

Data: 19.10.2026 Pag.: 36
 Size: 230 cm2 AVE: € 11040.00
 Tiratura: 14757
 Diffusione: 13472
 Lettori: 80000



IA, ANTITRUST CONTRO LE ALLUCINAZIONI

Negli ultimi mesi l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) è intervenuta in più occasioni, a tutela dei consumatori, nei confronti di diversi fornitori di sistemi di intelligenza artificiale (IA) con l'obiettivo di porre rimedio all'accertata carenza informativa in merito ai rischi delle cd. "allucinazioni", ovvero quel fenomeno - associato ai modelli di machine learning in grado di comprendere e generare testo in linguaggio umano sulla base dell'analisi di enormi set di dati (i cd. Large Language Models) - consistente nella generazione di informazioni inesatte, fuorvianti, inventate, incomplete o non originali a fronte di un dato input (le cd. query) inserito da un utente nella chatbox del sistema IA.

I procedimenti avviati dall'AGCM sulla base dei norme del Codice del Consumo che vietano le pratiche commerciali scorrette (procedimenti PS12942 del 16 dicembre 2025, PS12968 del 17 febbraio 2026, PS 12973 del 21 aprile 2026 e PS13123 del 21 maggio 2026) si fondano, in particolare, sull'assunto che l'informazione circa l'effettiva possibilità di incorrere in "allucinazioni" appare essenziale affinché il consumatore sia in grado di compiere in modo consapevole la scelta di ricorrere, per i propri scopi, a sistemi di Intelligenza artificiale ovvero di utilizzare i modelli di Intelligenza artificiale di un dato fornitore anziché di quelli offerti da altri competitors, scelte che altrimenti sarebbero operate nella erronea convinzione di poter fare pieno affidamento sull'attendibilità e correttezza dei risultati generati dal sistema IA.

Tra i procedimenti instaurati dall'AGCM, quelli che si sono già conclusi hanno generalmente comportato, tramite l'accettazione degli impegni correttivi proposti dai fornitori di servizi di IA, l'obbligo per questi ultimi di prevedere l'inserimento, oltre a un iperlink alle condizioni generali di servizio nella pagina di primo accesso al servizio (sign-in), di un banner informativo permanentemente in lingua italiana al di sotto della chatbox per l'input dei prompt (cioè la finestra di dialogo) visibile agli utenti in maniera costante durante l'utilizzo del servizio, che contengano un messaggio chiaro ed esplicito circa il rischio della produzione di risultati inesatti, fuorvianti, inventati o incompleti nella generazione dei contenuti di IA.

Grazie all'operato dell'AGCM gli utenti dei servizi di intelligenza artificiale offerti dalle imprese che sono state coinvolte nei procedimenti istruttori per pratiche commerciali scorrette sono, dunque, ora avvisati in maniera non equivocabile del fatto che fare affidamento sui risultati generati dai loro sistemi IA comporta l'assunzione di un rischio, ovvero la possibile inattendibilità dei risultati. Attesa la tendenza degli utenti a interrogare i sistemi di IA, gratuiti o a pagamento, anche su temi particolarmente sensibili e critici, quali ad esempio questioni mediche o legali, tali nuovi obblighi informativi a carico dei fornitori di servizi IA appaiono dunque particolarmente importanti nella tutela del consumatore.

**Nicola Pisani,
 BSVA Studio Legale
 Associato**