

**GIO 12 GIU**

**12:00 - 13:00**

**ONLINE**

**WEBINAR**

**Intelligenza Artificiale  
e Digital a portata di PMI**

**Diritto d'autore e Prompt Design**



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
DI TORINO



**EXPAND**  
EXTENDED Piedmont  
and Aosta valley Network  
for Digitalization

EUROPEAN  
DIGITAL  
INNOVATION  
HUB

**DigitalDays**

Diritto d'autore e prompt design

# Agenda

1. L'AI per la creatività e la comunicazione: le opportunità
2. AI e diritto d'autore
3. Caso di studio: immagini con l'AI generativa per il mondo beauty



# L'AI per la creatività e la comunicazione

**Matteo Fogli**

**Manager Digital Innovation, Orbyta**



# AI nella comunicazione e customer experience



## Creatività e strategia

- Assesment
- Esplorazione
- Valutazione alternative
- Generazione massiva di alternative



## Scrittura

- Completamento
- Esplorazione idee
- Cambio tono / audience
- Riscrittura e stile



## Multimedia

- Esplorazione stili / Moodboard
- Generazione massiva tagli e declinazioni uso (mercati/target/...)

# AI generativa: i principi



## Data set

- Nessun controllo su fonti e diritti
- Bias implicito non governabile
- Base di lavoro > 5,85mld di immagini



## Addestramento

- Fine tuning controllato e gestito
- Bias sterilizzabile
- Predizioni maggiormente controllabili



## Prompting

- Controllo di seeding, goal e feedback cycle
- Gestione preventiva copyright e proprietà intellettuale





generate an image: a person holding a pen in left hand and a ball in right hand



Here is the generated image of a person holding a pen in their left hand and a ball in their right hand. Let me know if you need any modifications!

generate an image: a person holding a pen in left hand and a ball in right hand



TIP: Ask Gemini to refine images

With image generation in Gemini, your imagination is the limit. If what you see doesn't quite match what you had in mind, try adding more details to the prompt. The more specific you are, the better Gemini can create images that reflect your vision.

Sure, here you go:



OPENAI

## OpenAI loses its voice

The company hasn't been the same since Sam Altman's return — and its treatment of Scarlett Johansson should worry everyone



**Casey Newton**

May 20, 2024 — 11 min read

Subscribe



Scarlett Johansson on The Today Show last November. (Nathan Casagator / Getty Images)

# OpenAI didn't copy Scarlett Johansson's voice for ChatGPT, records show

A different actress was hired to provide the voice for ChatGPT's "Sky," according to documents and recordings shared with the Washington Post.

Updated May 23, 2024 **More than 1 year ago**

5 min 872



## Most read Technology >



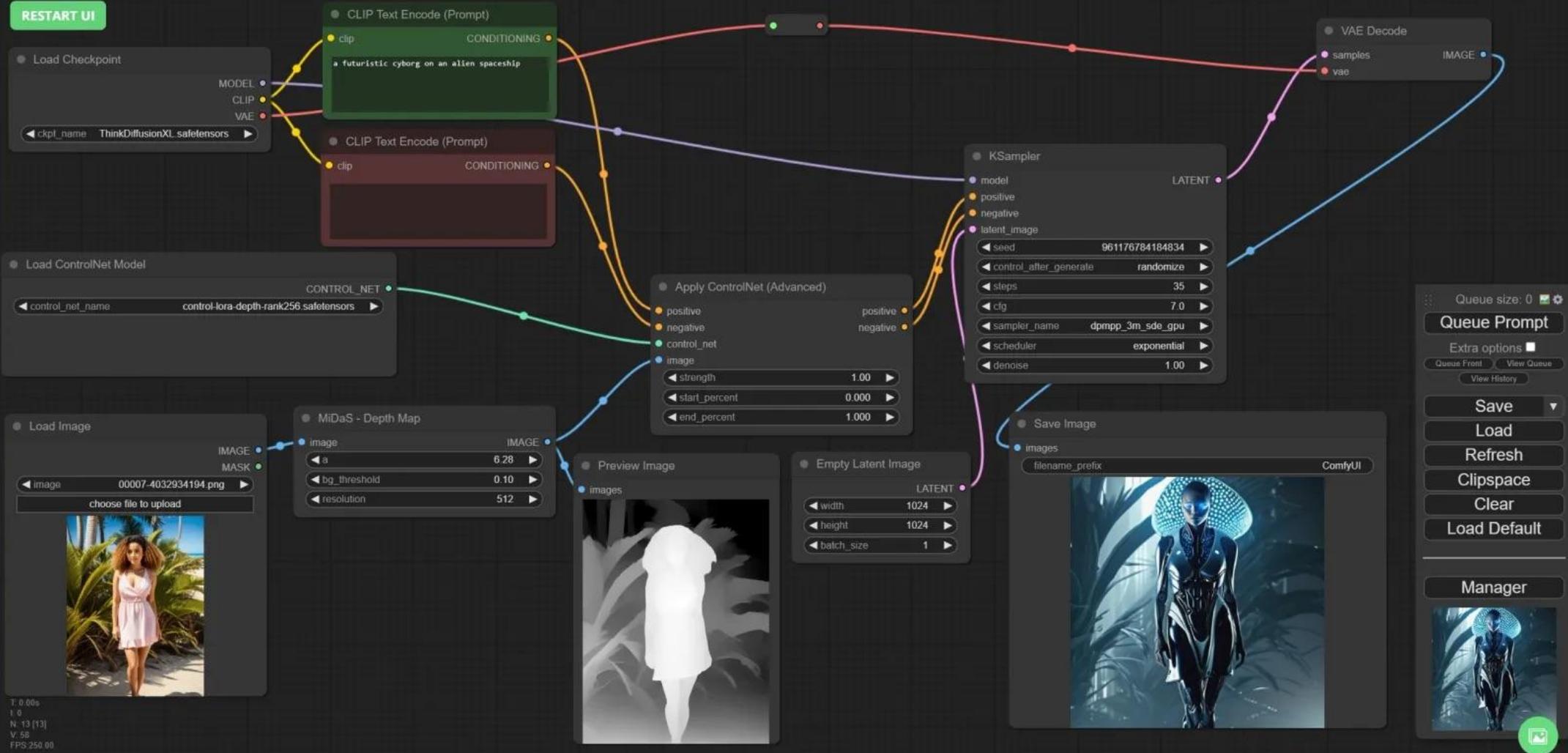
- 1 'Come and get me': Gavin Newsom has entered the meme war
- 2 Inside the digital hunt for a child sex



# WALTER WHITE SAY MY NAME



RESTART UI



T: 0.00s  
I: 0  
N: 13 [13]  
V: 58  
FPS: 250.00

Queue size: 0

Queue Prompt

Extra options:

Queue Front View Queue

View History

Save

Load

Refresh

ClipSpace

Clear

Load Default

Manager



# Prompting

- Esplorare prima di restringere il campo
- Considerare TOS degli strumenti utilizzati, valutare le immagini e i bias impliciti
- Valutare criticamente i trend
- Usare LLM (Claude, Gemini, ChatGPT, ...) per valutare i prompt rispetto a bias o tutela della proprietà intellettuale
- Usare LLM per affinare e sviluppare il prompt



# AI e diritto d'autore

**Daniela Cutaia**

**CEO e founder di Orbyta Tax&Legal**



# Perché parliamo sempre più spesso di Prompt design e di diritto d'autore?



Le normative sul **diritto d'autore** non sono state pensate per l'IA



Le società hanno necessità di **tutelare i propri prompt** e le opere che ne derivano, perchè hanno un valore strategico



Quali possono essere **le soluzioni** per tutelare questo nuovo strumento?

# Il prompt come atto creativo

## Caso *Spring Breeze Brings Tenderness*

Beijing Internet Court

Le immagini generate dall'IA appartengono a **chi ha effettuato le scelte creative** che hanno portato direttamente alla loro creazione.



# Interpretazione dell'US Copyright Office

## Caso *Zarya of the dawn*

Le immagini create da Midjourney sono il risultato di un processo meccanico e non creativo, per questo non possono essere considerate opere soggette al diritto d'autore.



# Interpretazione della Corte di Cassazione

## Caso *The Scient Of The Night*

Ordinanza, 16 gennaio 2023 n. 1107

Se l'artista ha saputo dirigere, istruire, correggere e utilizzare consapevolmente l'IA, quest'attività è considerata parte integrante dell'opera meritevole di tutela legale.



# L'uso delle opere protette da copyright nell'addestramento dei sistemi di IA

USA

## SEZ. 107 COPYRIGHT ACT

UE

## DIRETTIVA COPYRIGHT (2019/790)

FAIR USE

per scopi come critica, commento, cronaca, insegnamento, studio o ricerca

Gli sviluppatori che vogliono usare dati protetti da copyright per addestrare un sistema di IA devono dimostrare tre cose:

- di aver ottenuto un accesso legittimo al database;
- di aver controllato che i titolari non abbiano vietato l'uso di queste opere per il TDM;
- di aver conservato le opere solo per il tempo necessario per svolgere il mining.



# La dottrina del fair use in America

## Caso Stability AI vs. Getty Images

Secondo il CEO di Getty Images, Stability AI avrebbe utilizzato per l'addestramento oltre 12 milioni di immagini senza il consenso dell'agenzia.

Stability AI sostiene che l'addestramento su dati liberamente disponibili online rientri nel "fair use" e richiedere il pagamento agli artisti per l'addestramento "ucciderebbe l'innovazione", svantaggiando le aziende americane rispetto ai rivali in paesi con leggi meno severe.



# Caso di studio

**Federico Manzetti, Marco Bubbio**

**Immagini con l'AI generativa per il mondo beauty**

Caso di studio: Vitality's

# Vitality's

## CHI È VITALITY'S

Vitality's è un brand professionale italiano dedicato alla **bellezza** e al **benessere dei capelli**, con un'offerta completa di soluzioni per colorazione, trattamenti e styling. Da sempre sinonimo di **qualità, ricerca e innovazione**, Vitality's si rivolge a parrucchieri e saloni che desiderano offrire risultati visibili nel pieno rispetto della fibra capillare, grazie a **formulazioni tecniche avanzate e performanti**.



Caso di studio: Vitality's

## LA STORIA DEL BRAND

Vitality's nasce dalla trentennale esperienza dei laboratori Farmen negli anni 90, con una prima linea di semplici gel e saponi per mani. Grazie all'**efficacia delle sue formule** e all'espansione nel territorio delle colorazioni per capelli e dell'acconciatura, nel giro di pochi anni, da un focus sull'Italia, è passato ad essere diffuso in **80 paesi del mondo**, con show, seminari e formazioni annuali, ormai appuntamenti fissi nel panorama della bellezza.



Caso di studio: Vitality's

## IL MERCATO

Il mercato di Vitality's è di tipo **prettamente professionale**, ed è quindi indirizzato direttamente al parrucchiere. Si tratta quindi di un pubblico estremamente motivato dal **risultato e dalla completezza delle linee offerte**, obiettivi che ci prefiggiamo di soddisfare con test in salone e consulenze dirette di acconciatori e tecnici, che riportano le esigenze e **bisogni dei professionisti sul campo e dei trend di mercato**.



Caso di studio: Vitality's

# I valori del brand

## QUALITÀ

I laboratori forniscono un valore aggiunto unico data dalla loro esperienza e perseveranza nel **ricercare sempre le formule migliori** e più delicate per la persona

## BELLEZZA

In un mondo in rapido cambiamento Vitality's cerca sempre di mostrare il concetto pulito di bellezza, non solo nelle modelle ma anche nelle **scelte grafiche e comunicative**

## SOSTENIBILITÀ A 360°

**Ambiente e persone** sono al centro degli sforzi del brand, per puntare ad un futuro più verde, ma anche ad una **società più sostenibile**



Come abbiamo applicato l'AI all'interno  
della nostra strategia di comunicazione?





Sito Web

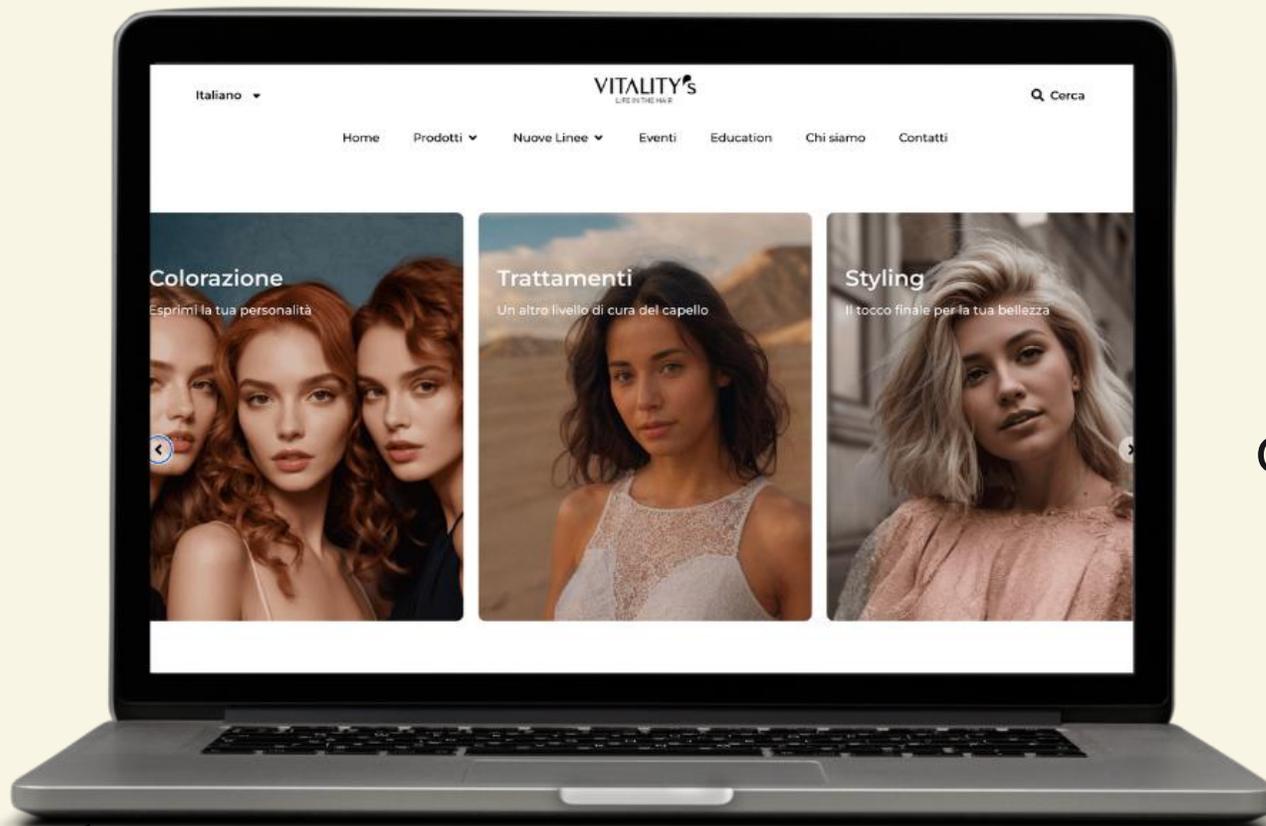
VITALITY'S

 **ORBYTA**  
tech





Sito Web



**4 immagini generate.** Una per ogni categoria che rappresenti il risultato in relazione alla categoria di prodotti.





Sito Web

**33 famiglie di prodotti.** Per ogni famiglia abbiamo realizzato un'immagine che potesse descrivere o raccontare la filosofia di quella linea.



ICE9  
EXTREME BLOWD

Weh0



ZE  
RO  
COLOUR

FOR MAN  
hair, beard & body



Sito Web

**Immagini riempitive.** Tutte quelle immagini che servono per rendere immersiva l'esperienza dell'utente all'interno del sito





AI utilizzata come post  
inerente al nostro  
settore?



Non funziona perché  
essendo all'interno del settore  
della bellezza il percepito del  
nostro utente medio non è di  
innovazione ma di **qualcosa**  
di poco autentico.





## Copy



## Script per video social

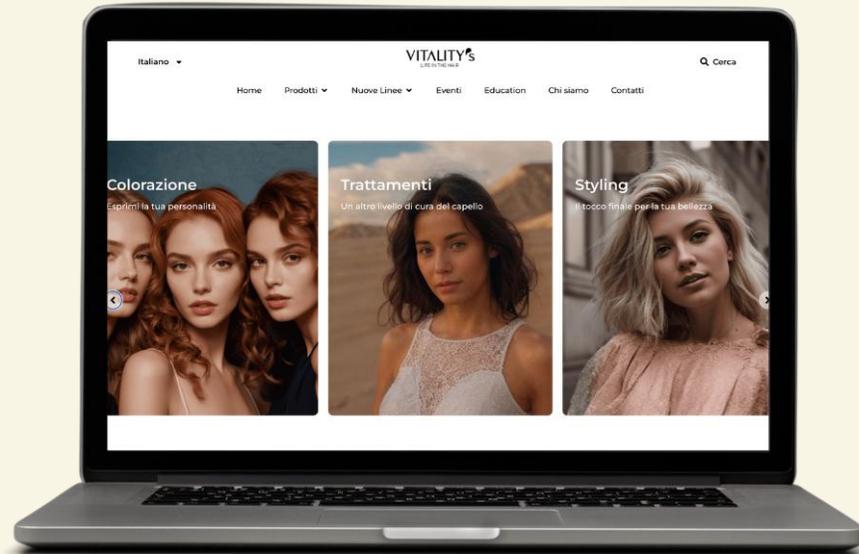


## Immagini per presentazioni

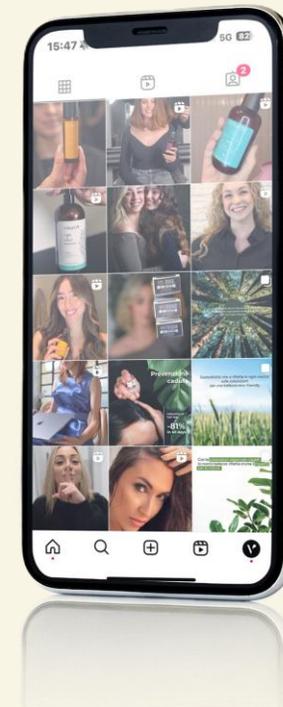


# Riassunto

## Sito Web



## Social





**ZERO**  
CREAM  
VITALITY'S  
100% NATURAL

**ZERO**  
CREAM  
VITALITY'S  
100% NATURAL

VITALITY'S  
100% NATURAL



**SCANSIONA IL QR CODE  
E LASCIA UN FEEDBACK**



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
DI TORINO



**EXPAND**  
EXtended Piedmont  
and Aosta valley Network  
for Digitalization

EUROPEAN  
DIGITAL  
INNOVATION  
HUB

**DigitalDays**