PRIMA DI PUBBLICARE UN CONTENUTO FATTO CON L'AI: LO SCHEMA IN 6 DOMANDE

Per annunci, post, schede prodotto, video e testi di un'azienda. Ogni risposta viene dal testo dell'AI Act e dai documenti pubblici della Commissione europea, letti il 10 novembre 2026.

LE SEI DOMANDE

Domanda	Come si risponde	La regola
1. Chi ha usato l'AI?	Se l'azienda decide e controlla l'uso dell'AI, è deployer e l'obbligo è suo. Se ha solo commissionato lo spot a un'agenzia, senza decidere né controllare come usa l'AI, deployer è l'agenzia.	AI Act, art. 3, n. 4; orientamenti della Commissione
2. Che cos'è?	Immagine, video o audio; testo; chatbot. Ogni tipo ha la sua regola.	AI Act, art. 50, commi 1 e 4
3. Immagine, video, audio: sembra vero?	Assomiglia a persone, prodotti, luoghi o eventi reali e potrebbe sembrare autentico? Se sì è un deep fake: etichetta visibile. Una fantasia evidente, o un prodotto vero su uno sfondo AI che non inganna, no.	AI Act, art. 3, n. 60, e art. 50, comma 4
4. Testo: informa su un tema di interesse pubblico?	Salute, sicurezza dei consumatori, sostenibilità, finanza. Se sì e nessuna persona lo ha rivisto nel merito assumendone la responsabilità, va dichiarato. Pubblicità e schede prodotto senza questi temi restano fuori.	AI Act, art. 50, comma 4, secondo capoverso
5. È un'opera evidentemente creativa o satirica?	Basta un'indicazione adeguata che non rovini l'opera. Per la pubblicità vale solo caso per caso: un influencer sintetico realistico che prova un prodotto non rientra.	AI Act, art. 50, comma 4; orientamenti della Commissione
6. I controlli che valgono comunque	Persona reale riconoscibile: consenso. Prodotto mostrato com'è. Spunta o etichetta della piattaforma. Conservare file originali, strumento e data.	Art. 612-quater c.p.; Codice del consumo, art. 21; regole delle piattaforme

I CASI PIÙ COMUNI NEL MARKETING

Caso	Serve l'etichetta dell'AI Act?
Prodotto vero su uno sfondo generato dall'AI, se l'annuncio non inganna sul prodotto	No
Immagine AI del prodotto più bella o migliore che nella realtà	Sì, e può essere pubblicità ingannevole
Spot con animali parlanti generati	No
Video di un influencer famoso generato con l'AI	Sì; senza consenso e con danno è anche reato
Influencer sintetico realistico che prova un prodotto	Sì, senza eccezione creativa
Testi pubblicitari e schede prodotto scritti con l'AI, senza temi di salute, sicurezza o sostenibilità	No
Articolo su salute o finanza scritto con l'AI e pubblicato senza revisione	Sì
Lo stesso articolo rivisto nel merito da una persona che ne risponde	No (la sola correzione dell'ortografia non basta)
Contenuti pubblicati prima del 2 agosto 2026	Nessuna etichetta retroattiva

COME SCRIVERE L'ETICHETTA

Esempi di dicitura: «Immagine generata con l'intelligenza artificiale» · «Video modificato con l'intelligenza artificiale» · «Voce generata con l'intelligenza artificiale».

L'AI Act non impone una dicitura: chiede che l'informazione sia chiara e distinguibile al più tardi alla prima esposizione. Il watermark invisibile dello strumento non basta. La Commissione ha preparato icone che si possono usare.

IL REGISTRO DEI CONTENUTI

Contenuto e canale	Strumento AI	Deep fake? perché	Etichetta e posizione	Persona ritratta e consenso	Revisore	Data

Informativa, non consulenza legale. Per un caso concreto, e per chatbot e testi su temi di interesse pubblico, serve un legale.

La guida completa, con le fonti:
itria.io/ai-act-contenuti-generati-marketing

Schema costruito da Itria sui testi pubblici di AI Act (Reg. UE 2024/1689, artt. 3, 50, 99, 113), Reg. UE 2026/1744, orientamenti e domande della Commissione, legge 132/2025, letti il 10 novembre 2026.

Mattia Esposito lavora sul posizionamento delle aziende, con analisi di mercato per capire dove i concorrenti sono scoperti. Due righe su WhatsApp al 350 574 3578 o una mail a info@itria.io.