



TROVA IL TUO ADVISOR



ARTICOLI



VIDEO



PODCAST



INFLUENTIAL BRANDS



ACCEDI



REGISTRATI



INTERNATIONAL / ITALIANO

YOUR

SERVIZIO DEDICATO AGLI INVESTITORI PRIVATI



YOU

SERVIZIO DEDICATO AGLI ADVISORI



COLLEZIONARE LA  
ARTE FRA DUE MILLE

SCARICA LA GUIDA

CHATGPT

ELEZIONI

# ELEZIONI 2024 E AI GENERATIVE: COME TUTELARCI DALLA DISINFORMAZIONE

🕒 MIN



28 Maggio 2024



ALESSANDRO FOTI



CONDIVIDI LA NEWS



L'affermarsi delle intelligenze artificiali (AI) generative ha portato alla creazione di contenuti realistici, suscitando preoccupazioni per la disinformazione e i deep fake. Alla Conferenza di Monaco 2024, è stato firmato un accordo tra 20 multinazionali per contrastare l'uso ingannevole delle IA nelle elezioni. Qual è lo stato di fatto?

## REALTÀ E SIMULAZIONE COME STRADE PARALLELE: L'ASCESA DELLE INTELLIGENZE ARTIFICIALI (AI) GENERATIVE

Il rapido e notevole progresso della capacità delle **intelligenze artificiali (IA) generative** di creare ogni tipo di media, come testi, immagini, audio e

video, in risposta a specifici input (cosiddetti **prompt**) continua a sorprenderci.

In un breve lasso di tempo, le artificial intelligence sono diventate così avanzate da **produrre contenuti virtualmente indistinguibili da quelli reali**, specialmente se sottoposti al primo approccio di immediatezza con il quale spesso ci interfacciamo ai social media.

## L'INFLUENZA DEI DEEP FAKE NELLA SOCIETÀ MODERNA

In modo simile e talvolta anche più incisivo rispetto a quanto accadde con il fenomeno delle cosiddette **fake news** all'inizio dell'era social, questi contenuti possono influenzare e manipolare le opinioni, i comportamenti e le tendenze della società globale.

Si è dunque sviluppato il più temibile fenomeno dei cosiddetti **deep fake**. Come abbiamo visto anche recentemente, le tecnologie consentono ora di creare video del tutto artefatti in cui si possono ad esempio attribuire a soggetti dichiarazioni che in realtà non hanno mai rilasciato. Da qui, emerge la preoccupazione e l'interesse tra **leader politici**, giuristi e legislatori di arginare tale fenomeno, specialmente in un anno record, come il 2024, che vede **circa 2 miliardi di individui in tutto il mondo chiamati alle urne**.

## UN PATTO GLOBALE PER SALVARE LE ELEZIONI

Il tema è stato al centro della sezione dedicata alla tecnologia della **Conferenza di Monaco sulla sicurezza (Munich Security Conference, Msc)**, tenutasi nel febbraio 2024. Questa rappresenta il forum più importante al mondo di dibattito e confronto in materia di sicurezza e politica estera, e ospita ogni anno personalità di spicco nei campi politico, giuridico, militare,

della società civile e tecnologico.

Tra gli esiti più importanti della Msc, vi è un documento dal titolo “*A tech accord to combat deceptive use of AI in 2024 elections*” firmato da **20 tra le più influenti multinazionali** impegnate nel settore delle IT, tra le quali **Amazon, Adobe, Google, Microsoft, Meta, OpenAI e Ibm**. L'accordo è mirato al **contrasto dell'utilizzo delle IA generative** in modi fuorvianti o ingannevoli nei confronti degli elettori attraverso “audio, video e immagini generati dall'IA che falsificano o alterano ingannevolmente l'aspetto, la voce o le azioni di candidati politici, funzionari elettorali e altre figure chiave in un'elezione democratica o che forniscono false informazioni agli elettori su quando, dove e come possono votare legittimamente”.

Le multinazionali parti dell'accordo si propongono quindi, da un lato, di cooperare al fine di **sviluppare tecnologie di rilevamento che consentano di certificare l'autenticità**, la veridicità e la fattura di un contenuto. D'altro lato, sul piano invece della gestione delle proprie piattaforme, le cosiddette **Big tech** si pongono l'obiettivo di utilizzare i suddetti strumenti per segnalare contenuti che favoriscano una disinformazione (per l'appunto i deep fake) e di contrastarne la diffusione.

## I WATERMARK TRA INNOVAZIONE E LIMITAZIONI TECNOLOGICHE

L'obiettivo della Msc è più semplice in teoria che nella pratica poiché, ad oggi, simili tecnologie che posseggano un grado di automazione e certezza sufficiente a occuparsi in modo efficace del problema non esistono. Tuttavia, tra di esse, quelle che appaiono come più promettenti sono i **watermark**, consistenti in un marchio in grado di identificare inequivocabilmente la provenienza del file in oggetto (così che il fruitore finale possa comprendere la sua fonte).

I watermark si possono categorizzare in due principali tipologie: i **watermark “visibili”** e i **watermark “invisibili”**.

I **primi** sono etichette o grafiche che vengono sovrapposte direttamente al contenuto, mentre i **secondi** sono integrati al suo interno in modo da non

poter essere rilevati dall'uomo. Sono esempi di questi ultimi specifiche informazioni inserite nei metadati del file, oppure i watermark impliciti come microscopici pixel aggiunti ad un'immagine, o suoni inaudibili in una traccia audio. È sempre necessario utilizzare specifici software per rilevare i watermark invisibili.

Tali tecnologie, lungi dall'essere mature, richiederebbero tuttavia ulteriori sviluppi e miglioramenti. I watermark, allo stato dell'arte, sono infatti facilmente aggirabili attraverso azioni come un ritaglio o screenshot di un'immagine, o tramite l'utilizzo di software di IA generativa che non aderiscano agli standard tecnici in materia, come quello proposto dall'**Adobe coalition for content provenance and authenticity (C2PA)**.

Il gruppo, del quale fanno parte diverse tra le più importanti aziende nel settore IT, impone agli sviluppatori di software di IA generativa di integrare un riferimento all'interno dei metadati del file, riconoscibile in automatico dalle piattaforme sulle quali tale file circolerà successivamente. Tuttavia, la partecipazione al C2PA non è obbligatoria e, di conseguenza, si stanno diffondendo numerosi **software open source di IA generativa non soggetti a tali vincoli**. Ne consegue che chi ha interesse a diffondere un video falso su internet non dovrebbe fare altro che non aderire agli standard (non obbligatori) menzionati.

## **WATERMARK CONTRO LA DISINFORMAZIONE: L'APPROCCIO DI META SULLA AI**

La buona notizia però risiede nella volontà che sembra esserci nei principali player del mercato di auto-regolamentarsi e agire in una virtuosa ottica di compliance.

Nel tentativo di fare delle proprie piattaforme i precursori su questi temi, la nota multinazionale **Meta** ha adottato delle **prime linee guida già nel febbraio 2024**.

Esse prevedevano che ogni contenuto manipolato per mezzo di un'IA generativa sarebbe stato rimosso. Meta stessa si è però resa conto di come

fosse probabilmente opportuno adottare un approccio meno “strict” e proporzionato che riconosca come “l’IA generativa sta diventando uno strumento mainstream per l’espressione creativa”.

Da qui, la **revisione delle linee guida (nell’aprile 2024)** in cui Meta informa che **a essere cancellati saranno solo i contenuti che violano le condizioni d’uso delle piattaforme** o, comunque, quelli ritenuti più pericolosi per gli utenti. Le nuove linee guida segnalano dunque l’intenzione dell’azienda statunitense, **a partire dal maggio 2024, di includere nelle sue piattaforme** (Instagram, Facebook e Threads) **dei watermark in grado di segnalare** agli utenti contenuti prodotti per mezzo di IA generative.

I contenuti da etichettarsi saranno individuati e segnalati automaticamente dalla piattaforma qualora il software di IA generativa che li ha prodotti aderisca a standard tecnici riconosciuti come quello di Adobe C2PA. In caso contrario, Meta specifica che sarà richiesto agli utenti dei propri social di **auto-segnalare** detti contenuti.

## LA CORSA ALLA REGOLAMENTAZIONE DELLE AI GENERATIVE: NORMATIVE A CONFRONTO

Premesso tutto quanto sopra, è indubbio che vi sia una crescente consapevolezza della necessità di regolamentare e monitorare l’uso delle IA generative. Sono in effetti state implementate svariate normative su questa materia in diverse parti del mondo.

L’approccio più deciso sembra provenire dalla **Cina**, la quale, sin dall’agosto 2023, ha imposto per legge a chiunque programmi e metta a disposizione del pubblico un software di IA generativa di inserire, da un lato, **un’etichetta che indichi la provenienza del contenuto e, dall’altro, metadati e watermark “impliciti”**.

Con minore tempestività, anche il **presidente degli Stati Uniti Joe Biden**

ha recentemente (ottobre 2023) **firmato un executive order sull'IA** che richiede all'amministrazione di sviluppare meccanismi efficaci di etichettatura e di provenienza dei contenuti. Vi sono, peraltro, richieste rivolte al Congresso affinché approvi una legislazione sui contenuti generati dall'IA nel 2024 per garantire che le norme sui meccanismi di watermarking siano applicate.

Anche l'**Unione europea** è intervenuta sul punto con il celebre **AI Act**. La citata normativa, all'Articolo 50, richiede ai fornitori di sistemi di IA generativa di assicurarsi che il file creato contenga un marchio rilevabile da un software apposito che ne segnali la provenienza. Inoltre, agli utilizzatori dei software è imposto di segnalare se il contenuto che stanno diffondendo o utilizzando sia un deepfake.

Infine, persino l'Organizzazione delle Nazioni Unite (**Onu**) si è espressa sul tema, con una risoluzione dell'Assemblea Generale – non vincolante – adottata nel marzo 2024 e supportata da più di 120 Stati, che incoraggia lo sviluppo di tecnologie efficaci, affidabili e accessibili per distinguere materiale generato dall'IA da quello umano. Su un piano più generale, la risoluzione, prima in materia da parte dell'Onu, si pone come obiettivo la creazione di sistemi di IA sicuri e affidabili che possano efficacemente accompagnare lo sviluppo sostenibile globale.

## OLTRE L'INGANNO: LE TUTELE NECESSARIE

In conclusione, l'avvento della Generative AI sta ridefinendo radicalmente il panorama della produzione e del consumo di contenuti digitali.

Strumenti come **ChatGpt**, **Dall-E** e altri stanno consentendo agli utenti di generare una vasta gamma di contenuti, dall'immagine al testo, in modo sempre più realistico. Tuttavia, questa rapida evoluzione porta con sé delle **sfide cruciali**. La confusione tra contenuti generati dall'IA e quelli creati da esseri umani solleva preoccupazioni significative riguardo alla diffusione di disinformazione, nonché circa i temi della privacy e della proprietà intellettuale.

La **necessità di trasparenza** nel distinguere i contenuti “sintetici” generati dall’IA da quelli umani sta emergendo come un problema centrale:

**policymaker** e addetti del settore devono affrontare la sfida di identificare soluzioni innovative per garantire che gli utenti possano discernere quanto gli si prospetta dinnanzi (ad esempio video sui social), in un contesto dove le risorse tecnologiche non sono ancora giunte a una piena maturità.

Per questa ragione, sarà **cruciale muoversi in direzione di un utilizzo etico dell’AI**: mentre abbracciamo l’innovazione, non dobbiamo dimenticare l’importanza di preservare l’integrità e la fiducia nell’ambiente digitale.

Attraverso l’adozione di **approcci trasparenti**, sistemi di accountability e strumenti di protezione come il watermarking, possiamo guidare l’AI verso un futuro in cui la creatività possa prosperare senza compromettere l’onestà e l’autenticità dei contenuti.

*(Articolo scritto in collaborazione con Federico Aluigi e Jacopo Piemonte, studio legale De Berti Jacchia Franchini Forlani)*

---

## **IN VISTA DELLE ELEZIONI USA, VUOI SAPERE COME PUOI CAMBIARE IL TUO PORTAFOGLIO IN MODO DA NON AVERE UN IMPATTO A SORPRESA?**

**Compila il form ed entra in contatto gratuitamente e**  
senza impegno con l’advisor giusto per te grazie a  
YourAdvisor.

**Descrizione esigenza\***

**E-mail\***

**Nome\***

**Cognome\***

**Numero di telefono\***

**Città\***

**Quando vuoi essere contattato?\***

- Lunedì-Venerdì
- Sabato-Domenica
- Qualunque giorno della settimana

**In quali orari?\***

- Mattina
- Pomeriggio
- Fuori dall'orario di lavoro

**Preferisci essere contattato tramite\***

- WhatsApp
- Telefono
- Email

**Invia**

## ARTICOLI CORRELATI



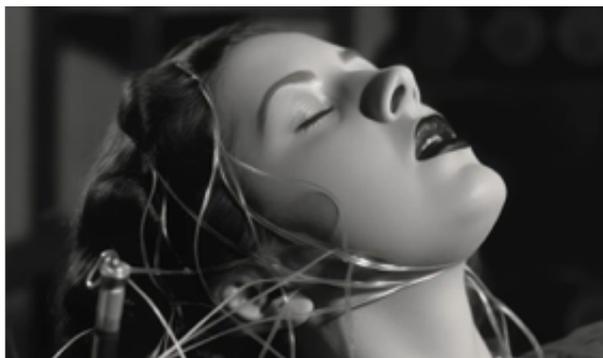
■ NOTIZIE

### AI: LA "SPADA DI DAMOCLE" DEI DEEPPFAKE SULLE PROSSIME ELEZIONI



ALESSANDRO FOTI

La regolamentazione dell'intelligenza artificiale (AI), con focus sulle linee guida emanate da OpenAI in vista delle ele...



■ NOTIZIE

### IA: ADESSO ESISTE UN REGOLAMENTO PER LE IMMAGINI



ALESSANDRO MONTINARI

Lo scorso marzo il Parlamento Ue ha approvato un regolamento organico sull'intelligenza artificiale. L'AI Act impatta an...

■ [CONSULENTI](#)  [FAMILY OFFICE](#)  [INTELLIGENZA ARTIFICIALE](#)

# PIANIFICAZIONE PATRIMONIALE: COSÌ IL CLIENTE TORNA AL CENTRO CON L'AI

🕒 3 MIN



09 Maggio 2024



REDAZIONE WE WEALTH

CONDIVIDI LA NEWS



**Il cambiamento delle preferenze degli investitori e l'evoluzione dei modelli di consulenza, sempre più "di portafoglio" e meno focalizzata sui singoli prodotti, sono i due fattori che guidano la trasformazione del wealth. Qui il ruolo della tecnologia è cruciale**

- Per rafforzare il vincolo di fiducia tra cliente e consulente, il professionista non deve più focalizzarsi sul prodotto: è il cliente a raccontare i suoi bisogni. Il paradigma della consulenza va rovesciato
- Sulla base del patrimonio finanziario, immobiliare e delle partecipazioni, il consulente può simulare scelte strategiche in funzione degli obiettivi che il cliente e la sua famiglia si pongono
- Con l'aiuto dell'AI, il consulente ottiene dei suggerimenti per l'utilizzo di determinati prodotti e servizi; la banca offre così al cliente prodotti e servizi che davvero soddisfano i bisogni del cliente in quello specifico momento

L'innovazione tecnologica – anche attraverso l'intelligenza artificiale – ha interessato nell'immediato tutta l'attività di backoffice dell'industria finanziaria in senso più ampio. C'è chi, come gli hedge fund, ha iniziato a utilizzarla in maniera massiva per fare previsioni sui mercati finanziari. Chi invece, come le banche, ha fatto leva sul machine learning (o apprendimento automatico,

ndr) per ridurre i costi. Quando si parla di wealth management, invece, almeno finora, l'utilizzo dell'AI si è limitato alla comprensione delle attitudini di consumo del cliente finale finalizzata alla vendita del prodotto o del servizio. Ma esiste una piattaforma che intende rovesciare questo paradigma. A raccontarlo a *We Wealth* è Renzo Moretti, ceo di Earnext, **strumento di wealth planning nato per supportare professionisti e consulenti che svolgono attività di family office nelle diverse forme**, utilizzando proprio l'**intelligenza artificiale**.

“La relazione tra cliente e consulente, nell'attuale contesto storico, necessita di un'evoluzione”, spiega Moretti. “Oggi i clienti sono culturalmente preparati, anche dal punto di vista finanziario. Anche perché, nell'era dell'informazione, hanno tante fonti a cui attingere e sono costantemente sollecitati. Di conseguenza, sono in grado di capire se i professionisti con cui interagiscono sono orientati unicamente alla vendita o se sono realmente interessati a comprendere i loro obiettivi e necessità”. Molti consulenti, continua Moretti, desiderano liberarsi delle “pressioni” commerciali pur mantenendo il vincolo di mandato laddove operino per un intermediario, ma faticano a farlo; **a dover cambiare**, oltre alla loro attitudine, dovrebbe essere infatti anche il **modello di business della struttura per cui lavorano**. “Lo storytelling deve evolversi. Per rafforzare il vincolo di fiducia tra cliente e consulente, il professionista non deve più raccontare in maniera autoreferenziale il prodotto al cliente, ma **deve essere il cliente a raccontare i suoi bisogni**. Bisogni che il consulente dovrà essere in grado di interpretare. La nostra piattaforma intende agevolare culturalmente questo rovesciamento”, dichiara l'amministratore delegato.

## COME FUNZIONA LA PIATTAFORMA (IN PRATICA)

Ma come funziona, in pratica? Una volta che il consulente accede alla piattaforma, registrandosi, può inserire il codice fiscale del cliente e scaricare automaticamente le sue attività immobiliari e le sue partecipazioni di società private. Ottenuta l'autorizzazione del cliente, la piattaforma può poi collegarsi alle maggiori banche in Italia e all'estero e caricare in tempo reale tutti i

flussi e le operazioni di investimento effettuate. “Il professionista **può affinare le informazioni e invitare il cliente a raggiungerlo sulla piattaforma**, così da **settare insieme gli obiettivi**. In questo modo, diventa anche una piattaforma culturale, sia per condividere la propria situazione patrimoniale in ogni momento sia per prendere decisioni informate e coerenti con gli obiettivi”, racconta Moretti. “Sulla base della data wealth del cliente – quindi del patrimonio finanziario, immobiliare e delle partecipazioni – il consulente può **simulare** infatti **delle scelte strategiche relative agli investimenti finanziari, immobiliari, delle partecipazioni e dei beni di lusso**. Scelte che possono a loro volta addestrare i nostri algoritmi di machine learning”, spiega il ceo. In altre parole, l’intelligenza artificiale viene utilizzata in maniera evoluta per comprendere le metodologie che i professionisti utilizzano per soddisfare i bisogni dei loro clienti e affinarle. “La piattaforma Earnext – che può essere utilizzata anche in maniera totalmente manuale – cerca di rovesciare il paradigma della consulenza: non più mettere il prodotto al centro, ma il cliente al centro. Capire i suoi bisogni e, in funzione degli obiettivi, proporre il prodotto o il servizio giusto”, dice il ceo.

## INFORMAZIONI IN TEMPO REALE SULLA SALUTE DEL PATRIMONIO

In questo modo si aiuta da una parte il professionista, che con l’intelligenza artificiale ottiene dei suggerimenti nell’utilizzo di determinati prodotti e servizi, e dall’altra parte la banca, che offre così al cliente prodotti e servizi che davvero soddisfano i suoi bisogni in quello specifico momento.

“Professionista e cliente, in maniera immediata, hanno accesso a informazioni in tempo reale sulla salute del patrimonio”, continua Moretti: possono esplorare gli investimenti esistenti presso i diversi intermediari, monitorandone l’andamento e il rischio, in modo da pianificare specifiche scelte di investimento; navigare il portafoglio delle proprietà immobiliari, la loro ubicazione, lo stato attuale, i costi collegati e le eventuali rendite, oltre che eventuali posizioni debitorie collegate; visionare le performance delle singole partecipazioni; e infine tenere conto del valore e dei costi connessi ai beni di lusso, dalle macchine ai gioielli fino alle opere d’arte. “I nostri **clienti**

sono principalmente **family office**, ma stiamo operando anche con alcune delle **big four** che hanno iniziato a svolgere questo servizio di wealth planning per i family office (singoli o multipli) e quindi anche per le **banche**”, conclude il ceo. “Intendiamo sviluppare ulteriormente il segmento delle **fiduciarie**, estendere il servizio anche agli studi professionali che seguono clientela affluent e ampliare la copertura geografica, magari insieme a una delle big four”.

*Articolo tratto dal n° di aprile di We Wealth.*

*Abbonati subito [qui](#) per leggere ogni mese il tuo Magazine in formato cartaceo o digitale*

---

## **FAI RENDERE DI PIÙ LA TUA LIQUIDITÀ E IL TUO PATRIMONIO. UN’OPPORTUNITÀ UNICA E UTILE TI ASPETTA GRATUITAMENTE.**

**Compila il form ed entra in contatto gratuitamente e**  
senza impegno con l’advisor giusto per te grazie a  
YourAdvisor.

**Descrizione esigenza\***

**E-mail\***

**Nome\***

**Cognome\***

**Numero di telefono\***

**Città\***

**Quando vuoi essere contattato?\***

- Lunedì-Venerdì
- Sabato-Domenica
- Qualunque giorno della settimana

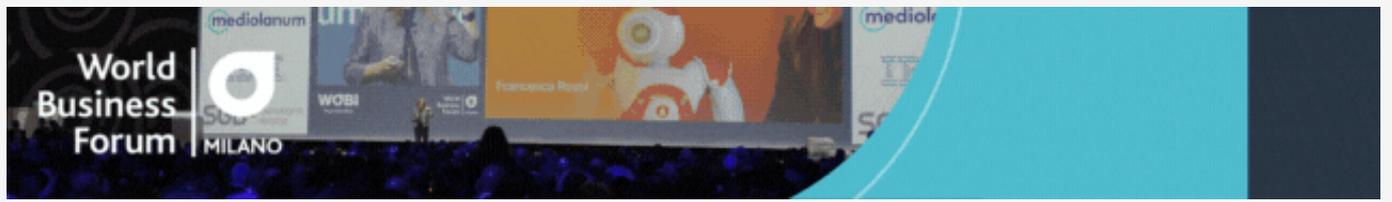
**In quali orari?\***

- Mattina
- Pomeriggio
- Fuori dall'orario di lavoro

**Preferisci essere contattato tramite\***

- WhatsApp
- Telefono
- Email

**Invia**



**ISCRIVITI ALLA  
NEWSLETTER DAILY,  
l'appuntamento  
giornaliero con  
notizie e  
approfondimenti  
sulla gestione del  
tuo patrimonio**



YOUR EMAIL

**INVIA**



BY SUBSCRIBING TO THE NEWSLETTER I  
ACCEPT [TERMS&CONDITIONS](#)\*

THIS SITE IS PROTECTED BY RECAPTCHA AND THE  
GOOGLE [PRIVACY POLICY](#) AND [TERMS OF SERVICE](#) APPLY.

## WE WEALTH

L'editore di riferimento  
nel mondo della  
gestione patrimoniale

[Chi siamo](#)

[Contatti](#)

[FAQ](#)

## IL MONDO DI WE WEALTH

[News](#)

[Voices](#)

[Podcasts](#)

[Cerca un  
consulente](#)

[Scopri i  
Talents](#)

[Scopri i Brands](#)

## CATEGORIE

[Investimenti](#)

[Consulenza  
Patrimoniale](#)

[Filantropia](#)

[SRI-Impact  
investing](#)

[Pleasure  
Assets](#)

[Fintech](#)

[Aziende &  
Protagonisti](#)

[Agorà](#)

## DIRETTA STREAMING

[Weekly Bell](#)

[Chiedilo ai  
Talents](#)

[Wealth Done!](#)

## CUSTOMER INFO

[Abbonati al  
mensile](#)

[Privacy  
investitori](#)

[Privacy  
professionisti](#)

[T&C investitori](#)

[T&C  
professionisti](#)

[Cookie Policy](#)

PARTNERS



SEGUICI SUI  
SOCIAL



© 2024 VOICES OF WEALTH S.R.L. VIA AURELIO SAFFI, 34 20134 - MILANO P.I. 10136740965 CAP. SOCIALE: EURO  
47.810,00 I.V.Z

WE WEALTH È UNA TESTATA REGISTRATA PRESSO IL TRIBUNALE DI MILANO AL N. 110 DEL 09 APRILE 2018