

Aspetti legali dell'uso dell'IA nella pubblicità in Svizzera

Consigli pratici

Destinatari: Questi consigli pratici sono rivolti principalmente alle agenzie di comunicazione e agli operatori della pubblicità che utilizzano nei loro servizi i risultati di lavori sviluppati con l'aiuto dell'IA generativa.

Per quanto riguarda la questione in che modo i risultati dell'IA possono essere utilizzati nella pubblicità, dobbiamo rispettare le leggi attuali. Resta da vedere e osservare come si svilupperanno la legislazione e la giurisprudenza in Svizzera in questo settore. Nel frattempo, possiamo darvi alcuni consigli pratici su cosa fare attenzione quando si utilizza l'IA nella pubblicità.

Quando si utilizza l'IA, è importante distinguere tra i seguenti processi: "input" di dati (l'addestramento dei sistemi di IA) e "output" di contenuti generati dall'IA (il risultato dell'IA; ad esempio immagini, testi, ecc.).

Input - introdurre contenuti in un sistema di intelligenza artificiale

1. Prima di introdurre contenuti di IA (ad esempio, dati personali, dati aziendali, testi, immagini), chiarite quali diritti sono legati ai dati e se i sistemi di IA possono essere "aggiunti" / "addestrati" con questi dati.
2. I titolari dei diritti devono dare il loro consenso quando dati o risultati di lavori protetti (ad esempio, dati personali, opere protette da copyright, ecc.) vengono utilizzati ed elaborati per la generazione di contenuti di IA.
Esempio: un logo esistente deve essere rinnovato per un cliente. A tal fine, il logo esistente viene inviato a un sistema di IA per essere rielaborato.
3. Se i dati personali sono trattati in sistemi di IA, è possibile che ciò richieda un'informazione preventiva o il consenso degli interessati (lo scopo del trattamento dei dati deve essere riconoscibile per l'interessato).
Esempio: il database dei clienti di un'azienda viene utilizzato per generare offerte su misura e testi personalizzati per ogni cliente grazie all'IA.



Output - utilizzo di contenuti generati dall'intelligenza artificiale

1. Gli elementi protetti legalmente (immagini, loghi, ecc.) utilizzati come base sono ancora riconoscibili nell'output dell'AI?
 - a. **Se sì:** è probabile una violazione della legge. Ciò avviene sempre quando le caratteristiche dell'elemento utilizzato come base rimangono riconoscibili nonostante la trasformazione effettuata dall'IA. In questo caso, c'è il rischio di violare i diritti di proprietà intellettuale in questione (ad esempio, i diritti d'autore o di marchio).

Esempio: occorre creare un poster pubblicitario per una stazione sciistica. A tal fine, viene generata un'immagine con l'IA che mostra Barbie che scia lungo una pista sotto il sole. L'immagine generata dall'IA mostra i seguenti elementi: pista da sci, Barbie e sci. Dobbiamo determinare se gli elementi originali con cui il sistema di IA è stato originariamente "aggiunto" sono ancora riconoscibili. In questo esempio, gli elementi da verificare sono la foto originale della pista da sci, gli sci (è ancora riconoscibile una marca di sci?) e la foto di Barbie. Nel caso di questi ultimi due elementi, c'è il rischio non solo di violazione del copyright, ma anche di violazione del marchio (marca di sci/Mattel/Barbie).
 - b. **In caso di risposta negativa:** attualmente l'opinione prevalente è che non vi sia alcun diritto d'autore nell'output meccanico, il che significa che i risultati possono essere utilizzati dal punto di vista del diritto d'autore. Tuttavia, si raccomanda cautela: non solo l'elaborazione di un elemento legalmente protetto, ma anche l'output può, a seconda delle circostanze, violare i diritti (ad esempio, l'elaborazione di un'immagine protetta dal diritto d'autore; il logo generato dall'intelligenza artificiale simile a un marchio protetto, lo sfruttamento di una prestazione d'altri, ecc.)

Esempio: la bambola Barbie, sotto varie forme, è un marchio protetto che rimane regolarmente riconoscibile anche se il risultato dell'IA viene trasformato. Se Barbie viene utilizzata per la pubblicità, ad esempio, c'è il rischio di violare i diritti di marchio e le disposizioni sulla concorrenza sleale.
2. Verificare i termini di utilizzo o le condizioni generali del sistema di IA: i risultati possono essere utilizzati anche per scopi commerciali? È necessario acquistare delle licenze? Il sistema di IA desidera essere citato come generatore?
3. Nel caso di lavori commissionati da agenzie pubblicitarie per i clienti, al momento dell'utilizzo dell'IA il cliente deve essere informato se e in che misura sono stati creati diritti (ad esempio, diritti d'autore) sul risultato del lavoro. In questo contesto, va anche sottolineato che non si può escludere che l'uso dei risultati del lavoro possa violare i diritti di terzi. Ciò potrebbe influenzare la realizzazione del contratto (concessione di diritti esclusivi sì/no) o anche il compenso.

Suggerimento: invece di ottenere diritti esclusivi sui risultati dell'IA, sarebbe

possibile imporre ai clienti un impegno di riservatezza sulle istruzioni inserite nel sistema AI.

Esempio: avete creato un nuovo concetto pubblicitario per un cliente utilizzando l'IA, ne avete sviluppato alcune parti da soli e altre le avete prese da un sistema di IA.:

- Verificare se i risultati dell'IA possono essere ulteriormente elaborati e a quali condizioni i risultati dell'IA possono essere utilizzati per scopi commerciali (consultare le linee guida per l'utilizzo dei sistemi di IA).
- Verificare che le parti dell'IA non violino i diritti di terzi (processi protetti, testi, segni, loghi, immagini).
- Informare il cliente che l'IA è stata utilizzata nell'elaborazione del risultato del lavoro (menzionando il sistema) e indicare quale parte del risultato dell'IA è coinvolta.
- Indicare che non è possibile ottenere diritti esclusivi sui risultati dell'IA.

4. Rispettare anche i principi generali in vigore:

- a. Trasparenza e tracciabilità: per quanto possibile, indicare per quali passaggi di testo, immagini, processi decisionali, ecc. è stata utilizzata l'IA. Indicare, ad esempio, con una frase del tipo "generato dall'IA".
- b. False informazioni/manipolazione: nessun inganno, nessuna falsa informazione rilevante per il mercato, nessuna violazione del libero arbitrio da parte dei contenuti generati dall'IA.
- c. Uso responsabile dell'IA ed esame critico del risultato dell'IA: c'è, ad esempio, un attacco alla personalità/un attacco all'onore/una violazione dei diritti fondamentali o un attacco alla decenza (discriminazione/etica)?
- d. Rispettare la legge generale contro la concorrenza sleale nella pubblicità (ad es. sfruttamento di lavori di terzi, metodi pubblicitari sleali, ecc.)

5. Responsabilità: se l'uso dell'IA viola il diritto d'autore, altri diritti di proprietà intellettuale, i diritti della personalità, i diritti fondamentali, la legislazione sulla protezione dei dati, la legislazione sulla concorrenza sleale o le disposizioni del diritto penale, l'azienda/l'utente può essere ritenuto responsabile.

Altri esempi e domande relative all'argomento

- **In che misura un risultato dell'IA deve essere modificato perché si crei un'opera protetta dal diritto d'autore?** Per rispondere a questa domanda, è necessario fare riferimento ai principi generali del diritto d'autore (opera di seconda mano). Occorre distinguere se il risultato dell'IA è stato semplicemente trasformato o se è stato rielaborato. Nel caso di una semplice trasformazione del risultato dell'IA, il diritto d'autore si applica solo alla parte trasformata. Secondo la legge sul diritto d'autore, la trasformazione richiede il consenso dell'autore dell'opera modificata. Per i risultati dell'IA, ciò significa che gli autori delle opere originali devono dare il loro consenso (se le opere originali sono ancora riconoscibili) e/o che il sistema di IA deve acconsentire alla trasformazione dei suoi risultati.

Tuttavia, se il risultato dell'IA serve solo come ispirazione e ne deriva una creazione umana completamente nuova, si tratta di una nuova concezione e quindi di un'opera che beneficia della protezione del copyright. È importante che la nuova concezione non permetta più di riconoscere l'opera originale.

- **Se elaboro immagini con Photoshop o faccio riformulare i miei testi da un programma di IA, a cosa devo fare attenzione?** Le spiegazioni di cui sopra si riferiscono all'IA generativa, che genera i risultati dell'IA da zero, mentre l'utente si limita a inserire parole chiave insieme alle istruzioni (chiamate "prompt"). Se i vostri testi o le vostre immagini vengono modificati da programmi assistiti dall'IA, il diritto d'autore su tali immagini e testi non viene generalmente intaccato da correzioni, ritocchi, effetti o modifiche stilistiche. In linea di massima, è necessario rispettare i termini e le condizioni generali e, se del caso, le linee guida sul copyright degli strumenti utilizzati. Tuttavia, non appena uno strumento IA crea un testo o un'immagine completamente nuovo senza l'intervento di processi decisionali e di pensiero umani, è necessario rispettare i consigli pratici di cui sopra.

Questi sono solo alcuni suggerimenti sulla situazione attuale - teniamo l'orecchio teso e non vediamo l'ora di vedere come si sviluppa questo argomento!

Zurigo, dicembre 2023

KS/CS Comunicazione Svizzera