

Dai media nazionali arriva l'allarme che l'intelligenza artificiale sta uccidendo Internet

«Per battere l'IA servono contenuti che non possa riassumere»

Paolo M. Luino, general manager EMEA di Kitsune e tra i massimi esperti internazionali di digital strategy, dopo aver previsto la crisi del modello SEO tradizionale, spiega la nuova strategia per restare visibili e autorevoli nel web dominato dall'intelligenza artificiale: «Dobbiamo evolverci»

Mentre le principali testate italiane rilanciano l'allarme sul crollo del traffico ai siti web e sulla fine del modello tradizionale di Internet, Paolo M. Luino invita a guardare oltre il panico. **«L'intelligenza artificiale non sta uccidendo Internet: lo sta costringendo a evolversi. La sfida, oggi, è creare contenuti che l'AI non possa riassumere, perché troppo complessi, argomentati e ricchi di valore per essere sintetizzati in poche righe».** Secondo Luino, general manager EMEA di Kitsune, network internazionale di digital marketing attivo in Europa, Stati Uniti ed Emirati Arabi, i nuovi sistemi di ricerca basati sull'intelligenza artificiale, come gli AI Overviews di Google, stanno cambiando in profondità la dinamica della visibilità online. «Il traffico si riduce non perché gli utenti non cercano più, ma perché non hanno più bisogno di cliccare. Le AI rispondono al posto dei siti. E **se non diventiamo noi stessi la fonte, smettiamo di esistere».**

Il principio, sottolinea, è semplice: le intelligenze artificiali leggono, interpretano e sintetizzano ciò che trovano. Se trovano poco, restituiscono poco. «Solo i contenuti lunghi, completi e aggiornati restano visibili e citabili. **Gli algoritmi selezionano ciò che è approfondito, coerente, strutturato.** Tutto il resto -testi brevi, duplicati, notizie senza contesto- finisce ai margini».

La via d'uscita, secondo Luino, è concentrarsi sulle **query a coda lunga e complesse**, cioè le domande molto specifiche e articolate che le AI non possono esaurire in un paragrafo. **«Sono le ricerche più preziose,** perché rivelano un intento alto: chi le formula è già dentro un processo decisionale e cerca risposte precise. **Presidiare queste query significa attirare utenti qualificati** e, allo stesso tempo, dimostrare competenza profonda nel proprio settore».

Lavorare sulle ricerche complesse porta **tre vantaggi decisivi:**

1. Genera contenuti che resistono ai riassunti automatici delle AI e mantengono visibilità diretta
2. Intercetta utenti maturi, già pronti a scegliere o ad acquistare
3. Rafforza il posizionamento del brand come fonte autorevole e affidabile

Per Luino, **quello in corso non è un crollo, ma una selezione naturale del web.** «Il marketing tattico basato su keyword e campagne effimere produce solo visibilità temporanea. **Il nuovo web premia la sostanza,** non l'apparenza. Le aziende che oggi investono in dati proprietari, contenuti di profondità e un canale video coerente stanno costruendo una vera fortezza digitale: un patrimonio che resta, indipendentemente dagli algoritmi».

Già **nei mesi scorsi** Luino aveva anticipato questa evoluzione con tre interventi che hanno avuto grande eco nel mondo del marketing digitale. Nel primo, dedicato all'impatto delle AI Overviews, aveva lanciato l'allarme **sulla fine della SEO tradizionale e introdotto il concetto di *Search Ecosystem Optimization***, la nuova frontiera che supera i motori di ricerca e include l'intero ecosistema informativo. Nel secondo aveva **definito il modello del *Content Everywhere***, in cui ogni contenuto diventa un asset strategico capace di vivere su più canali. Nel terzo aveva presentato un vero e proprio ***playbook per le imprese***, fondato su tre pilastri: archivio dati proprietario, biblioteca di contenuti di profondità e canale video autorevole.

Oggi quel percorso trova conferma nei fatti. «**Chi si limita a reagire all'allarme perderà terreno**. Chi comprende la logica dell'ecosistema IA e la trasforma in strategia, conquisterà autorevolezza. Le aziende devono smettere di inseguire le keyword e iniziare a costruire conoscenza: è questo che le intelligenze artificiali riconoscono e premiano».

Paolo M. Luino, 63 anni, torinese, general manager EMEA di Kitsune.pro e Kitsune.ae, agenzie attive in Usa, Europa ed Emirati Arabi, specializzate in digital marketing per i settori health, legal e industry, è uno dei massimi esperti di posizionamento e visibilità online a livello internazionale, con clienti diretti in tre continenti.

Foto a alta risoluzione [a questo link](#)

Per interviste o maggiori informazioni

Ufficio stampa: EoIpso

Info: Marino Pessina, +39 335 446111, mpessina@eoipso.it