



**UNIONCAMERE
VENETO**
Delegazione di Bruxelles

3. Intelligenza artificiale: operative le nuove regole europee sulla trasparenza

Dal 2 agosto 2026 sono applicabili nell'Unione europea i nuovi obblighi di trasparenza previsti dall'AI Act. Le disposizioni intendono permettere alle persone di riconoscere quando stanno interagendo con un sistema di intelligenza artificiale o quando si trovano di fronte a contenuti generati o manipolati artificialmente. L'obiettivo è ridurre i rischi di inganno e manipolazione, tutelando al tempo stesso la fiducia degli utenti e l'integrità dell'informazione.

Una prima categoria di obblighi riguarda i sistemi progettati per interagire direttamente con le persone. Chi fornisce chatbot, assistenti virtuali, agenti conversazionali o avatar basati sull'IA deve assicurarsi che gli utenti siano informati in modo chiaro del fatto che stanno comunicando con un sistema artificiale, a meno che ciò non risulti già evidente dalle circostanze. La regola interessa quindi numerosi servizi impiegati dalle imprese, dall'assistenza clienti alle piattaforme di vendita, fino agli strumenti utilizzati nella comunicazione e nei servizi digitali.

Specifici requisiti si applicano inoltre ai sistemi che producono o modificano immagini, audio, video e testi. I fornitori devono fare in modo che tali contenuti siano contrassegnati in un formato leggibile dalle macchine, così da consentirne l'identificazione come prodotti o manipolati dall'IA. Le marcature devono essere efficaci, interoperabili, affidabili e sufficientemente robuste, tenendo conto delle caratteristiche tecniche e dei diversi tipi di contenuto.

Anche chi utilizza professionalmente questi sistemi è soggetto a obblighi precisi. I deepfake, ossia contenuti audio, video o immagini che riproducono in modo artificiale persone, oggetti, luoghi o avvenimenti reali, devono essere chiaramente segnalati come generati o manipolati dall'IA. Un obbligo analogo riguarda i testi prodotti artificialmente e pubblicati per informare il pubblico su questioni di interesse generale. Quest'ultimo non si applica quando il contenuto è stato sottoposto a revisione umana o controllo editoriale e una persona fisica o giuridica assume la responsabilità della pubblicazione.

Ulteriori disposizioni riguardano i sistemi di riconoscimento delle emozioni e di categorizzazione biometrica: le persone esposte al loro utilizzo devono esserne informate. Per le imprese, l'adeguamento richiede quindi di verificare non soltanto le caratteristiche degli strumenti sviluppati

internamente, ma anche le modalità con cui vengono utilizzate soluzioni fornite da terzi. Sarà importante riesaminare chatbot, campagne di comunicazione, contenuti audiovisivi, procedure editoriali e sistemi impiegati nella gestione del personale o nell'interazione con i clienti.

Per accompagnare l'applicazione delle regole, la Commissione europea ha pubblicato specifici orientamenti e un codice volontario di buone pratiche sulla trasparenza dei contenuti generati dall'IA. Il codice distingue le misure destinate ai fornitori da quelle rivolte agli utilizzatori professionali e propone soluzioni concrete per la marcatura e l'etichettatura. Le imprese sono quindi chiamate a definire procedure interne, chiarire le responsabilità, formare il personale e conservare informazioni sull'origine e sulla revisione dei contenuti. La trasparenza diventa così non soltanto un obbligo normativo, ma anche un elemento centrale per costruire un rapporto di fiducia con clienti, lavoratori e cittadini.

F.B 27/08/2026

Fonte e LINK al testo originale:

Fonte: Commissione europea

Link: commission.europa.eu/news-and-media/news/safer-and-more-transparent-ai-2026-08-02_en

IMMAGINE

