



Italia
Charter Chapter

Executive Summary AI&Coaching 2025

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

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.*

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 **traiettorie 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**.