

Quadro normativo attuale sull'AI, rischi e opportunità legali, casi studio e best practices

Avv. Stefano Vergano

Alba – 29.03.2025

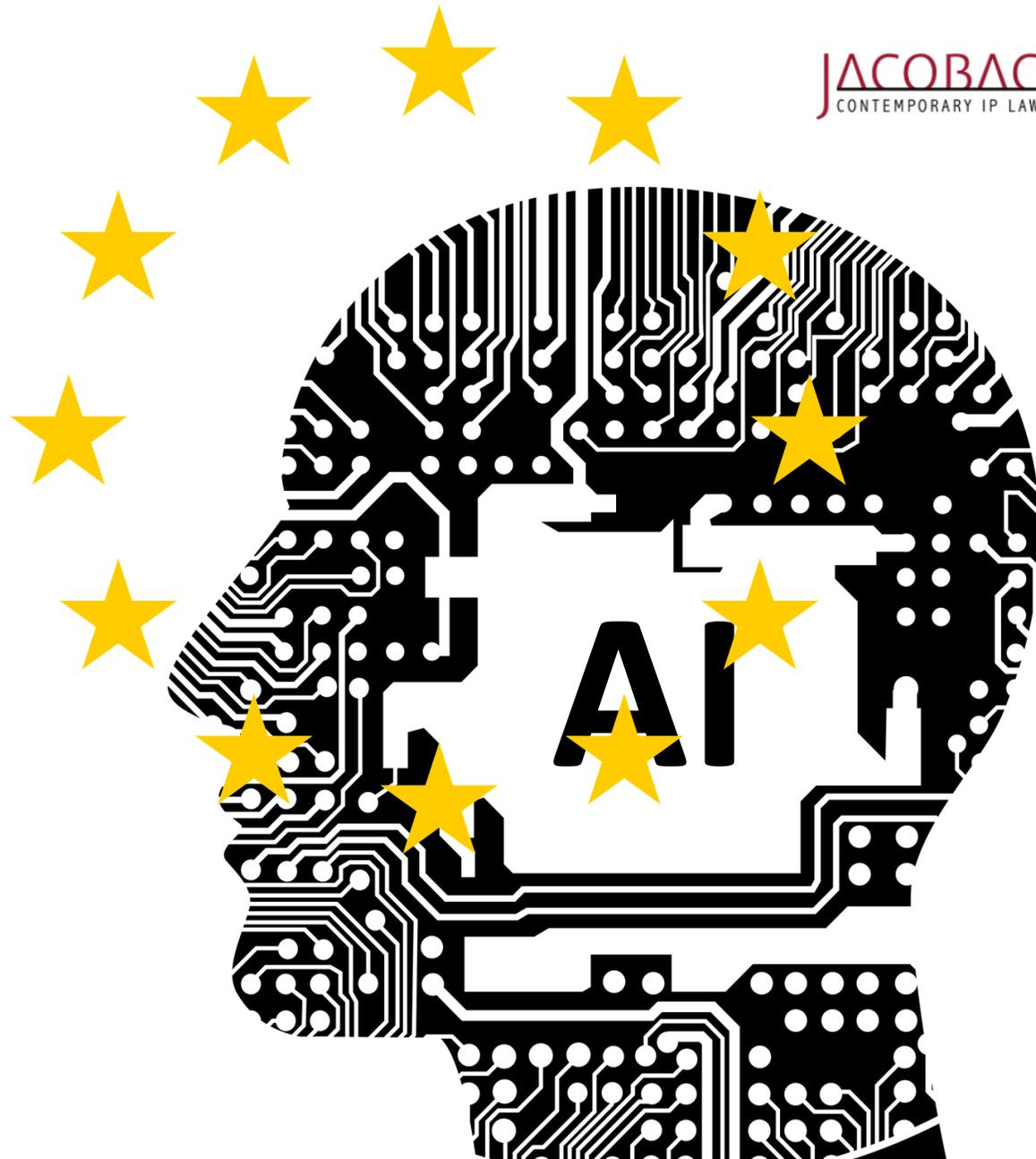


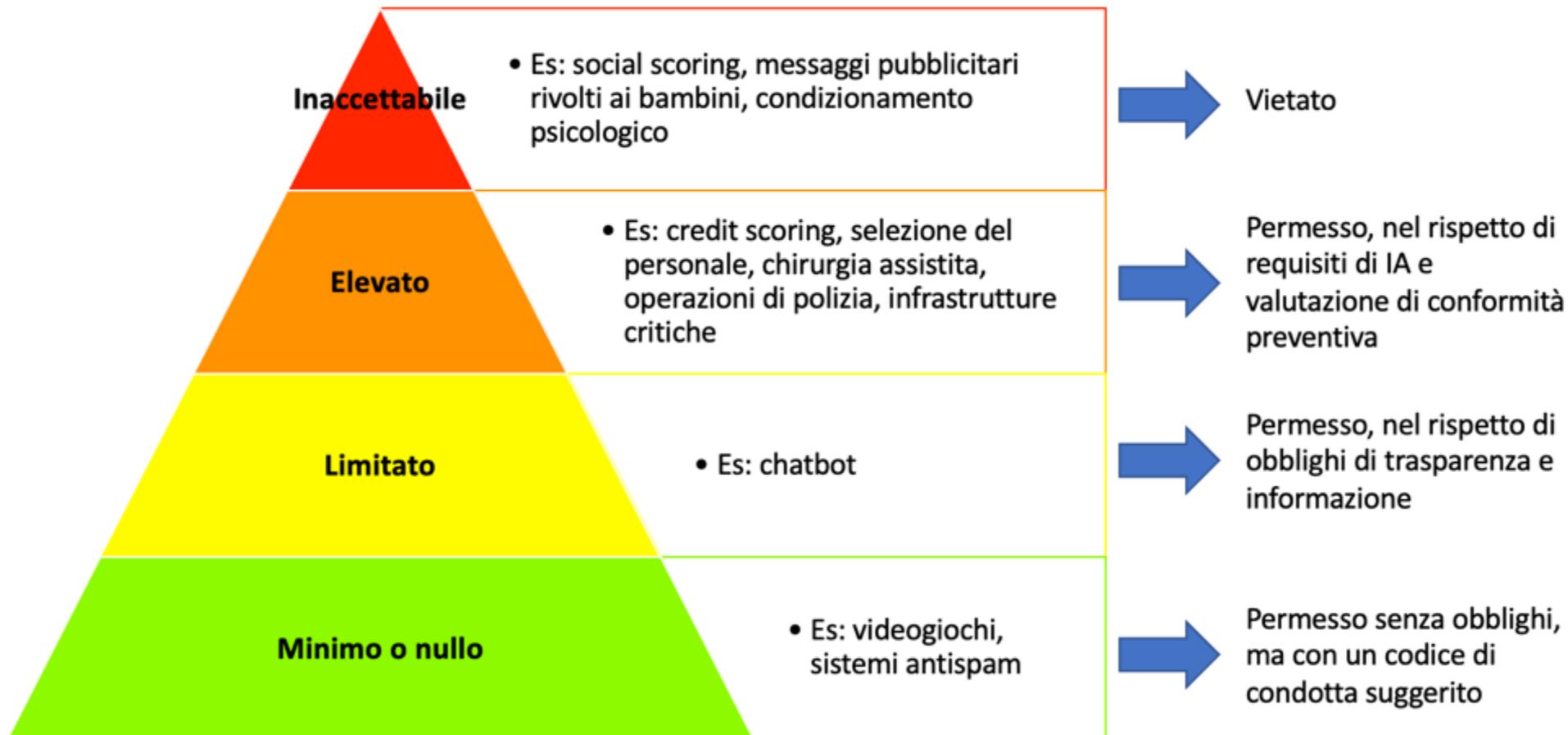
Il mondo del vino è sotto assedio?

- Etichettatura sui danni alla salute
- Programmi televisivi
- Dazi
- Dibattito sui vini dealcolizzati
- Intelligenza artificiale** - opportunità o pericolo per i produttori? Aggiornarsi per non soccombere?
- Importanza dei corpi intermedi e del dialogo fra associazioni - ruolo dell'UGIVI

AI Act - Regolamento UE 2024/1689

- ❑ Prima forma di regolamentazione sistematica dell'intelligenza artificiale a livello internazionale
- ❑ Possibile riferimento per iniziative regolatorie analoghe in altre aree del pianeta (anche se Stati Uniti e Cina hanno approcci differenti)
- ❑ Normativa fondata sulla classificazione dei diversi sistemi di IA in base al profilo di rischio per la collettività e per i consumatori
- ❑ Importanza degli obblighi di trasparenza e dei divieti di pratiche manipolative

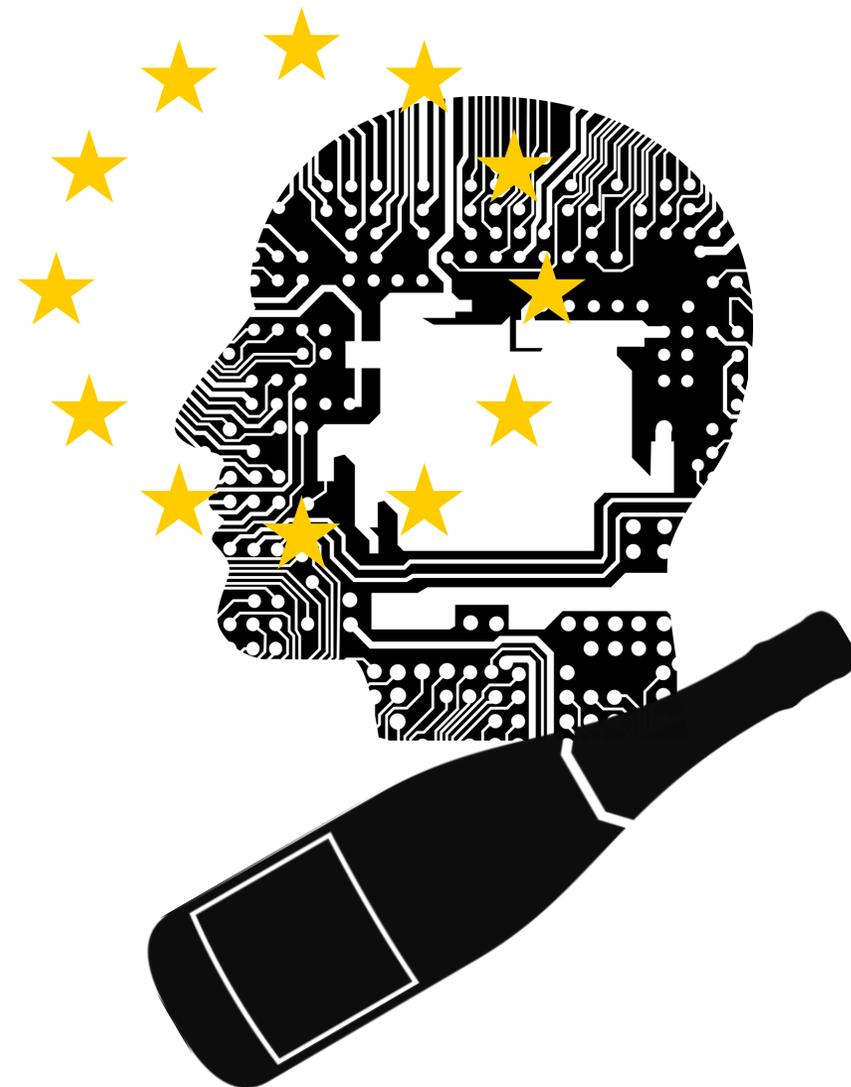




A chi si applica la normativa europea sull'IA?

- ❑ Fornitori dei sistemi di intelligenza artificiale
- ❑ «deployer»: *una persona fisica o giuridica, un'autorità pubblica, un'agenzia o un altro organismo che utilizza un sistema di IA sotto la propria autorità, tranne nel caso in cui il sistema di IA sia utilizzato nel corso di un'attività personale non professionale* - **imprese vitivinicole** che fanno utilizzo nella loro attività professionale di sistemi di IA sono soggette alle norme del Regolamento

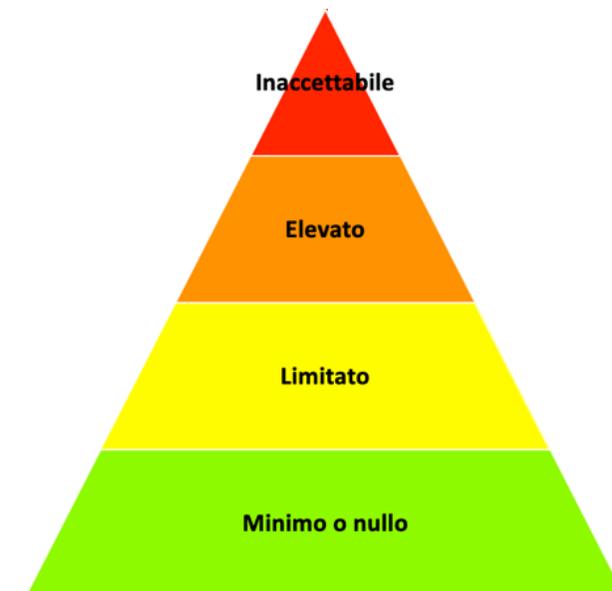
Deve trattarsi di un utilizzo dai chiari risvolti professionali, con potenziali conseguenze per i consumatori



I sistemi di intelligenza artificiale che le imprese vitivinicole potrebbe utilizzare appartengono alla categoria connotata da rischi limitati - problemi legati soprattutto ai possibili profili di ingannevolezza per i consumatori

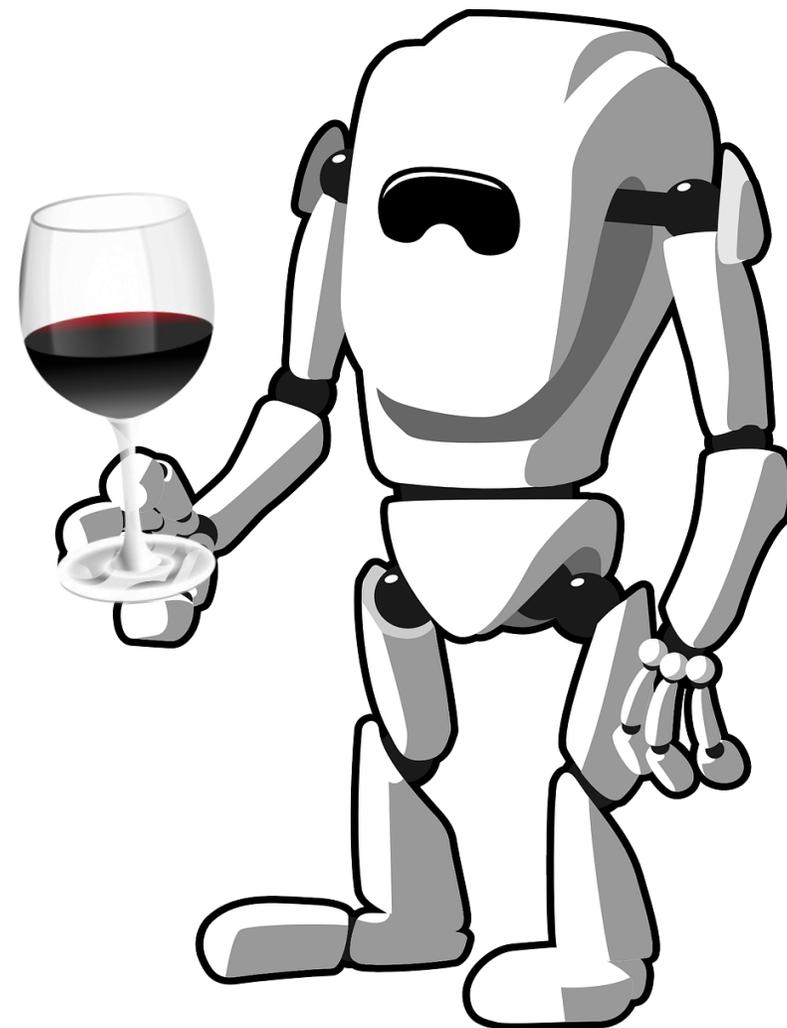
Obblighi del fornitore (e delle stesse imprese, in base al tipo di utilizzo) fondati sul principio di trasparenza (art. 50 AI Act):

- ❑ Obbligo di informare il pubblico che determinati contenuti, testi, immagini, audio ecc. sono stati creati o manipolati con sistemi di intelligenza artificiale generativa (caso del *deep fake*: *un'immagine o un contenuto audio o video generato o manipolato dall'IA che assomiglia a persone, oggetti, luoghi, entità o eventi esistenti e che apparirebbe falsamente autentico o veritiero a una persona*)
- ❑ *I deployer di un sistema di IA che genera o manipola testo pubblicato allo scopo di informare il pubblico su questioni di interesse pubblico rendono noto che il testo è stato generato o manipolato artificialmente (obbligo che viene meno se il contenuto generato dall'IA è stato sottoposto a un processo di revisione umana o di controllo editoriale e una persona fisica o giuridica detiene la responsabilità editoriale della pubblicazione del contenuto)*



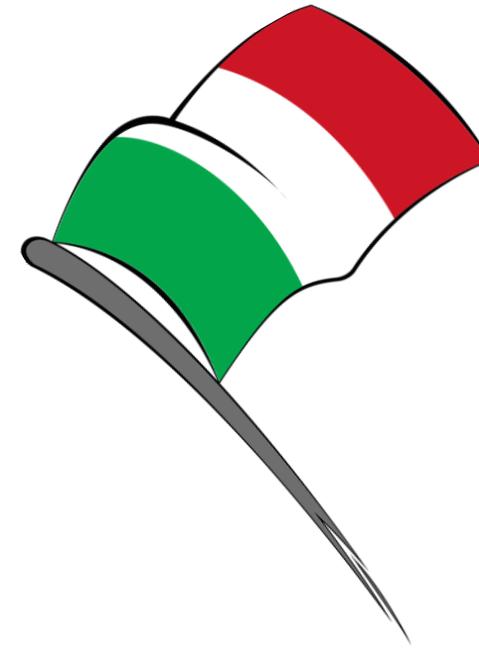
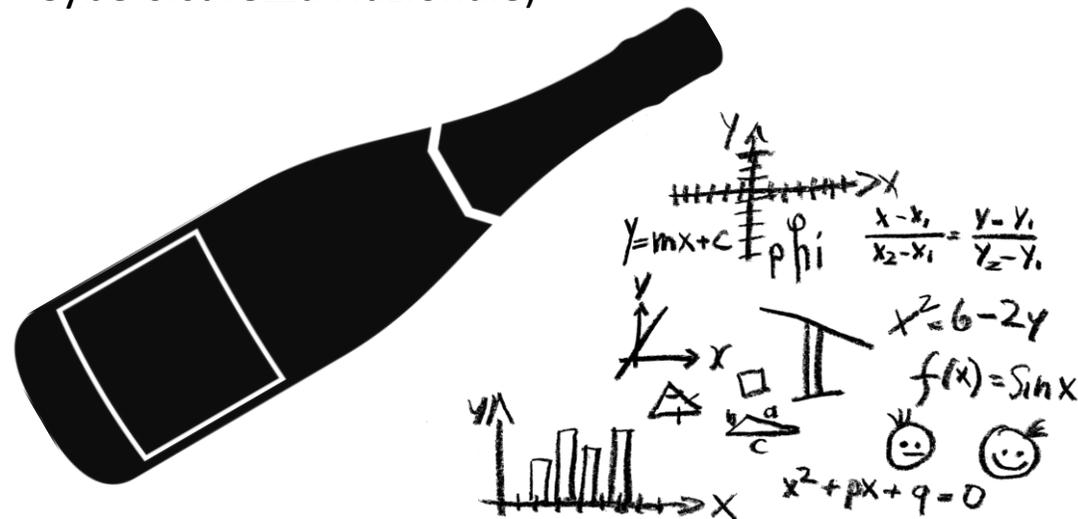
Caso potenzialmente più delicato, legato al riconoscimento delle emozioni. Rischi maggiori per la riservatezza e la tutela dei dati sensibili. Applicazione nel mondo del vino: esperienze sensoriale e degustazioni con l'ausilio di strumenti di intelligenza artificiale

I deployer di un sistema di riconoscimento delle emozioni o di un sistema di categorizzazione biometrica informano le persone fisiche che vi sono esposte in merito al funzionamento del sistema e trattano i dati personali in conformità dei regolamenti (UE) 2016/679 e (UE) 2018/1725 e della direttiva (UE) 2016/680, a seconda dei casi



Disegno di legge approvato dal Senato il 20 marzo 2025, ora in esame alla Camera dei Deputati. La Commissione Europea aveva criticato due aspetti:

- ❑ l'elaborazione di definizioni di intelligenza artificiale potenzialmente in contrasto con la normativa europea (rilievo superato dalle recenti modifiche al ddl)
- ❑ la natura di fatto governativa delle Autorità a cui è affidata la *governance* dell'IA a livello nazionale (Agenzia per l'Italia Digitale e Agenzia per la Cybersicurezza Nazionale)



Art. 25: modifica della Legge sul diritto d'autore (Legge 633/1941) - protezione delle opere dell'ingegno «*anche laddove create con l'ausilio di strumenti di intelligenza artificiale, purché costituenti risultato del lavoro intellettuale dell'autore*». Norma non espressamente prevista dall'AI Act, importanza dei futuri orientamenti della giurisprudenza

Conseguenze per il mondo del vino?



- ❑ I sistemi di intelligenza artificiale possono essere utilizzati per l'ottimizzazione di pratiche enologiche e di cantina, fino alla creazione di tagli, assemblaggi e uvaggi
- ❑ Primo caso di vino «*realizzato*» con l'ausilio di Chat GPT: “The End”, Languedoc Roussillon, di Anthony Aubert e Jean-Charles Mathieu (Aubert & Mathieu)
- ❑ L'IA ha fornito indicazioni su: uve da utilizzare, vinificazione e taglio (Grenache 60% e Syrah 40%), *design* dell'etichetta, marchio e prezzo
- ❑ I produttori si sono discostati sul prezzo, abbassandolo in modo consistente (problema legato alla percezione della qualità da parte dei consumatori)



- ❑ I dati che vengono inseriti in piattaforme o analizzati da sistemi di IA possono costituire segreti industriali/commerciali o altri elementi protetti dalla proprietà intellettuale
- ❑ Possibili problemi legati alla diffusione di dati riservati
- ❑ Formule create con l'ausilio dell'IA (ad esempio percentuali di vitigni nell'assemblaggio e miscele per la *liqueur d'expedition*) possono costituire segreti industriali, con il rischio che siano però parte dell'archivio di informazioni di una piattaforma (problema legato soprattutto a prodotti quali spumanti e *champagne*) - possibili impatti anche sui disciplinari di produzione per adattare le percentuali (specialmente in Italia)

Art. 98 c.p.i. – definizione di segreto industriale

1. Costituiscono oggetto di tutela i segreti commerciali. Per segreti commerciali si intendono le informazioni aziendali e le esperienze tecnico-industriali, comprese quelle commerciali, soggette al legittimo controllo del detentore, ove tali informazioni:

a) siano segrete, nel senso che non siano nel loro insieme o nella precisa configurazione e combinazione dei loro elementi generalmente note o facilmente accessibili agli esperti ed agli operatori del settore;

b) abbiano valore economico in quanto segrete;

c) siano sottoposte, da parte delle persone al cui legittimo controllo sono soggette, a misure da ritenersi ragionevolmente adeguate a mantenerle segrete.



*dalle formule dei vini aromatizzati a particolari
caratteristiche dei metodi di affinamento*



Duplicata dinamica della riservatezza dei dati:

- ❑ Inserimento su una piattaforma di dati riservati (rischio di utilizzo da parte del gestore della piattaforma e diffusione)
- ❑ Utilizzo di formule create con l'intelligenza artificiale generativa (il dato creato resta nell'archivio della piattaforma e può essere fornito ad altri utenti con l'inserimento di *prompt* analoghi)

Non tutte le piattaforme sono uguali. Gli strumenti *open-source* offrono generalmente minori garanzie. È fondamentale analizzare attentamente i termini e le condizioni di utilizzo del sistema ed evitare di comunicare segreti industriali

Aubert & Mathieu

[Grenache Syrah] [2021]
Edition limitée

Ce vin d'exception est le fruit de la collaboration entre Aubert & Mathieu, producteurs de vins de qualité en Languedoc, et ChatGPT, l'un des modèles de langage les plus avancés du monde. Les raisins de syrah et de grenache noir ont été soigneusement sélectionnés pour leur qualité exceptionnelle, puis vinifiés sur le fruit pour préserver leur caractère unique. Ce vin bio est produit en quantités limitées pour garantir sa qualité.

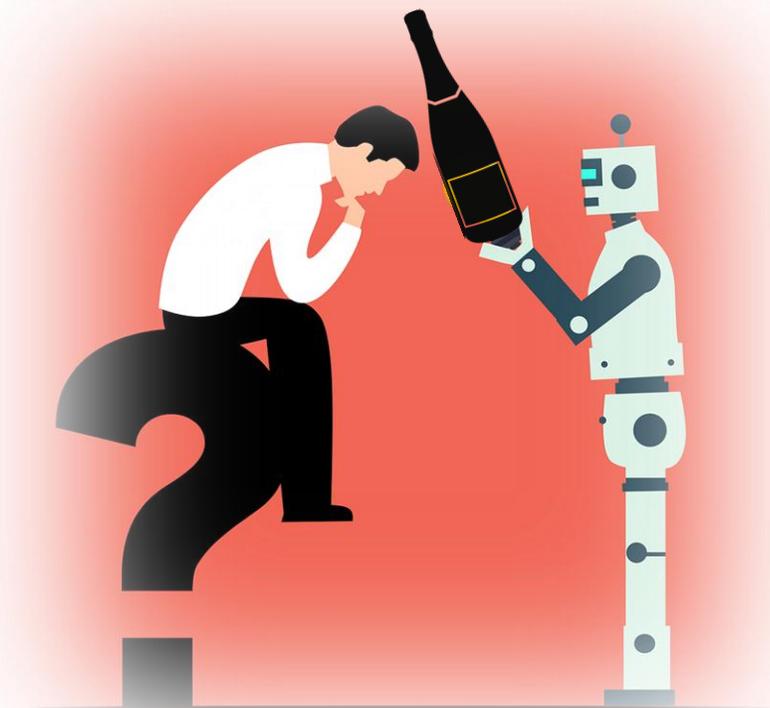
Vin rouge / Red wine - Indication
Géographique Protégée Pays d'Oc -
Produit de France. Mis en bouteille
pour Dropes and Co par EMRQD&L
à FLOCC. Contient des sulfites,
contiens sulphites.



FR-BIO-01
Agriculture France

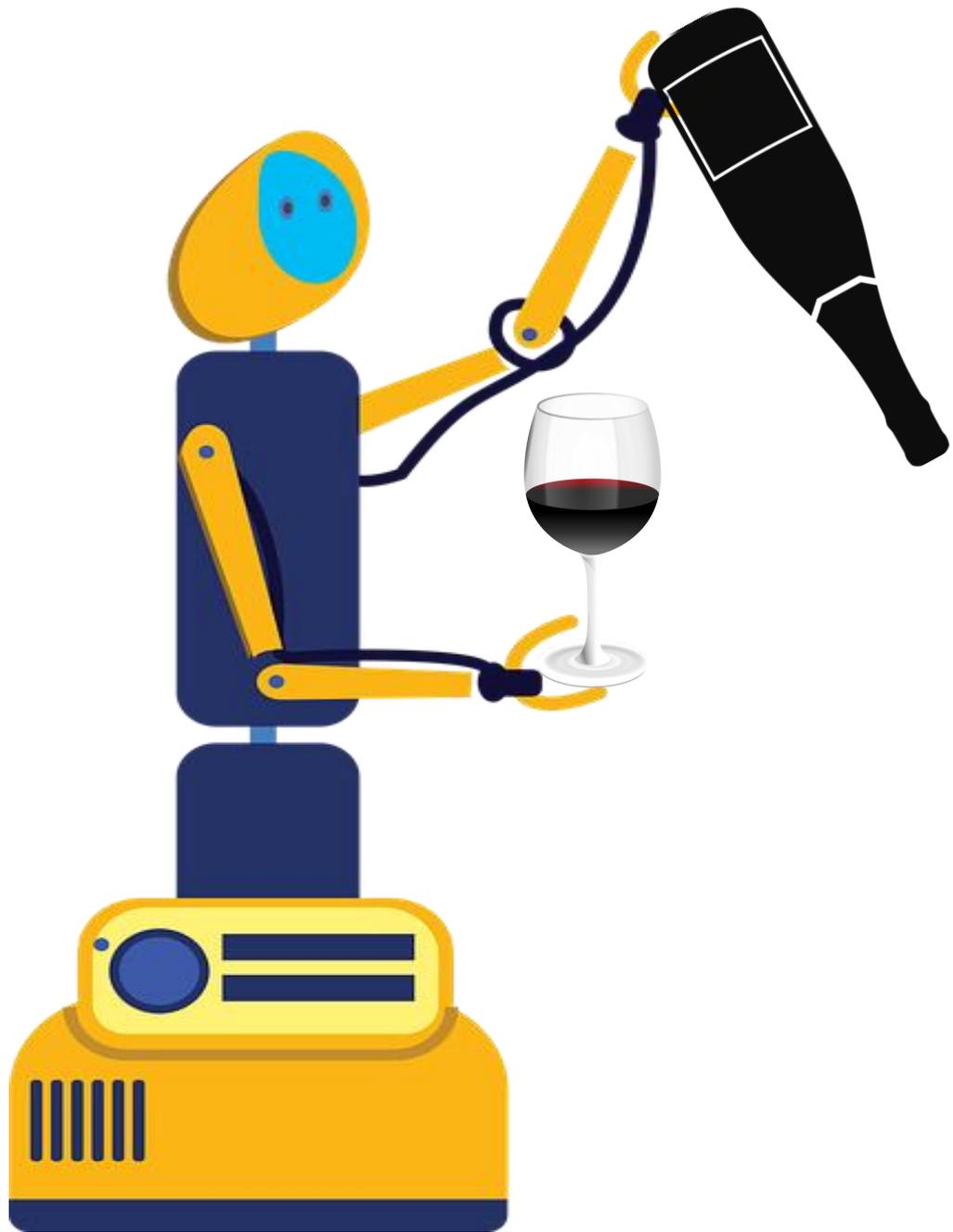
 750 ml - 14% Vol.

- L'utilizzo di sistemi di intelligenza artificiale può costituire uno strumento promozionale e pubblicitario
- Sfruttare il potenziale della tecnologia per dare ai consumatori l'immagine di un'impresoria al passo con i tempi
- Indicare ai consumatori che un certo prodotto o dato è stato creato con un sistema di intelligenza artificiale generativa costituisce, in certi casi, un vero e proprio obbligo di legge, ai sensi dell'AI Act
- Caso studio dell'etichetta del vino "The End", Languedoc Roussillon, di Anthony Aubert e Jean-Charles Mathieu (Aubert & Mathieu) - un prodotto che, di per sé, non avrebbe caratteristiche particolari rispetto al panorama di riferimento acquisisce notorietà per l'uso di Chat GPT



- Attenzione a non sovrastimare l'importanza dell'utilizzo di uno strumento di intelligenza artificiale nella promozione pubblicitaria
- interrogare una *chatbot* per avere un semplice riscontro su un possibile taglio o assemblaggio non significa aver creato un *blend* innovativo con un sistema di intelligenza artificiale generativa
- Evitare casi di *AI washing*
- Una comunicazione sproporzionata espone a rischi di contestazione da parte dell'IAP e dell'AGCM. Sanzioni importanti per la violazione delle norme degli art. 20 e ss. del Codice del Consumo (pratiche commerciali scorrette, inclusa la pubblicità ingannevole)





- ❑ Importanza del tema della responsabilità
- ❑ La correttezza dei contenuti prodotti dall'intelligenza artificiale dipende dalla correttezza dei dati che la tecnologia ha a disposizione
- ❑ L'intelligenza artificiale non è un oracolo e la responsabilità per i prodotti offerti in vendita e per la loro promozione resta sempre in capo agli imprenditori del settore vitivinicolo
- ❑ Possibilità di adottare un'apposita AI policy per le aziende più strutturate e che intendono fare un utilizzo continuativo dell'intelligenza artificiale
- ❑ La sinergia fra consorzi e associazioni come l'UGIVI può rappresentare un supporto importante per le imprese del territorio

Grazie per l'attenzione

svergano@jacobacci-law.com



TURIN
Corso Emilia, 8
+39 011 241 30 87
infotorino@jacobacci-law.com

MILAN
Via Senato, 8
+39 02 76 02 25 13
infomilano@jacobacci-law.com

ROME
Via Leonida Bissolati, 54
+39 06 420 133 32
inforoma@jacobacci-law.com

PARIS
32, rue de l'Arcade
+33 (0)1 79 97 02 00
infoparis@jacobacCci-law.com