

Intelligenza artificiale, una “svolta epocale”?

Questa innovativa tecnologia è sempre più pervasiva tra le aziende italiane. E ora anche l'Ue l'ha regolamentata. Ma qual è lo stato dell'arte nel food and beverage? I risultati del sondaggio condotto da Alimentando tra gli operatori del settore.

Di Elisa Tonussi

Sistemi di intelligenza artificiale sono già nelle case di molti (avete presente Alexa?). E numerosi settori produttivi già li sfruttano: basti pensare che, secondo l'Osservatorio Artificial Intelligence 2024 del Politecnico di Milano, il 61% delle grandi imprese italiane ha all'attivo, almeno a livello di sperimentazione, un progetto di intelligenza artificiale. Inoltre, secondo il primo rapporto annuale, redatto dall'osservatorio permanente dedicato al tema, per le aziende italiane intervistate, l'adozione di sistemi di IA è una “svolta epocale”, dai risvolti “mediamente positivi”, ma che potrà avere anche ricadute “sgreadevoli”.

Spinta dall'avvento dell'IA generativa - ChatGpt, per intenderci - l'adozione di questa tecnologia, o meglio, di questa “famiglia di tecnologie”, come si legge nell'AI Act su cui proponiamo in queste pagine un approfondimento, ha subito nel 2023 una vera impennata. Ma che cos'è l'intelligenza artificiale? Il Parlamento europeo la definisce come “l'abilità di una macchina di mostrare capacità umane quali il ragionamento, l'apprendimento, la pianificazione e la creatività”. E sembra che molti non possano più farne a meno.

I risultati dello studio dell'osservatorio permanente sull'IA, in effetti, sono interessanti. Emerge infatti che oltre la metà del campione ha già iniziato ad adottare soluzioni di IA all'interno della propria azienda in quanto si ritiene che la tecnologia porterà alcuni benefici strategici: l'aumento dell'efficienza operativa, la riduzione dei tempi di esecuzione delle attività, maggiore capacità di comprensione delle dinamiche del mercato e dunque maggiore competitività, per citarne alcuni. Emergono, però, difficoltà. Alcune aziende, ad esempio, hanno menzionato criticità nell'integrare l'IA nelle proprie operazioni, nella formazione del personale e nella mancanza di esperienza interna (con la conseguente necessità di assumere personale qualificato).

Nessuna tra le aziende intervistate, comunque, ritiene che l'impatto dell'IA non sarà significativo e potrà essere solo negativo. Anzi, per l'82% degli intervistati, l'intelligenza artificiale aumenterà la competitività globale all'interno delle aziende con innovazione ed efficienza. Motivo per cui, secondo lo studio, le attività avviate non resteranno isolate. Le principali aree di attenzione riguardano il miglioramento della relazione con il cliente, l'amministrazione, la sicurezza informatica e la manutenzione predittiva, ma anche ricerca e sviluppo, risorse umane e supply chain.

Lo studio, però, mette in evidenza alcune criticità: mancano consapevolezza, così come delle best practice da seguire. Infatti, se il 43% del campione intervistato ha dichiarato di avere identificato successi tangibili legati all'IA, il 28% ha individuato casi isolati, mentre il 29% non ha trovato esempi da seguire. Le imprese, inoltre, temono che, con la diffusione dell'IA, possano esplodere anche le fake news, con il rischio di ricadute negative sulla reputazione aziendale, sulla credibilità e le relazioni con gli stakeholder.

Ma qual è lo stato dell'arte nel settore food and beverage? Lo abbiamo chiesto direttamente alle aziende che operano nel settore della produzione alimentare e delle tecnologie per l'industria alimentare con un sondaggio anonimo realizzato tra il 25 giugno e il 2 luglio scorsi.

LA NORMATIVA EUROPEA IN MATERIA DI IA

L'Unione europea ha studiato un pacchetto, che prevede tre diversi interventi normativi: è la prima regolamentazione in materia di intelligenza artificiale omnicomprensiva e internazionale. Sono tre gli interventi previsti: l'AI Act, la PlD Proposal (proposta di direttiva sulla responsabilità per danno da prodotti difettosi) e la AId Proposal (proposta di direttiva relativa all'adeguamento delle norme in materia di responsabilità civile extracontrattuale all'intelligenza artificiale). Lo scorso 21 maggio, dopo il via libera del Parlamento europeo, anche il Consiglio dell'Unione europea ha approvato la legge sull'intelligenza artificiale. Entrato in vigore lo scorso giugno (20 giorni dopo la pubblicazione in Gazzetta Ufficiale), inizierà a essere applicato solo una volta trascorsi 24 mesi, salvo alcune eccezioni. Ecco alcune infografiche per comprendere al meglio di che cosa si tratta e quali sono i principali aspetti normativi.

Perché l'AI Act?

Secondo un'indagine Ipsos sulla diffusione delle tecnologie basate sull'intelligenza artificiale tra le imprese europee la responsabilità risulta essere il principale ostacolo esterno per il 43% delle aziende intenzionate ad adottarla e il 32% avverte l'esigenza di nuove leggi e regolamenti.

Quale approccio normativo?

L'AI Act si fonda su un approccio basato sul rischio. Sono quattro le categorie di rischio individuate:

- **INACCETTABILE** - L'uso di sistemi di IA per il riconoscimento delle emozioni, l'adozione di tecniche manipolative, il social scoring e il riconoscimento biometrico sono proibite
- **ELEVATO** - La categoria include tutte le attività legate a: istruzione, sanità, processi di reclutamento HR, credit scoring, identificazione biometrica, gestione della migrazione, amministrazione della giustizia e processi democratici. In questi contesti l'uso di sistemi di IA è consentito solo se in conformità con i requisiti IA e previa valutazione di conformità ex ante.
- **LIMITATO** - Si tratta di chatbot, deep fake e contenuti generati da IA. L'utilizzo di simili sistemi di IA è consentito ma soggetto a obblighi di informazione e trasparenza.
- **MINIMO** - E' il livello di rischio dei sistemi più comuni di IA, come i filtri spam o i sistemi di raccomandazione. Il loro utilizzo è consentito senza restrizioni.



Quali sanzioni sono previste?

In caso di violazione dell'AI Act, sono previste sanzioni pecuniarie con multe:

- fino a 35 milioni di euro o 7% del fatturato mondiale annuo per l'esercizio sociale precedente per lo svolgimento di attività a rischio inaccettabile e dunque proibite
- fino a 15 milioni di euro o 3% del fatturato mondiale annuo per l'esercizio sociale precedente per lo svolgimento di attività a rischio elevato o limitato in modo non conforme al regolamento

Che cos'è l'intelligenza artificiale?

La definizione contenuta nell'AI Act è molto ampia ed è ricalcata e somigliante a quella formulata dall'Ocse (che però non si applica in maniera normativa). Così recita il testo della legge:

“L'IA consiste in una famiglia di tecnologie in rapida evoluzione che contribuisce al conseguimento di un'ampia gamma di benefici a livello economico, ambientale e sociale nell'intero spettro delle attività industriali e sociali. L'uso dell'IA, garantendo un miglioramento delle previsioni, l'ottimizzazione delle operazioni e dell'assegnazione delle risorse e la personalizzazione delle soluzioni digitali disponibili per i singoli e le organizzazioni, può fornire vantaggi competitivi fondamentali alle imprese e condurre a risultati vantaggiosi sul piano sociale e ambientale”.

Quali attività preparatorie?

In base all'AI Act, ciascuna società dovrebbe svolgere alcune attività preparatorie:

- Eseguire una mappatura dei propri sistemi di intelligenza artificiale
- Classificare i propri sistemi in base al loro livello di rischio
- Individuare quali obblighi deve rispettare
- Valutare la propria conformità all'AI Act
- Condurre azioni di monitoraggio



IL SONDAGGIO

Che cosa pensano gli operatori del food and beverage italiano dell'intelligenza artificiale?

L'intelligenza artificiale nel settore food and beverage, secondo le nostre rilevazioni, non ha ancora spopolato. Tuttavia la gran parte degli operatori ne vede le potenzialità. D'altra parte, chi ha già incluso questa tecnologia nei processi aziendali reputa l'impatto 'positivo' se non 'molto positivo'. Sui potenziali rischi e sulle regole da adottare nell'uso dell'IA, tuttavia, c'è poca chiarezza. Questo è in breve sintesi quanto è emerso dal sondaggio, realizzato dalla nostra testata, che ha coinvolto 27 player da tutta Italia attivi nei principali comparti del food and beverage e delle tecnologie. Ma vediamo in maggiore dettaglio i risultati dell'indagine.

Delle aziende interpellate solo il 22,2% ha dichiarato di aver implementato sistemi di IA nei processi interni. Alcuni (il 50%) ne fanno un uso collaudato da oltre tre anni, il restante 50%, invece, l'ha adottata solo negli ultimi mesi. I principali ambiti di utilizzo sono risultati essere: la produzione, il controllo qualità, il marketing e la comunicazione, le risorse umane e la sicurezza informatica. Quanto colpisce è che, laddove sia stata introdotta, il suo impatto sui processi aziendali è risultato essere 'positivo' o 'molto positivo' principalmente per una ragione: velocità e ottimizza le operazioni. Nonostante l'approccio entusiastico alla tecnologia, solo il 50% delle aziende ha affermato che sta valutando di estendere l'uso della IA ad altri ambiti.

Tra le realtà che hanno già adottato si-

stemi di intelligenza artificiale, il 33,3% ha deciso di assumere o formare una persona specializzata nella gestione di simili sistemi. Dato che si riflette nella preparazione del personale al corretto utilizzo e ai rischi correlati all'IA: solo il 33,3% ha dichiarato di esserne informato, mentre la restante parte non lo è.

Proprio la disinformazione risulta essere una delle principali ragioni per cui ben il 77,8% delle aziende interpellate ha scelto di non introdurre l'IA nei propri processi: molti non ne conoscono le reali opportunità o non possiedono le competenze per sfruttarla. L'81% degli intervistati, comunque, ritiene che possa certamente giovare ai processi aziendali, semplificandoli o accelerandoli. Nessuno, però, ritiene che la sua introduzione possa avere un impatto negativo. Gli ambiti che gli intervistati ritengono potrebbero giovare maggiormente dall'introduzione di sistemi di intelligenza artificiale sono: la produzione, il marketing e la comunicazione, le vendite e l'ufficio acquisti.

Abbiamo interpellato gli operatori del settore alimentare anche in merito all'entrata in vigore dell'AI Act, la nuova normativa europea che regola l'uso dell'intelligenza artificiale: solo il 33,3% ha risposto di conoscerla.

ALLA PAGINA SEGUENTE
I GRAFICI RIASSUNTIVI
DEI RISULTATI DEL SONDAGGIO



Intero o Affettato, il Prosciutto Gallina è Dolce e Profumato

Prosciutto di Parma DOP senza Antibiotici dalla Nascita, Filiera Benessere Animale. Da oltre 65 anni stagioniamo a 720 mt sul livello del mare con passione e dedizione Prosciutti di Parma DOP. Qualche novità di prodotto sempre disponibile!

GALLINA MARIO SPA
Strada Massese, 300
43028, Lagrime di Tizzano Val Parma (PR)
Tel. 0521.866938
E-mail: info@gallinamariospa.it
www.gallinamariospa.com
gallina.mario.spa