

Il 9% della visibilità su **Google AI Overview** è in mano ai social

Google ha consegnato ai social il 9% della visibilità AI.

Analisi della presenza e del ruolo dei principali social network nelle risposte generative di Google.

seozoom



I social contribuiscono in modo significativo alle risposte generative di Google.

La visibilità si concentra in **9 piattaforme**

Una larga fetta della visibilità su Google AI Overview è concentrata in poche piattaforme social. YouTube, Facebook, Instagram, Reddit, TikTok, Pinterest, LinkedIn, X e Quora incidono per l'8,0% delle keyword con AI Overview attiva, per il 9,14% delle menzioni e per il 14,01% degli URL citati nel mercato italiano.

Google sta portando i contenuti nati nei luoghi in cui le persone spiegano, mostrano, discutono, confrontano nel punto oggi più esposto della ricerca: la risposta sintetica che orienta la lettura prima ancora della visita al sito. Video, conversazioni, pagine visuali, profili professionali, contenuti user generated e risposte community entrano così nello stesso spazio di visibilità occupato da editori, brand e portali verticali.

Questi contenuti generano una quantità ampia di pagine citabili, ma la selezione delle fonti segue una gerarchia molto netta. YouTube occupa la quota più ampia. Reddit conquista le posizioni più alte. Facebook mantiene una presenza enorme nella ricerca classica e ne trasferisce una quota molto più bassa dentro AI Overview. Le altre piattaforme lasciano segnali più piccoli, ma riconoscibili per formato, settore e intento.

Il peso dei social nella risposta AI è già un fatto. Ciò che ci interessa è analizzare il modo in cui ogni piattaforma riesce a trasformare la propria presenza organica in citazione e, soprattutto, quali sono i contenuti che Google ritiene già pronti per sostenere una risposta AI.

**Social & AI
Overview**

8%
keyword

9,14%
menzioni

14,01%
URL citati

Come abbiamo letto il **mercato italiano**



La nostra analisi si è concentrata sul mercato italiano di Google, osservato su google.it tra giugno 2025 e aprile 2026.



La base comprende un campione di circa 23 milioni keyword. In questo insieme, oltre 10 milioni di keyword attivano una AI Overview, pari al 45,34% del campione. Le risposte generative rilevate contengono 10,6 milioni di menzioni e 5,6 milioni di URL citati.



Il secondo step è stato quello dell'analisi dei social, che ha interessato nove piattaforme: YouTube, Facebook, Instagram, Reddit, TikTok, Pinterest, LinkedIn, X e Quora. I dati sono aggregati per piattaforma, con i sottodomini unificati, così da evitare letture frammentate tra versioni diverse dello stesso ambiente.

Per ciascuna abbiamo misurato keyword coperte, menzioni, URL citati, traffico AI stimato, posizione media, visibilità media e numero di volte in cui compare come primo risultato.



Italia, google.it



giugno 2025-aprile 2026



campione di oltre 23 milioni di keyword



10,5 keyword con AI Overview



9 piattaforme aggregate

L'organico non basta a entrare in AI Overview



La prima pagina di Google apre l'accesso. AI Overview introduce un filtro ulteriore: tra i risultati presenti, Google sceglie quali fonti usare nella risposta.



Un dominio può presidiare milioni di keyword organiche e trasferirne solo una parte ridotta nella sintesi. Per questo abbiamo misurato una nuova metrica, il **tasso di conversione AI**, che indica la percentuale di keyword organiche in prima pagina che generano anche una citazione dentro AI Overview.



È un dato che ti permette di distinguere la forza in SERP dalla capacità reale di essere selezionato nella risposta AI, che è ciò che ti serve oggi.



Anche per i social vale questa "legge": la presenza in SERP non si traduce automaticamente in visibilità generativa.



YouTube ha 10.445.210 keyword organiche in pagina 1 e 601.401 keyword in AI Overview. Il suo tasso arriva al **5,8%**, il valore più alto tra le grandi piattaforme.



Facebook parte da una base organica quasi equivalente: 7.791.241 keyword in pagina 1 e oltre 3,37 miliardi di volume organico. Nelle AI Overview arriva a 125.033 keyword, con un tasso di conversione AI dell'**1,6%**.



TikTok mostra una dinamica diversa. La base organica è molto più piccola, 468.408 keyword in pagina 1, ma il tasso di conversione AI sale al **4,7%**. Quora arriva al **3,2%**, pur partendo da un bacino molto ridotto.



Tradotto: i social entrano nelle AI Overview grazie alla capacità di produrre contenuti che Google integra nella sintesi generativa.

Applicando il tasso di conversione AI alle piattaforme social che abbiamo analizzato da SEOZoom emerge subito una gerarchia concreta:



YouTube: 5,8%



TikTok: 4,7%



Quora: 3,2%



Reddit: 1,9%



Facebook: 1,6%



Instagram: 1,0%

YouTube guida per traffico, Reddit per posizione



La presenza dei social in AI Overview è strutturale, ma c'è differenza nel modo in cui le piattaforme presidiano la risposta, e la classifica aggregata separa subito due forme diverse di forza.



YouTube concentra il volume più alto: 10,7 milioni di traffico AI stimato, 601.401 keyword coperte e 710.269 menzioni. Nessuna delle altre piattaforme si avvicina a questa scala. La distanza con Facebook, secondo per traffico e keyword, è netta.



Reddit lavora su un altro piano. Copre 47.312 keyword e raccoglie 51.180 menzioni, ma registra la posizione media migliore tra i principali social: 2,98. Anche il 29,9% di primi risultati conferma una collocazione alta quando viene selezionato.



Sono due tipi di vantaggio diverso: YouTube ottiene massa, copertura e traffico. Reddit entra meno spesso, ma si avvicina di più alla prima fonte citata. Per valutare la presenza nelle AI Overview devi quindi guardare quantità e posizione insieme: contare le menzioni dice una parte della storia, osservare dove cadono cambia la lettura.



YouTube



Traffico AI stimato
10,7M



Keyword coperte
601.401



Menzioni
710.269



Reddit



Keyword coperte
47.312



Menzioni
51.180



Posizione media
2.98



% primi risultati
29,9%

YouTube senza rivali

YouTube occupa il primo posto su quasi tutte le metriche principali.



Raccoglie **10.711.208** di traffico AI stimato, copre **601.401** keyword e arriva a **710.269** menzioni. La distanza dal secondo player è ampia: Facebook si ferma a 1.560.130 di traffico AI stimato, 125.033 keyword e 140.515 menzioni.



La forza di YouTube – che, ricordiamo, è di proprietà del gruppo Alphabet di cui fa parte anche Google – nasce dalla combinazione tra ampiezza e formato. Tutorial, recensioni, spiegazioni passo passo, dimostrazioni, contenuti educativi e intrattenimento verticale sono materiali costruiti per accompagnare una domanda fino alla risposta.



Nelle AI Overview questa struttura pesa. Il video porta esperienza, contesto e dimostrazione. Google lo usa soprattutto dove la query chiede procedure, confronti, esempi concreti, spiegazioni pratiche.



La distanza si vede anche nelle quote complessive: YouTube rappresenta da solo il **5,69%** delle keyword con AI Overview attiva, il **6,69%** delle menzioni e il **10,33%** delle URL citate.



Il tasso di conversione AI mostra che, tra le grandi piattaforme, YouTube converte la quota più alta della sua presenza organica in citazioni nella risposta AI, consolidando il suo ruolo centrale all'interno del blocco social.



La distanza di YouTube



10,7M

traffico AI stimato



601K

keyword



710K

menzioni



578K

URL citati



Reddit prende spazio

Copre 47.312 keyword, raccoglie 51.180 menzioni e genera 397.335 di traffico AI stimato. La posizione media è 2,98, il valore migliore tra i principali social osservati.

Anche la quota di primo risultato è alta: 29,9%. Quando Reddit viene selezionato, compare spesso nella parte alta delle fonti.

La ragione sta nella natura del contenuto. Thread, commenti, confronti tra utenti, esperienze dirette, opinioni argomentate e discussioni verticali producono materiale difficile da replicare con una pagina puramente descrittiva. La risposta generativa può usare Reddit per agganciare esperienza reale, linguaggio naturale e confronto tra punti di vista.

La piattaforma intercetta così una forma di autorevolezza diversa: meno estensione, più forza nella collocazione.

“

Reddit ha numeri più piccoli di YouTube e Facebook, ma una collocazione più forte.



La forza di **Reddit**



47.312

keyword coperte



51.180

menzioni



397.335

traffico AI stimato



46.402

URL citati

Facebook non regge il confronto

Facebook concentra uno dei divari più forti dell'intero studio. Pur restando enorme nella ricerca organica, porta solo una minima forza nel passaggio alla risposta generativa.



Il confronto è netto.

- ▶ La piattaforma ha 7.791.241 keyword organiche in pagina 1 e un volume organico stimato di 3.370.144.850. Nelle AI Overview arriva a 125.033 keyword, 140.515 menzioni e 1.560.130 di traffico AI stimato.



Il tasso di conversione AI è 1,6%.

- ▶ Per una piattaforma con questa base organica, la resa nelle Overview resta molto più contenuta rispetto a YouTube, inferiore anche a quella di TikTok e Quora.



- ▶ **Facebook mantiene un presidio ampio nella SERP classica,** ma le sue pagine si trasformano meno spesso in materiale utile per la sintesi generativa. La struttura dei contenuti, la frammentazione delle pagine e la natura relazionale di molte presenze riducono la capacità di diventare fonte forte nella risposta.



Il confronto con YouTube chiarisce la distanza.

- ▶ Entrambi hanno basi organiche enormi, ma YouTube converte in AI Overview con un'intensità molto superiore.



- ▶ **Contano anche struttura del contenuto, leggibilità informativa,** coerenza del formato e capacità di entrare in una sintesi già pronta per l'utente. Facebook mostra il punto in cui questo passaggio si comprime di più.



Il divario di Facebook



7,8M

di keyword organiche in pagina 1



125K

keyword in AI Overview



1,6%

tasso di conversione AI

I segnali dalle altre piattaforme

Il resto della classifica aggiunge sfumature importanti.



Instagram copre 33.892 keyword e genera 564.210 di traffico AI stimato. La posizione media è 4,26, con una quota di primo risultato del 28,4%. Entra soprattutto dove immagine, persone, luoghi, brand e cultura visuale hanno un ruolo nella risposta.



TikTok arriva a 21.857 keyword e 214.319 di traffico AI stimato. Il tasso di conversione AI è alto, 4,7%, mentre la presenza complessiva resta più contenuta rispetto alla sua forza come ambiente di discovery. Quando Google lo usa, lo seleziona in modo stretto.



Pinterest ha numeri piccoli, ma una quota di primo risultato molto alta: 35,6%, la più elevata tra le piattaforme osservate. Il suo ruolo si lega alla ricerca visuale, all'ispirazione e ai settori in cui l'immagine orienta la scelta.



Quora raccoglie 3.033 keyword e 3.996 menzioni, con 31,5% come primo risultato. Il formato domanda-risposta lo rende vicino alla logica della sintesi.



X resta quasi marginale per volume, con 885 keyword, ma registra la visibilità media che più alta, 12,68, quando viene citato. **LinkedIn** entra con una funzione più professionale, soprattutto dove business, lavoro e formazione diventano parte della risposta



Cinque segnali di
isola

● **Pinterest: 35,6%** primo risultato

● **Quora: 31,5%** primo risultato

● **Instagram: 28,4%** primo risultato

● **X: 12,68** visibilità media

● **TikTok: 4,7%** tasso di conversione AI

Tutto passa dall'intento informativo

Le AI Overview richiamano i social soprattutto quando la ricerca chiede una spiegazione.

NOTA:

La classificazione degli intenti è multi-label: una keyword può attivare più intenti contemporaneamente. Per questo il dato va letto come prevalenza funzionale, non come ripartizione chiusa al 100%.

Qui si concentra il bisogno che attiva meglio i contenuti social: capire, confrontare, orientarsi, vedere esempi, ascoltare esperienze, sciogliere dubbi. Video, discussioni e Q&A offrono materia già vicina alla forma della risposta.

Le componenti navigazionali, transazionali e commerciali restano presenti, con pesi più contenuti. Reddit ha una componente commerciale più alta rispetto ad altre piattaforme, all'8%, coerente con il ruolo delle discussioni nelle valutazioni su prodotti, servizi e alternative. Pinterest spicca invece per la quota navigazionale, al 18%, in linea con il suo uso da motore visuale e archivio di ispirazioni.

Per la strategia, questo dato conta molto: i contenuti social entrano soprattutto nelle domande che formano opinioni, orientano scelte e preparano decisioni. È lì che il brand deve essere riconoscibile, coerente e presente.

L'intento informativo domina su tutte le piattaforme

	YouTube	83%
	Quora	83%
	TikTok	81%
	Instagram	79%
	Facebook	76%
	Reddit	75%
	LinkedIn	74%
	X	74%



Pinterest

18%

navigazionale



X

15%

navigazionale



Facebook

10%

transazionale



LinkedIn

10%

transazionale



Reddit

8%

commerciale



Instagram

7%

commerciale

Intrattenimento, news e business guidano il traffico AI

**La distribuzione per settore chiarisce
dove i social entrano con più forza.**



YouTube concentra il traffico AI stimato soprattutto in Arte e intrattenimento, Notizie, media e pubblicazioni, Business e Industria, Hobby e tempo libero e Internet e Telecomunicazioni. Nei primi due settori supera i 2,1 milioni di traffico AI stimato.



Facebook segue una mappa simile, con una presenza aggiuntiva in Viaggi e turismo e Accoglienza turistica.

Instagram mantiene il baricentro su intrattenimento, news, business e viaggi, con un segnale ulteriore sulle celebrità e sui contenuti legati alla cultura pop.



Reddit entra bene in arte, news, hobby, film e business. La piattaforma trova spazio nei settori in cui il confronto tra utenti aggiunge esperienza, opinioni e valutazioni.



Pinterest cambia registro: oltre ad arte e intrattenimento, emergono Bellezza e cura personale, Cura dei capelli e Moda & Stile. LinkedIn porta invece un'impronta più chiara su Business e Industria, Lavoro e istruzione, Lavoro e carriera.



La distribuzione segue le affinità naturali dei formati: video dove servono spiegazioni, forum dove servono esperienze, visual dove serve ispirazione, profili professionali dove serve autorevolezza di settore.



**AFFINITÀ PER SETTORE
PANORAMICA PIATTAFORME**



YouTube

Arte e intrattenimento

Notizie, media
e pubblicazioni

Business e Industria

Hobby e
tempo libero

Internet e
Telecomunicazioni



Facebook

Arte e intrattenimento

Notizie, media
e pubblicazioni

Business e Industria

Viaggi e Turismo

Accoglienza turistica



Instagram

Intrattenimento

News

Business

Viaggi

Celebrità e cultura pop



Reddit

Arte

News

Hobby

Film

Business

Confronto tra utenti, opinioni e valutazioni



Pinterest

Arte e intrattenimento

Bellezza e cura
personale

Cura dei capelli

Moda & Stile



LinkedIn / X

Business e Industria

Lavoro e istruzione

Lavoro e carriera

I formati che conquistano l'AI



La forma dei contenuti è un ulteriore elemento di distinzione per l'ingresso dei contenuti social in AI Overview.

Il video di YouTube offre una struttura pronta: problema, passaggi, esempi, dimostrazione, contesto. Google può estrarre da questo formato una risposta più ricca, soprattutto quando la query richiede una procedura, una spiegazione o un confronto.

Reddit lavora su un altro livello. I thread raccolgono domande, repliche, correzioni, opinioni e casi concreti. La sintesi trova lì un materiale vivo, ricco di segnali umani e spesso vicino al linguaggio reale degli utenti.

Quora si avvicina ancora di più alla forma della risposta generativa. Domanda, risposta, spiegazione, confronto tra soluzioni: la pagina nasce già con una struttura compatibile con l'estrazione.

Pinterest porta la logica visuale. Funziona nei bisogni che partono da ispirazione, stile, esempi, immagini e riferimenti concreti. LinkedIn introduce il formato professionale: profili, pagine aziendali, contenuti di settore, segnali reputazionali.

Quando costruisci contenuti per la visibilità AI, il formato diventa parte della strategia. Una pagina testuale può funzionare, ma video, discussioni, Q&A e contenuti visuali possono sostenere meglio alcune tipologie di domanda.

Formati e funzione



Video: spiegazione e dimostrazione



Forum: esperienza e confronto



Q&A: risposta diretta



Visual: ispirazione ed esempi



Professionale: competenza e reputazione

A ogni social il suo ruolo

Le nove piattaforme osservate occupano funzioni diverse nella risposta generativa.

- 01 | **YouTube presidia la spiegazione.** Entra nelle query in cui la risposta trae valore da tutorial, video lunghi, recensioni, esempi e contenuti dimostrativi. La sua forza è ampia e trasversale.
- 02 | **Reddit** porta esperienza e confronto. La posizione media alta segnala una collocazione forte quando Google sceglie thread, discussioni e opinioni degli utenti.
- 03 | **Facebook** conserva una funzione più distribuita, legata a pagine, community, eventi, territori e brand. La grande base organica produce una quota più ridotta nelle Overview, ma la piattaforma resta presente dove la dimensione locale, sociale o informativa mantiene valore.
- 04 | **Instagram** intercetta cultura visuale, persone, luoghi, eventi e lifestyle. **Pinterest** entra nelle ricerche in cui l'ispirazione visiva aiuta a orientare la scelta. **Quora** lavora sulla risposta già formulata, **LinkedIn** sui segnali professionali e **X** sull'attualità, con una presenza piccola ma una visibilità media alta quando viene selezionato.
- 05 | **TikTok** resta il caso più sospeso: forte nella discovery, più contenuto nelle Overview. Il suo tasso di conversione AI suggerisce una selezione attenta, legata a query in cui il contenuto breve riesce a fornire un segnale utile.

I RUOLI PREVALENTI

YouTube: spiegazione	Instagram: cultura visuale	LinkedIn: autorevolezza professionale
Reddit: esperienza	Pinterest: ispirazione	X: attualità
Facebook: presidio distribuito	Quora: risposta diretta	TikTok: discovery selettiva

Google premia segnali ricorrenti

La selezione segue pattern riconoscibili.

SEGNALI RICORRENTI



Risposta chiara



Struttura riconoscibile



Segnali di esperienza



Coerenza con il settore



capacità di sintesi

I contenuti che entrano meglio nelle AI Overview condividono alcuni elementi: risposta chiara a una domanda, struttura riconoscibile, segnali di esperienza, coerenza con il settore e capacità di sostenere una sintesi.

YouTube cresce perché il video lungo organizza spiegazioni e procedure. Reddit si colloca in alto perché raccoglie conversazioni dense di esperienza. Quora funziona perché il formato domanda-risposta nasce vicino al bisogno informativo. Pinterest ottiene buone posizioni quando la scelta passa da esempi visuali. LinkedIn trova spazio dove la reputazione professionale entra nella risposta.

Il caso Facebook conferma lo stesso schema da un'altra angolazione: l'enorme base organica produce un trasferimento più contenuto nelle Overview, perché molte pagine offrono segnali meno adatti alla sintesi generativa.

Per te il passaggio operativo è chiaro: la presenza AI cresce quando contenuto, formato e bisogno informativo si tengono insieme. Google seleziona ciò che aiuta a costruire una risposta affidabile, utile e sostenuta da segnali riconoscibili.

Che cosa cambia per **la visibilità**

La visibilità dentro Google si distribuisce su più superfici.

La SERP organica resta il punto di partenza. AI Overview aggiunge una seconda selezione: il contenuto deve essere trovato, compreso, scelto e trasformato in parte della risposta. I social entrano in questo passaggio perché portano segnali che spesso emergono con più immediatezza fuori dal sito: esperienza, dimostrazione, confronto, immagini, discussione, reputazione personale e professionale.

Per il brand cambia il modo di presidiare il mercato. Il sito resta centrale, ma la presenza esterna partecipa alla riconoscibilità. Un video su YouTube, una discussione su Reddit, una pagina LinkedIn, un contenuto visuale su Pinterest, una risposta su Quora possono contribuire alla forma con cui Google ricostruisce un tema.

La domanda operativa diventa più concreta: quali query attivano AI Overview, quali piattaforme compaiono, quali formati vengono scelti, quali competitor entrano nella risposta, quali contenuti del brand sono già abbastanza forti per essere selezionati.

Il vantaggio nasce dalla capacità di presidiare il bisogno informativo in più luoghi, con contenuti coerenti e riconoscibili.

La nuova checklist della visibilità

- 01** Query con AI Overview attiva
- 02** Piattaforme presenti nella risposta
- 03** Formati selezionati
- 04** Competitor citati prima del brand
- 05** Contenuti da rafforzare

Dai dati al **presidio operativo** con SEOZoom

La presenza dei social nelle AI Overview diventa utile quando riesci a trasformarla in priorità di lavoro. Con SEOZoom puoi sapere dove Google sta già costruendo risposte generative, quali fonti seleziona, quali formati entrano più spesso e quali spazi restano scoperti per il tuo brand.

1



AI Overview

Con AI Overview parti dalle keyword. Vedi dove si attiva la risposta generativa, quali domini vengono citati, quante menzioni ottengono, in quale posizione compaiono e quante volte diventano prima fonte. È la base per capire se il tuo sito entra già nella sintesi di Google o se la risposta viene costruita intorno ad altri player.

2



AI Visibility

Con AI Visibility allarghi la lettura alla presenza complessiva del brand nei motori AI. Colleghi keyword, prompt, URL citate, motori coinvolti e competitor, così puoi capire dove sei visibile, dove perdi spazio e quali contenuti hanno maggiore probabilità di essere richiamati.

3



Opportunità Social

Con Opportunità Social individui le keyword in cui i contenuti social compaiono già nella SERP. È il passaggio che ti aiuta a capire quando serve un video, quando una discussione pesa più di una pagina editoriale, quando una piattaforma visuale intercetta meglio il bisogno e quando il presidio social diventa parte della strategia di ricerca.

4



AI Prompt Research

Con AI Prompt Research trasformi le domande degli utenti in una mappa di contenuti. Parti da un prompt, ricostruisci intenti, sotto-temi e cluster informativi, e capisci quali bisogni devi coprire per entrare con più forza nelle risposte.

5



AI Prompt Tracker

Con AI Prompt Tracker monitori nel tempo i prompt che contano per il tuo progetto. Verifichi se il tuo dominio viene citato, con quali pagine, in quali motori e contro quali competitor. La presenza nelle AI smette di essere un'impressione e diventa un dato da seguire.

6



AI Engine

Con AI Engine controlli la pertinenza dei tuoi contenuti rispetto ai motori AI. Prima di pubblicare, o dopo un aggiornamento, puoi verificare se una pagina sostiene davvero il bisogno informativo che vuoi presidiare.



Il lavoro parte dai dati e arriva alle azioni: capire dove sei, individuare cosa manca, scegliere il formato giusto, rafforzare i contenuti e presidiare le risposte in cui il tuo brand deve essere riconosciuto.



Il controllo in quattro aree

- **Presenza nelle AI:** AI Overview, AI Visibility
- **Incrocio SERP-social:** Opportunità Social
- **Lettura dei prompt:** AI Prompt Research, AI Prompt Tracker
- **Pertinenza dei contenuti:** AI Engine