte dei rispondenti l'AI **affiancherà** il lavoro del coach (**54,82%**), non lo sostituirà; seguono "ruolo moderato ma crescente" (**21,32%**) e "strumento centrale" (**14,21%**).
- Coerentemente, le risorse richieste prioritizzano: **formazione tecnica (33,24%)** e **linee guida etiche (30%)**, poi casi d'uso.

- **Ponte F — Governance: dalla “buona volontà” alla conformità tracciabile**
- I capitoli conclusivi (monitoraggio, implicazioni, prospettive) chiudono il cerchio con un messaggio di governance: senza **processi verificabili** (tracciabilità, revisione ex-post, incident reporting) l'adozione rischia di restare “artigianale” e fragile.
- Questo è in linea con:
 - **ICF AI Coaching Framework & Standards** (centralità umana, disclosure, controllo, qualità)
 - **NIST AI RMF** (NIST AI Risk Management Framework: un modello sviluppato dal National Institute of Standards and Technology degli Stati Uniti per aiutare organizzazioni pubbliche e private a identificare, valutare, gestire e mitigare i rischi associati all'Intelligenza Artificiale)
 - **UE**: spinta all'**AI literacy** come capacità organizzativa, non come hobby individuale.

9.2 Implicazioni conclusive

Dalla “curiosità” alla governance: la traiettoria verso il Coaching Abilitato-AI

Il documento converge su un messaggio pragmatico: **nel coaching l'AI viene prevalentemente interpretata come alleata**, non come sostituta. La direzione prevalente non è “delegare il coaching all'AI”, ma **integrare l'AI in modo utile e controllabile** nelle attività ripetibili e ad alto carico cognitivo (preparazione, sintesi, follow-up, generazione di stimoli), mantenendo **centralità umana, responsabilità professionale e tutela del cliente**.

Questa lettura è coerente con l'impostazione ICF, che tratta l'AI coaching come un ecosistema (sistemi “AI-only” e “human-AI assisted”) e propone **standard di qualità** su domini che includono *ethics* e *coaching mindset*, relazione col cliente, comunicazione e privacy.

Il “Coaching Abilitato-AI” come asse interpretativo (non come etichetta)

Nel documento, il “Coaching Abilitato-AI” funziona bene come **asse esplorativo**: non descrive una categoria “giusta/sbagliata”, ma una **posizione lungo un continuum**. La distanza/vicinanza non dipende solo dall'uso dell'AI, bensì da *quanto l'uso è governato*.

- **Vicinanza** = integrazione dell'AI + **presidio umano verificabile** (decisioni tracciabili, criteri di validazione, disclosure/consenso, gestione dati, controllo dei bias).
- **Distanza** = uso sporadico o assente *oppure* uso “non governato” (affidamento eccessivo, scarsa tracciabilità, incertezza su privacy/riservatezza).

Questa impostazione dialoga bene con l'idea ICF di “s”: non definiscono “se usare l'AI”, ma **come farlo in modo professionale**.

Il punto chiave emerso dalla segmentazione: il mindset cambia, ma *non spiega la differenza*

Dalle dashboard per intensità d'uso (A→D) emerge un pattern forte: **il Growth Mindset varia in modo relativamente meno discriminante rispetto alle competenze operative**. In termini descrittivi, l'indice associato al Growth Mindset scende da **A 84,3%** a **D 45,6%**, mentre gli indicatori di competenza calano molto più drasticamente (fino a valori prossimi allo zero o negativi, in particolare su alfabetizzazione AI-specifica e mediazione uomo-macchina).

La lettura più utile, qui, è questa: **il Growth Mindset può predisporre, ma non basta** a trasformare predisposizione in adozione sostenibile. La vera discriminante è la capacità di rendere l'interazione umano-AI:

- **Intenzionale** (si sa “perché” si usa l'AI in quel punto del processo),
- **Controllata** (si sa “quando” non usarla / quando fermarsi),
- **Verificabile** (si sa “come” validare output e decisioni).

È esattamente il tipo di passaggio che gli standard ICF cercano di rendere praticabile: **dall'uso "possibile" all'uso "affidabile"**.

→ **Mediazione uomo–macchina: la soglia che separa "uso" da "uso maturo"**

Il documento, letto con la lente della distanza/vicinanza, suggerisce che **la competenza di mediazione uomo–macchina** sia la soglia più decisiva: non riguarda la tecnica in sé, ma la capacità di **calibrare fiducia e controllo** mentre l'AI entra in un contesto relazionale ad alta sensibilità (coaching).

Questa intuizione è coerente anche con approcci di risk management: l'adozione affidabile richiede pratiche di governance (identificazione rischi, misurazione, gestione, accountability).

Il NIST AI Risk Management Framework (un modello sviluppato dal National Institute of Standards and Technology degli Stati Uniti per aiutare organizzazioni pubbliche e private a identificare, valutare, gestire e mitigare i rischi associati all'Intelligenza Artificiale), ad esempio, struttura il lavoro di gestione del rischio lungo funzioni come *Govern, Map, Measure, Manage*, utili come "scheletro" per rendere operativa la governance anche in contesti non tecnici. ([NIST AI Resource Center](#))

→ **L'adozione sostenibile come sistema: competenze + contesto + regole del gioco**

La traiettoria verso il Coaching Abilitato-AI non sembra un fatto individuale soltanto: è anche **un fatto di contesto abilitante** (policy, strumenti conformi, pratiche condivise, formazione, comunità).

Qui entrano due evidenze "esterne" che rafforzano la conclusione del documento:

- **ICF** sta istituzionalizzando lo spazio, offrendo un framework/standard che copre domini critici (ethics, coaching mindset, relazione, comunicazione, privacy) e parla esplicitamente a chi progetta, acquista e usa soluzioni AI nel coaching.
- **UE/AI Act** introduce aspettative specifiche sulla **AI literacy** (alfabetizzazione all'AI) come condizione necessaria per un uso adeguato nei contesti organizzativi: questo spinge ulteriormente verso un'adozione "competente e governata", non improvvisata. ([Strategia Digitale Europea](#))

In parallelo, il fatto che **ICF Italia** dedichi spazi espliciti ad "AI e Coaching" (con presentazioni di executive summary e discussioni su sostituzione vs integrazione) è un segnale istituzionale: il tema è considerato strutturale e richiede cornici di qualità, non solo entusiasmo tecnologico. ([ICF ITALIA](#))

Questa ricerca potrebbe essere intesa come il **laboratorio R&D - Research and Development di ICF Italia, in affiancamento AI lavori del Comitato Esecutivo.**



10. Riferimenti Bibliografici

- AgID – Agenzia per l'Italia Digitale (2014). *Programma nazionale per la cultura, la formazione e le competenze digitali. LINEE GUIDA*: <https://www.agid.gov.it/>
- AgID - Agenzia per l'Italia Digitale (2022). *DigComp 2.2 Il Quadro delle Competenze Digitali per i Cittadini*: https://www.agid.gov.it/sites/agid/files/2024-05/digcomp_2.2_italiano.pdf
- Commissione Europea. *Quadro europeo delle competenze digitali per i cittadini DigComp 2.2: Joint Research Centre (JRC)*: <https://publications.jrc.ec.europa.eu/>
- Dweck Carol (2017). *Mindset. Cambiare forma mentis per raggiungere il successo*. Milano: Franco Angeli.
- International Coaching Federation (ICF). *ICF Core Competencies*: <https://coachingfederation.org/core-competencies>
- International Coaching Federation (ICF). *ICF Code of Ethics*: <https://coachingfederation.org/ethics>
- International Coaching Federation (ICF). *ICF AI Coaching Framework & Standards*: <https://coachingfederation.org/ethics/ai-coaching>
- International Coaching Federation (ICF). *Artificial Intelligence in Coaching*: <https://coachingfederation.org/ethics/ai-coaching>
- MDPI (2025): <https://www.mdpi.com/>
- PMC (PubMed Central) (2025): <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/>
- JSTOR (2025): <https://www.jstor.org/>
- SAGE Journals (2025): <https://journals.sagepub.com/>
- Unione Europea – EUR-Lex. *Artificial Intelligence Act (AI Act), con riferimento all'Art. 4 – AI literacy*: <https://eur-lex.europa.eu/>
- UTAUT. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*: <https://open.ncl.ac.uk/theories/2/unified-theory-of-acceptance-and-use-of-technology/>