



AI: ALL'EVENTO "OLTRE L'AI. LE IMPRESE E LA SFIDA DEL WEB 3.0" DI WEB 3 ALLIANCE MESSE A SISTEMA LE CONOSCENZE SULLE NUOVE TECNOLOGIE ABILITANTI

Andrea De Micheli, presidente di Web3 Alliance, lancia un appello: *"Non possiamo usare sconsideratamente i mezzi messi a disposizione dell'AI generativa, è necessaria una call to action a servizio del bene comune e una governance condivisa dagli attori in gioco, così da adottare linee di condotta etiche che salvaguardino il libero progresso verso soluzioni sempre più tecnologicamente avanzate in ottemperanza alle linee tracciate dall'European Democracy Action Plan"*.

Milano, 21 giugno 2023 - L'evento *Oltre l'AI. Le imprese e la sfida del Web 3.0* è stato l'occasione di mettere a sistema le conoscenze sulle nuove forme di AI per un confronto serrato in merito ai temi più scottanti che ruotano attorno alle tecnologie abilitative: i risvolti etici delle tecnologie abilitanti, il contributo del gaming, il metaverso e il suo futuro, il rapporto AI con editoria e giornalismo, l'applicazione dell'AI all'advertising online, la tutela della proprietà intellettuale nei nuovi scenari, il rispetto della privacy.

La prima tavola rotonda della giornata ha visto intervenire sui nuovi scenari del Web 3.0 **Andrea De Micheli** (Casta Diva Group), presidente di Web3 Alliance e i vicepresidenti **Elena Schiaffino** (Engitel) e **Fabiano Lazzarini** (Jakala).

*"Man mano che la tecnologia diventa sempre più accessibile e sofisticata – ha sottolineato il presidente **Andrea De Micheli** – si rende indispensabile una call to action indirizzata al bene comune creando un insieme condiviso di valori, tattiche e pratiche per utilizzare responsabilmente le tecnologie dell'AI generativa. Occorre coinvolgere le piattaforme online, la società civile, i fact-checker, i player dell'ad tech (operatori che si occupano di tecnologia pubblicitaria), gli esperti di intelligenza artificiale e i leader del settore all'intersezione di informazioni, media e tecnologia per sviluppare, creare e condividere responsabilmente linee di condotta etiche. Questa tipologia di approccio al tema della comunicazione e della veicolazione dei dati, in ottemperanza all'European Democracy Action Plan (Piano D'azione Per La Democrazia Europea) presentato dall'Unione Europea il 3 dicembre 2020. D'altra parte, tale visione non vuole porsi in contrasto con la libertà di progredire e di traguardare sempre nuove soluzioni ma, al tempo stesso, evitando un utilizzo sconsiderato di mezzi che invece vanno concepiti a servizio della persona. Web3 Alliance mette in campo le proprie energie affinché tale scenario diventi sempre più concreto e incidente sul modo di affrontare le sfide che quotidianamente la nostra professione ci mette di fronte"*.

Sulle dimensioni etiche del Web 3.0 e dell'AI è intervenuta, di seguito, **Ivana Bartoletti**, Co-Founder of the Women Leading in AI Network e Visiting Cybersecurity and Privacy Executive Fellow at Pamplin Business School Virginia Tech, che non ha mancato di sottolineare che una gestione corretta dei dati non può prescindere dalla compliance ai diritti legati alla privacy.

Umberto Basso, amministratore delegato di AKQA (Gruppo WPP) agenzia per l'interazione clienti e brand, invece, ha sottolineato come le tecnologie del Web 3.0 stanno impattando nel modo in cui i brand comunicano e si relazionano con i propri stakeholder.



Il dibattito è tornato sul terreno dei risvolti etici dell'uso dell'Intelligenza Artificiale grazie al contributo di Matteo **Oriani** Principal Cloud Consultant – Adobe West EMEA, che ha preso in considerazione nella sua presentazione le pratiche responsabili di AI per i media sintetici ovvero i contenuti audiovisivi spesso generati o modificati dall'AI. In particolare, Oriani ha illustrato il progetto di Content Authenticity Initiative realizzato da Adobe in collaborazione con il New York Times e Twitter, nato con l'obiettivo di combattere la disinformazione e garantire la veridicità dei contenuti digitali.

Nel corso dell'evento non è mancata la presenza delle Istituzioni, rappresentate dal Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri con delega all'informazione e all'editoria Alberto **Barachini**, a capo della struttura che coordina l'attività di comunicazione istituzionale e delle attività volte alla tutela del diritto d'autore. Web 3.0, AI ed editoria sono stati gli argomenti focalizzati da Barachini.

La seconda tavola rotonda della giornata, in continuità con l'intervento del Sottosegretario Barachini, ha voluto approfondire il tema del giornalismo e dell'editoria all'interno di uno scenario in piena trasformazione connesso all'introduzione dell'AI. In particolare, il momento di confronto ha visto l'intervento di Daniele **Manca** vicedirettore del Corriere della Sera, di Fausto **Colombo** Ordinario di Teoria e tecniche dei media dell'Università Cattolica, di Barbara **Bontempi** Chief Digital Office di Piemme e di Michela **Colamussi** director di Transition to Digital and Innovation di Gruppo Monrif. Manca ha affrontato il rapporto tra AI e la professione del giornalista e, parallelamente, la problematica della responsabilità di ogni direttore di testata all'interno delle redazioni che fanno uso di Chat GPT. Colombo ha, invece, approfondito l'area tematica relativa alla possibile manipolazione politica connessa all'utilizzo dell'AI nella comunicazione. Nel dibattito, l'inserimento dell'AI nelle campagne pubblicitarie e le frontiere della competizione tra aziende pubblicitarie che applicano l'AI sono stati i contenuti focalizzati da Barbara Bontempi, mentre Michela Colamussi ha sondato il terreno della percezione da parte dei lettori dell'integrazione di modelli di AI nei giornali e dell'impatto che questa potrebbe avere a livello di distribuzione di copie e abbonamenti digitali. Inoltre, a Colamussi è stato chiesto di esprimersi in merito al rapporto notizie e veridicità, in un contesto in cui i contenuti vengono circolarizzati sempre più velocemente.

Alberto **Sanna**, Director Research Center for Advanced Technology in Health and Well-Being at the Scientific Institute San Raffaele, dopo la tavola rotonda ha fatto il punto sulle tecnologie abilitanti del Web 3.0 in ambito sanitario, verificando se la salute possa essere pioniera nell'innovare e nell'esportare modelli in altri contesti.

Sullo stesso argomento ha portato il proprio contributo Niccolò **Magnani** di Triplesense Reply, che ha voluto mettere sotto la lente le nuove frontiere della creatività nell'advertising online. La testimonianza di Alpitour è stata portata da Alessio **Agricola** Media e Communication Manager, che si è focalizzato sul riposizionamento del brand acquisito Eden Viaggi.

Diversamente, Roberto **Silva Coronel** e Valentina **Usellini**, rispettivamente Ceo e Founder e Senior Business Development manager di Marketing Multimedia (Gruppo MMM), hanno raccontato il caso di Ticket.it, che ha adottato Chat GPT nel customer service, in un'ottica di contenimento dei costi.

Co-founder e Chief Business Officer di BitForFun, azienda leader nell'ingegneria del software, è invece Riccardo **Saracchi**, che si è interrogato sull'evoluzione del "futuro prossimo", chiedendosi se sarà umano o meta-umano.

Sul tema della proprietà intellettuale, di antipirateria, lotta alla contraffazione e tutela del diritto d'autore si è pronunciato Riccardo **Traina Chiarini**, Counsel dello Studio legale Trevisan & Cuonzo, occupandosi di questioni IP con un particolare focus sul diritto delle nuove tecnologie e dei media. Tommaso Jacopo **Ulissi** Head of Strategy, Transformation and Capital Allocation Nexi, ha poi fornito



un'analisi del ruolo delle monete digitali delle banche centrali, in particolare sul mercato europeo, e dei diversi attori coinvolti.

Un ulteriore spunto di riflessione è stato quello proposto da Sara **Noggler** che ha messo a tema Blockchain e passaporto digitale dei prodotti analizzandoli da diverse angolature, a partire da cosa si intende per passaporto digitale, per poi passare agli impatti sull'economia e sui mercati, contestualizzando l'analisi all'interno delle linee guida europee di decarbonizzazione entro il 2050.

Francesco Paolo **Conticello** ha fatto uno speech sulle nuove figure professionali e le politiche di re-skilling connesse all'utilizzo dell'AI nelle campagne pubblicitarie online.

La round table finale ha messo al centro della discussione l'immersività e il metaverso. Ne hanno parlato Lorenzo **Cappannari** ceo di AnotheReality e creatore di metaversi, Gianluca Perrelli, ceo di Buzzoole, Andrea **Gaggioli** ordinario di Psicologia generale della Cattolica e Alessandro **De Grandi** CEO & Founder presso The Nemesis con il coordinamento di Federico **Rampolla**, uno dei pionieri e dei massimi esperti di Internet in Italia e già presidente di IAB (Interactive Advertising Bureau). I relatori si sono misurati con la questione delle dimensioni del mercato del metaverso, se da intendersi come fenomeno di ampia portata o di nicchia. Le strategie di successo dei metaversi non basati sui videogame e l'immersività come elemento differenziante del metaverso sono stati i punti presi in considerazione da De Grandi. Cappannari, invece, ha spiegato cosa significa per le aziende e i brand entrare nel metaverso, con quali strategie, obiettivi e possibili risultati. Parallelamente Perrelli ha affrontato il tema degli influencer digitali e del rapporto dei consumatori con gli agenti sintetici, mentre Gaggioli ha delineato i contorni dell'offerta formativa implementata nel metaverso, dei vantaggi rispetto ai metodi tradizionali di formazione e di come tale practice può incidere su un accesso equo all'istruzione, per esempio relativamente al problema degli alloggi.

Link: <https://w3aforum.it/>

Link al sito di Web3 Alliance:
<https://www.web3alliance.it/>

Web3 Alliance

È il primo consorzio italiano che riunisce i player del web 3.0 e si pone come mediatore culturale che mette a fattor comune le opportunità che si presentano nel nuovo ambiente digitale e, parallelamente, genera consapevolezza in merito ai rischi di uno scenario del tutto inedito. In particolare, Web3 Alliance assicura un canale di scambio di contenuti e best practice tra aziende e Istituzioni e l'universo degli Enablers. L'attività di Web3 Alliance si declina, unitamente ai servizi garantiti alle realtà consorziate finalizzati a dare visibilità e rappresentatività alle medesime, nel supporto alle politiche di recruitment e al superamento del mismatching tra domanda e offerta di profili professionali. Il consorzio mette infine in campo un'attività di scouting di finanziamenti/tecnologie, mentre, sul versante delle attività istituzionali, una parte significativa dell'impegno di Web3 Alliance è rivolto alla supervisione del quadro normativo, attualmente in divenire, del mercato del web 3.0



Marcella Ruggiero marcella.ruggiero@secnewgate.it 335 214241

Mario Cedone mario.cedone@secnewgate.it 339 3702047

Simona La Placa simona.laplaca@secnewgate.it 339 6720700