Nvidia guadagnerà 12 miliardi di dollari dai chip AI in Cina quest’anno nonostante i controlli degli Stati Uniti

Generative AI Insights *è la rubrica curata da* ***Recomb****, il think tank dedicato all’esplorazione dell’impatto e del potenziale dell’AI generativa in vari aspetti della vita umana. Recomb studia l’AI generativa da tutte le angolazioni: professionale, etica, tecnica, legale, economica, ambientale, sociale, educativa e culturale. Per leggere tutti gli articoli della rubrica Generative AI Insights su Key4biz* ***clicca qui.****.*

Nvidia prevede di vendere chip per l’intelligenza artificiale in Cina per un valore di 12 miliardi di dollari quest’anno, nonostante i controlli sulle esportazioni imposti dagli Stati Uniti. La società della Silicon Valley, valutata 3 trilioni di dollari, consegnerà oltre 1 milione di chip H20, progettati per eludere le restrizioni statunitensi, secondo le previsioni degli analisti.

Questo numero è quasi il doppio rispetto ai chip rivali Ascend 910B prodotti da Huawei. Le tensioni tra Washington e Pechino hanno colpito Nvidia, con l’amministrazione Biden che mira a bloccare l’accesso ai chip più potenti, temendo che possano essere utilizzati per applicazioni militari AI.

La scarsità di chip AI ha ostacolato le capacità dei gruppi tecnologici cinesi come ByteDance, Tencent e Alibaba, che competono con aziende statunitensi come OpenAI, Microsoft, Meta e Google. Ogni chip H20 costa tra i 12.000 e i 13.000 dollari, suggerendo ricavi di oltre 12 miliardi di dollari per

Nvidia.

Ciò supererebbe i 10,3 miliardi di dollari di entrate dall'intero mercato cinese dell'azienda nell'anno fiscale concluso a gennaio 2024. Nvidia ha avvertito che le restrizioni danneggiano il suo business in Cina, poiché i fornitori di cloud computing e le startup AI si rivolgono ad alternative locali come Huawei.

Nonostante le difficoltà, Nvidia continua a servire i clienti cinesi, con analisti che indicano una forte domanda per i chip H20. Tuttavia, la quota delle entrate dalla Cina è scesa dal 22% al 9% nell'ultimo anno fiscale, riflettendo la crescita del mercato AI statunitense.

Per maggiori informazioni, clicca per **l'articolo originale**.

'Meta lancia una bomba AI: modelli di previsione multi-token ora aperti alla ricerca'

Meta ha recentemente annunciato un'importante innovazione nel campo dell'intelligenza artificiale: l'introduzione di modelli di previsione multi-token ora disponibili per la comunità di ricerca. Questi modelli avanzati sono progettati per prevedere sequenze di token, migliorando notevolmente le capacità di linguaggio naturale e di generazione di testo.

Meta ha aperto l'accesso a questi modelli, invitando ricercatori e sviluppatori a esplorarne le potenzialità e a contribuire al loro sviluppo. L'obiettivo principale è promuovere l'innovazione e accelerare il progresso nel campo dell'AI, offrendo strumenti più sofisticati per applicazioni come la traduzione automatica, l'analisi dei dati e la creazione di contenuti.

Questa iniziativa rappresenta un passo significativo verso una

maggiore collaborazione nella comunità scientifica, permettendo agli esperti di lavorare insieme su progetti complessi e di sfruttare la potenza di calcolo di Meta per ottenere risultati più accurati e affidabili. I modelli di previsione multi-token di Meta sono basati su architetture avanzate che consentono di gestire grandi quantità di dati e di apprendere dai contesti più ampi, migliorando così la comprensione e la generazione del linguaggio naturale.

Questo approccio multi-token offre vantaggi significativi rispetto ai modelli tradizionali, in quanto permette una maggiore precisione nelle previsioni e una migliore gestione delle ambiguità linguistiche. Meta ha anche sottolineato l'importanza dell'accesso aperto a questi modelli per garantire che i benefici dell'AI siano condivisi equamente e che le tecnologie avanzate siano utilizzate in modo responsabile e etico.

L'apertura di questi modelli alla comunità di ricerca è vista come un'opportunità per esplorare nuovi orizzonti e per sviluppare applicazioni innovative che possono avere un impatto positivo su vari settori, dall'educazione alla sanità, dalla finanza alla comunicazione. Questo annuncio segna un momento cruciale per l'evoluzione dell'AI, con Meta che si pone come leader nel promuovere l'innovazione e la collaborazione globale.

L'AI ha tutte le risposte. Anche quelle sbagliate

I modelli di linguaggio di grandi dimensioni possono risolvere enigmi logici? Fernando Perez-Cruz e Hyun Song Shin hanno testato GPT-4 con il famoso enigma del compleanno di Cheryl. Sebbene GPT-4 abbia fornito risposte corrette e spiegazioni dettagliate, ha fallito quando l'enigma è stato modificato con nomi e mesi diversi.

Questo fenomeno suggerisce che GPT-4 potrebbe aver memorizzato il testo originale anziché risolvere effettivamente il problema. Anche con altri enigmi, come il problema di Monty Hall modificato, GPT-4 ha mostrato capacità logiche ma ha fallito nei dettagli cruciali. Questo comportamento evidenzia il rischio di utilizzare modelli di linguaggio che possono sembrare convincenti ma fornire risposte errate. Perez-Cruz e Shin sottolineano che, sebbene futuri modelli possano migliorare, l'affidamento su questi strumenti comporta rischi significativi.

I modelli di linguaggio possono creare errori logici plausibili e convincenti, rendendo difficile distinguere il corretto dal falso. La sfida è evitare di cadere nelle trappole cognitive create da risposte che, sebbene sembrino logiche, sono in realtà fallaci.

Per maggiori informazioni, clicca per **l'articolo originale**.

Leggi le altre notizie sull'home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/nvidia-guadagnera-12-miliardi-di-dollari-dai-chip-ai-in-cina-questanno-nonostante-i-controlli-degli-stati-uniti/496631/

AI e marketing, il matrimonio che s'ha da fare

*Rubrica settimanale **SosTech**, frutto della collaborazione tra **Key4biz** e **SosTariffe**. Per consultare gli articoli precedenti, **clicca qui**..*

"È importante capire, almeno in parte, a cosa si riferiscono

le valutazioni gonfiate delle cose legate all'intelligenza artificiale: riguardano la differenza tra lavori e non-lavori". L'ha detto qualche giorno fa **Jerry Holkins**, scrittore americano che, oltre ad aver creato il webcomic *Penny Arcade* – da più di venticinque anni tra i più letti al mondo – analizza senza mai mandarle a dire l'attuale cultura informatica. La lapidaria frase era il commento di una vignetta (sua e del collega **Mike Krahulik**) sulle dichiarazioni di **Mira Murati**, la giovanissima e potentissima CTO di **OpenAI**, che hanno fatto alzare più d'un sopracciglio: la Murati, infatti, ha detto che "alcuni lavori creativi scompariranno, ma forse non avrebbero mai dovuto esistere", scatenando le prevedibili reazioni di chi crede che il suo lavoro sia a rischio e non percepisce, diciamo così, la sincera empatia di chi sta per lasciarlo a casa. L'impietosa parafrasi di *Penny Arcade* delle parole della CTO è stata "stiamo costruendo una gigantesca fossa comune di lavori". Comunque la si voglia vedere, è chiaro che si tratta di un tema caldo, anche considerando come l'addestramento delle AI non paia improntato a principi di **massima trasparenza**, e che quindi in realtà il lavoro dei creativi umani venga già sfruttato per essere copiato e sostituito.

Chi si salva e chi no

Lavori e non-lavori, dunque. La scure dell'IA generativa, secondo le previsioni di molti, **dividerà in due** (e sta già dividendo) la forza lavoro del futuro. Da una parte chi si salva, e anzi potrà migliorare la sua produttività sfruttando gli strumenti messi a disposizione dalle ultime tecnologie. Dall'altra chi invece dovrà reinventarsi una professionalità perché quello che fa non serve più, o comunque può essere imitato più o meno bene da una macchina. E a chi oggi appare ancora scettico – soltanto i contenuti di qualità medio-bassa, per dirne una, potrebbero essere replicati da **Gemini** o **ChatGPT** – va ricordato il (pochissimo) tempo necessario per passare dagli assistenti vocali, impermeabili ai nostri disperati tentativi di elaborare le frasi nell'unica sintassi da loro

interpretabile, alla situazione odierna, iper-percettiva e con capacità interpretative impressionanti della nostra volontà, anche quando non ce l’abbiamo chiara neppure noi. C’è poi da considerare la **naturalezza dell’interazione**, che non avviene più solo attraverso i *prompt* testuali ma sempre più spesso in via audio, grazie alle app sviluppate per gli smartphone da OpenAI e dalle altre società (accessibili in pochi secondi con una qualsiasi **connessione Internet**, come quelle messe a confronto da **SOSTariffe.it**).

Obiettivo personalizzazione

Del primo gruppo, i lavori che rimarranno, sembrano far parte le professioni del **marketing**, che stanno già ricevendo un grande aiuto dall’IA generativa nello svolgimento delle proprie mansioni. Un rapporto di **McKinsey** dello scorso dicembre – *How generative AI can boost consumer marketing* – aveva analizzato come la grande innovazione di questi anni potesse tradursi in una comunicazione più efficace e innovativa, automatizzando i processi, migliorando la personalizzazione e accelerando la generazione di idee originali.

Michaels, ad esempio, il più grande fornitore del Nord America di arte, artigianato, cornici, decorazioni floreali e murali e articoli per produttori e decoratori domestici fai-da-te, ormai utilizza l'IA generativa per personalizzare il 95% delle email e dei messaggi ai clienti: il risultato è stato un aumento del tasso di clic delle campagne SMS del 41% e delle email del 25%. Il servizio di styling personale USA **Stitch Fix** fa ricorso a tecniche simili per interpretare i feedback dei clienti e offrire raccomandazioni sui prodotti, **L'Oreal** analizza milioni di commenti online per identificare nuove opportunità di innovazione, **Kellogg's** esamina le ricette più di moda per vedere in quali di esse sono inclusi (o possono essere inclusi) i cereali e così via.

Le campagne che una volta richiedevano mesi per essere progettate ora possono essere lanciate **in settimane o giorni**, con personalizzazione su larga scala e test automatizzati. Lo sviluppo dei siti web e le attività di servizio clienti, spesso considerati dei colli di bottiglia che rallentano l'adozione di soluzioni innovative, possono migliorare notevolmente l'engagement e la soddisfazione dei clienti. Così, le aziende stanno iniziando a sfruttare i modelli di IA disponibili pubblicamente. Il passo successivo sarà differenziarsi integrando questi modelli con i propri dati e sistemi, portando a una personalizzazione senza precedenti. Naturalmente è necessario che gli sforzi siano in linea con gli obiettivi, concentrandosi dapprima su due o tre casi d'uso invece di incorporare troppe iniziative di IA generativa tutte insieme, ed è altrettanto fondamentale **mitigare i rischi** delle cosiddette "allucinazioni", oltre al bias e alla violazione della **privacy** dei dati e alla violazione dei **diritti d'autore**, come si diceva più sopra sempre in agguato quando si parla di strumenti come i chatbot basati sull'IA.

Anche in Italia la pubblicità fa il boom grazie all'IA

Risultati positivi in questo senso arrivano anche dall'Italia, come ha mostrato l'**Osservatorio Internet Media della School of Management del Politecnico di Milano** in occasione del convegno "L'evoluzione dell'Internet advertising: Attention Metrics e AI nell'era privacy oriented". In particolare, sui 10,2 miliardi di euro raggiunti del 2023 dal mercato pubblicitario italiano (comprensivo di raccolta su tv, stampa, internet media, radio e *out of home*), **Internet** ha consolidato la prima posizione con una quota del 48% e un incremento del 9%; seguono **tv** (35% e +2%), ***out of home*** (7% e +13%), **stampa** (6% e -2%) e **radio** (4% e +8%). Il valore del solo settore Internet arriverà nel 2024 a 5,4 miliardi di euro, 500 milioni in più rispetto al valore consuntivo di fine 2023.

Secondo **Giuliano Noci**, Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Internet Media,«il panorama pubblicitario, in particolare l'Internet advertising, sta vivendo una profonda trasformazione in questi anni legata all'evoluzione tecnologica, ai cambiamenti derivanti dai temi della privacy e del tracciamento dell'utente e allo sviluppo di nuovi strumenti e metriche di misurazione, come il tema dell'attenzione. Tali dinamiche, tra cui in primis l'Intelligenza Artificiale, incideranno in modo rilevante sulle strategie degli operatori del settore e sugli equilibri di mercato dei prossimi anni».

Dietro la crescita, quindi, l'inserimento sempre più prepotente degli strumenti dell'intelligenza artificiale nelle strategie di marketing; se fino all'anno scorso, infatti, tali tecniche venivano impiegate principalmente per l'analisi e la gestione dei dati, nonché per la comprensione dei testi, oggi **le opportunità per il settore sono aumentate in maniera significativa**, anche se parallelamente sono aumentati i rischi in materia di privacy e diritti d'autore, anche a causa della

grande attenzione degli organi di governance verso un settore tanto promettente quanto – ormai lo si è capito – insidioso.

Leggi le altre notizie sull'home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/ai-e-marketing-il-matrimonio-che-sha-da-fare/496598/

Barachini: "AI aumenta la superficie d'attacco cyber. Sottovalutare la cybersicurezza spegne le imprese"

"Nel 2023 c'è stato un aumento del 625% degli attacchi cyber alle aziende italiane, molti in relazione alla guerra ibrida condotta dai russofona. Va costruita una barriera informatica per innalzare le difese soprattutto del sistema delle piccole e medie imprese".

Lo ha detto il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio, **Alberto Barachini**, alla presentazione della campagna istituzionale ***"Accendiamo la sicurezza. Proteggiamo le nostre imprese",*** per promuovere la consapevolezza in materia di cybersicurezza per le piccole e medie imprese, realizzata dall'**Agenzia per la cybersicurezza nazionale** (ACN) e dal **Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del consiglio** (DIE).

Barachini: “Con I’AI aumenterà il rischio per le aziende che utilizzeranno in maniera invasiva questi sistemi”

“Ci sono attacchi dimostrativi – ha spiegato Barachini – *ed altri che bloccano la funzionalità delle aziende entrando da piccole finestre, da uffici nei quali il personale non è abituato o formato a pensare a questi rischi. C’è* – ha sottolineato – *un incremento dell’offensiva contro le Pmi e la campagna invita ad utiizzare i fondi europei per autoproteggerci. E’ fondamentale* – ha aggiunto – *la cultura della sicurezza. Con I’Intelligenza artificiale aumenterà il rischio per le aziende che utilizzeranno in maniera invasiva questi sistemi. Bisogna lavorare per ridurre la minaccia e mitigare gli effetti sollecitando le aziende a denunciare, cosa che per un tema reputazionale, tendono a non fare provando a risolvere in proprio il problema”.*

“Accendiamo la cybersicurezza. Proteggiamo le nostre imprese”, lo spot

[embedded content]

Barachini: “Parola d’ordine consapevolezza”

“La consapevolezza, infatti – ha sottolineato Barachini – *è il target principale di questa campagna istituzionale. È un compito specifico del mio Dipartimento, e in generale delle Istituzioni tutte, quello di dare a cittadini e imprese le informazioni cardine per la tutela della loro vita, sociale ed*

economica, e della loro produttività. A questo scopo, perseguendo sempre una coerenza di fondo fra tutte le campagne in modo che il Governo possa parlare con una voce sola, il Dipartimento ha lavorato insieme all'Agenzia per la Cybersicurezza per mettere a punto uno spot dal messaggio chiaro, semplice nel quale la creatività sia al servizio del bene comune. Il sistema-Paese ha bisogno di una costante e fattiva collaborazione fra i diversi organismi del Governo che si adoperano ogni giorno, come Acn per la sicurezza dell'Italia. Questa è solo la prima delle misure contenute nella più ampia Strategia Nazionale per la Cybersicurezza 2022 – 2026 che ci vedrà al fianco dell'Acn. Un'alleanza fondamentale grazie alla quale porteremo avanti anche una missione specifica contro la disinformazione".

Frattasi: "Rimane fondamentale la formazione"

Per il Direttore generale dell'Agenzia per la Cybersicurezza Nazionale, Bruno Frattasi le piccole e medie imprese italiane saranno più esposte ai rischi cyber in quanto con *"l'imminente recepimento della Direttiva NIS 2 che amplierà notevolmente i settori coinvolti, è essenziale che le PMI aumentino il loro presidio di sicurezza riducendo l'esposizione alle minacce informatiche e mitigando gli impatti di eventuali attacchi cyber, al fine di salvaguardare la produttività e gli investimenti fatti. Bisogna investire sulla sicurezza informatica e metterci le risorse. E' necessario anche investire nella formazione delle competenze informatiche. L'incompetenza" si può trasformare in un "errore fatale. Ci avviamo verso un'incremento della minaccia e dobbiamo difenderci ancora più strenuamente dalla minaccia cibernetica",* sottolinea Frattasi aggiungendo che *"stiamo lavorando per fare in modo che l'intelligenza artificiale possa essere usata contro la minaccia cibernetica".*

La campagna “Accendiamo la cybersicurezza, proteggiamo le nostre imprese”

La campagna di comunicazione ***“Accendiamo la cybersicurezza, proteggiamo le nostre imprese”,*** sarà veicolata attraverso vari canali, radio, tv, stampa, web, per diffondere una cultura della cybersicurezza a tutti i livelli dell’organizzazione: dirigenti e capi d’azienda, professionisti ICT e dipendenti.

La campagna si divide in due periodi. Il primo, tra il 4 e il 18 luglio, prevede 10 passaggi al giorno dello spot TV sulle reti RAI e la pubblicazione della pagina promozionale con consigli sulla cybersicurezza delle PMI distinti per dirigenti, dipendenti, professionisti e fornitori IT e una campagna promozionale digitale sui canali social e sui motori di ricerca, volta a promuovere lo spot e i consigli di ACN sulla consapevolezza cyber. Nel secondo periodo, dal 15 settembre al 30 ottobre, ci sarà invece una programmazione pubblicitaria dello spot sulle reti commerciali, le radio nazionali e locali, contenuti social di approfondimento con alcuni consigli di cyber hygiene come la protezione dal Phishing, il backup sicuro dei dati aziendali, fino alla gestione sicura delle password.

Leggi le altre notizie sull’home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/barachini-ai-aumenta-la-superficie-dattacco-cyber-sottovalutare-la-cybersicurezza-spegne-le-imprese%ef%bf%bc/496528/

Inside Out 2. ChatGPT ci spiega le emozioni: gioia, tristezza, rabbia e paura

Inside Out 2, le emozioni prendono vita

In una ragazzina di nome Riley convivono diverse emozioni fortissime, che cambiano con il tempo: alcune da sono arrivate all'età di 11 anni, come la gioia, la tristezza, la rabbia e la paura, altre come invidia, noia e ansia con la crescita, all'età di 13 anni.

Da tutte queste emozioni nascono i personaggi di "***Inside Out 2***", che sono versione antropomorfa delle stesse e che abitano nella mente della ragazzina.

È così che già possiamo immaginare facilmente anche il terzo episodio, perché con l'adolescenza ne arriveranno di nuove di emozioni e quindi nuovi personaggi, nuove avventure per Riley.

Il film della Disney-Pixar, diretto da Kelsey Mann, come si dice in questi casi, ha letteralmente sbancato al botteghino internazionale, passando il miliardo di dollari e chiuso un weekend da oltre 108 milioni di dollari globali, un dato che proietta il film attorno al miliardo e mezzo complessivo di incassi.

ChatGPT spiega le emozioni

Silvia Prieto, direttrice di innovazione presso Universidad a Distancia de Madrid (Udima), in un post social ha presentato un esperimento di rete: "*ho chiesto a ChatGPT come si manifestano le varie emozioni nell'uso dell'intelligenza*

artificiale”.

Il risultato è un’infografica che illustra in che modo le emozioni di “Gioia”, “Rabbia”, “Tristezza” e “Paura” sono riferita all’intelligenza artificiale generativa.

Per ogni emozione c’è una prospettiva diversa sul modo in cui tale tecnologia impatta sulla nostra vita e sulla nostra società.

Primo caso: la tristezza

Qui l’uso dell’intelligenza artificiale generativa ha suscitato tristezza, si legge nel riquadro dedicato, poiché queste tecnologie stanno rapidamente trasformando il mondo. C’è una sensazione di desolazione nel vedere lavori creativi, frutto di anni di sforzo e passione, sostituiti da macchine

che imitano senza poter provare vere emozioni.

Si teme la disinformazione, la manipolazione della realtà e un logoramento della fiducia verso il prossimo, minando la stessa convivenza pacifica all'interno di una società.

Secondo caso: la gioia

L'AI generativa ha di fatto entusiasmato la società per le sue ampie possibilità creative e innovative. Queste tecnologie permettono di creare testi, immagini e musica rapidamente e facilmente, aprendo nuove opportunità nei campi dell'arte, della letteratura e dell'intrattenimento.

In poche parole, la tecnologia, se ben usata e regolamentata, è uno strumento che può aprire tante porte, sia a livello lavorativo, sia personale, perché amplifica le nostre capacità e la nostra immaginazione.

Terzo caso: la rabbia

L'uso dell'intelligenza artificiale generativa ha suscitato rabbia in diversi settori della società, che la vedono come una minaccia crescente. La frustrazione deriva dalla percezione che l'IA stia disumanizzando lavori creativi e sostituendo professionisti che hanno dedicato anni a sviluppare le loro abilità.

L'indignazione è ulteriormente alimentata dal potenziale dell'IA generativa di essere usata per creare disinformazione e manipolare la verità.

Quarto caso: la paura

Come spesso capita, *last but not least*, c'è l'emozione arcaica della paura, in questo caso legata all'uso dell'intelligenza artificiale generativa, soprattutto a livello sociale, per le

sue potenziali implicazioni, tra cui la sostituzione dei lavoratori umani nei settori creativi, con conseguente aumento della disoccupazione e della disuguaglianza economica.

Inoltre, c'è preoccupazione per l'uso improprio dell'IA nella creazione di disinformazione, in grado di produrre contenuti convincenti ma falsi.

Profondità delle emozioni e dell'AI

L'aggettivo "*profondo*" caratterizza in maniera forte tutte e quattro le interpretazioni che chatGPT ha dato delle nostre emozioni nell'utilizzo dell'AI generativa.

Seguendo la Traccani, con questo termine si indica generalmente: qualcosa che è difficile da comprendere perché molto complesso e ricco di significati e di sfumature. Esattamente come le emozioni e come la tecnologia in questione.

Leggi le altre notizie sull'home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/inside-out-2-chatgpt-ci-spiega-le-emozioni-gioia-tristezza-rabbia-e-paura/496515/

Meta vuole introdurre l'AI generativa nei giochi del metaverso

Meta ha annunciato piani ambiziosi per integrare l'AI

generativa nei giochi del metaverso, promettendo un’esperienza di gioco più immersiva e interattiva. Durante un recente evento, si legge su Tech Crunch, i dirigenti di Meta hanno delineato come l’AI generativa possa trasformare l’interazione degli utenti con l’ambiente virtuale, consentendo la creazione dinamica di contenuti e scenari in tempo reale.

Questa tecnologia permetterà agli sviluppatori di giochi di progettare mondi virtuali più complessi e adattivi, dove le azioni e le decisioni dei giocatori influenzeranno direttamente lo sviluppo della trama e delle sfide.

L’AI generativa, una delle innovazioni più avanzate nel campo dell’intelligenza artificiale, utilizza algoritmi per generare contenuti originali, dall’arte alle conversazioni, basandosi sui dati e sui comportamenti degli utenti.

Nel contesto del metaverso, ciò potrebbe significare la fine dei contenuti predefiniti, sostituiti da esperienze uniche e personalizzate per ogni giocatore. Meta ha sottolineato che questa integrazione non solo arricchirà l’esperienza di gioco, ma aprirà anche nuove opportunità per i creatori di contenuti e gli sviluppatori, offrendo strumenti più potenti per esprimere la loro creatività.

Tuttavia, la società riconosce anche le sfide e le responsabilità associate all’implementazione dell’AI generativa, in particolare in termini di sicurezza e etica. Meta sta lavorando per garantire che i sistemi di AI siano progettati con attenzione alla privacy e alla protezione dei dati, per prevenire abusi e garantire un utilizzo responsabile della tecnologia.

Con l’obiettivo di posizionarsi all’avanguardia dell’innovazione tecnologica, Meta spera che l’adozione dell’AI generativa nei giochi del metaverso non solo rivoluzionerà il modo in cui le persone interagiscono con i mondi virtuali, ma stimolerà anche l’intero settore a

esplorare nuove possibilità creative.

Ma il metaverso ancora non decolla

Ma il metaverso ancora non decolla. Una realtà virtuale in cui teniamo riunioni aziendali o visitiamo familiari lontani – deve ancora diventare realtà, e molti media ed esperti di tecnologia hanno già pronunciato il de profundis e proclamato morto il Metaverso di Meta.

La divisione **Reality Labs** di Meta, la sua divisione di ricerca e attività di realtà virtuale, ha registrato mercoledì una perdita di 3,8 miliardi di dollari durante i tre mesi terminati il 31 marzo.

Ma ciò detto, per il Metaverso non è stata detta la parola fine. Le perdite di Reality Labs, per quanto ingenti, si sono ridotte considerevolmente rispetto al trimestre precedente (17%) e leggermente rispetto all'anno precedente (3,7%). Resta il fatto che il Metaverso continua ad essere un grosso problema per Zuckerberg.

"È stato un buon inizio anno", ha detto Zuckerberg alla presentazione della trimestrale di fine aprile scorso. *"Continuiamo a fare progressi costanti anche nella costruzione del metaverso".*

Zuckerberg continua a crederci

Quel che è certo è che la fase di hype tecnologico intorno al metaverso in genere si è sgonfiata in modo repentino, sostituita peraltro da un'analoga fase di esaltazione dell'Intelligenza Artificiale. Vedremo nei prossimi mesi se il metaverso sarà in grado di riguadagnare terreno e interesse.

A quanto pare, Mark Zuckerberg continua a crederci: *"In futuro, sarai in grado di teletrasportarti istantaneamente come un ologramma per essere in ufficio senza doverti*

spostare, a un concerto con gli amici o nel soggiorno dei tuoi genitori per restare in pari. Ciò aprirà più opportunità, indipendentemente da dove vivi. Potrai dedicare più tempo a ciò che conta per te, ridurre i tempi nel traffico e le emissioni di carbonio". Vedremo.

Leggi le altre notizie sull'home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/meta-vuole-introdurre-lai-generativa-nei-giochi-del-metaverso/496466/

AI, Microsoft investe 1,5 miliardi di dollari nell'emiratina G42. Pentagono in allerta

Microsoft rafforza le posizioni in Medio Oriente

La **sicurezza nazionale** è sempre al centro delle preoccupazioni di Washington, in particolare del Dipartimento della difesa degli Stati Uniti d'America. La notizia dell'investimento del **Gruppo Microsoft** nell'azienda di intelligenza artificiale (AI) **Group 42 Holding** (G42), con sede ad Abu Dhabi, ha inevitabilmente attirato le attenzioni dei funzionari del Pentagono.

L’obiettivo del gigante di Redmond è portare le proprie soluzioni di AI in nuovi mercati, secondo quanto riportato da Bloomberg.

Non solo una questione commerciale e finanziaria (un deal da **1,5 miliardi di dollari**, secondo *qz.com*), però, perché questa mossa da un lato è finalizzata ad una maggiore copertura dell’ampia regione che comprende il Medio Oriente e buona parte dell’Africa, dall’altro va interpretata in termini geopolitici, di contrasto all’espansione cinese nella stessa area.

Sicurezza nazionale a rischio?

Secondo la testata online, l’investimento di Microsoft in G42 sarebbe avvenuto in cambio dell’accordo dell’azienda di **smettere di lavorare con le controparti cinesi**. Tuttavia, i funzionari del Pentagono rimangono in allerta, perché non c’è certezza che la società degli Emirati Arabi Uniti taglierà completamente i legami con Pechino.

All’inizio dell’anno, G42 era già finita sotto la lente di Washington per rapporti troppo stretti con Huawei e il Beijing Genomics Institute, organizzazioni inserite nella lista nera del Dipartimento del Commercio USA.

Sempre secondo l’articolo scritto da Mark Bergen, Mackenzie Hawkins, Dina Bass, and Ben Bartenstein, i funzionari americani sono preoccupati anche per le possibili falle nella sicurezza informatica di Microsoft, di cui l’azienda si è recentemente assunta la responsabilità dopo le evidenze raccolte dallo US Cyber Safety Review Board.

Un portavoce del Gruppo Microsoft ha rilasciato un commento a Bloomberg: “*Stiamo lavorando a stretto contatto con il National Security Council e il Dipartimento del Commercio degli Stati Uniti, e la sicurezza nazionale del Paese continuerà a essere una priorità assoluta*“.

Leggi le altre notizie sull’home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/ai-microsoft-investe-15-miliardi-di-dollari-nellemiratina-g42-pentagono-in-allerta/496083/

Le aziende sono disposte a pagare di più per assumere persone con le giuste competenze in AI

Generative AI Insights *è la rubrica curata da* ***Recomb****, il think tank dedicato all’esplorazione dell’impatto e del potenziale dell’AI generativa in vari aspetti della vita umana. Recomb studia l’AI generativa da tutte le angolazioni: professionale, etica, tecnica, legale, economica, ambientale, sociale, educativa e culturale. Per leggere tutti gli articoli della rubrica Generative AI Insights su Key4biz* ***clicca qui.****.*

Secondo un nuovo rapporto del Fiverr’s UK Future Workforce Index 2024, l’83% delle aziende nel Regno Unito è disposto a pagare salari più elevati per i candidati con competenze in AI, con un incremento medio del 45%.

La domanda di competenze in AI è cresciuta, con le aziende che preferiscono lavoratori freelance e autonomi piuttosto che assunzioni a tempo pieno, che ora costituiscono solo il 55% della forza lavoro media nelle aziende britanniche, in calo del 5% rispetto all’anno precedente. Le competenze in

creazione di contenuti AI e ChatGPT rimangono molto richieste, ma c’è un crescente interesse per conoscenze più specifiche, come la costruzione di chatbot AI.

Le aziende trovano difficoltà ad assumere personale adeguato, con il 48% dei decisori aziendali che cita la scarsità di talenti qualificati come principale ostacolo. I lavoratori, inoltre, richiedono maggiore flessibilità e settimane lavorative più brevi, dopo aver sperimentato il lavoro remoto durante la pandemia. Bukki Adedapo di Fiverr sottolinea come sempre più aziende si rivolgano a ‘solopreneur’ altamente qualificati che stanno migliorando le proprie competenze rapidamente.

Nonostante la formazione attraverso apprendistati digitali sia efficace, due terzi delle aziende segnalano la necessità di incentivi finanziari migliori per colmare il divario di competenze. Lucy Ireland del BCS, The Chartered Institute for IT, evidenzia l’opportunità generazionale per il prossimo governo di prevenire carenze significative di competenze digitali e promuovere l’innovazione tecnologica.

Per maggiori informazioni, clicca per **l’articolo originale**.

Sam Altman afferma che GPT-5 potrebbe essere un salto significativo in avanti, ma c’è ancora molto lavoro da fare

Sam Altman, CEO di OpenAI, ha dichiarato che, sebbene ci sia ancora molto lavoro da fare, si aspetta che GPT-5 rappresenti un ‘salto significativo in avanti’ rispetto a GPT-4. Durante un’intervista al Aspen Ideas Festival, Altman ha espresso ottimismo, pur riconoscendo le attuali limitazioni dei modelli AI, come errori di ragionamento e sbagli banali.

Ha paragonato lo sviluppo di GPT-5 all'evoluzione del primo iPhone, che nonostante i difetti iniziali, era già utile. Altman ha anche sottolineato l'importanza di migliorare gli algoritmi e i dati utilizzati. Nonostante in passato avesse affermato che l'era dei modelli giganti stava finendo, ora riconosce che i modelli continueranno a crescere grazie ai consistenti investimenti di OpenAI e Microsoft in potenza di calcolo. Inoltre, Altman crede che l'AI modificherà significativamente l'uso di Internet e i modelli economici tradizionali.

Ha elogiato l'approccio di OpenAI di stipulare accordi con editori preferiti per licenziare contenuti, considerandolo più trasparente rispetto a Google e Perplexity. Tuttavia, ha avvertito che se OpenAI diventasse troppo dominante, potrebbe danneggiare la diversità dei media.

Per maggiori informazioni, clicca per **l'articolo originale**.

Leggi le altre notizie sull'home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/le-aziende-sono-disposte-a-pagare-di-piu-per-assumere-persone-con-le-giuste-competenze-in-ai/495584/

Pillole di AI. Rabbit R1, scoperta grave falla di sicurezza nel codice

Generative AI Insights *è la rubrica curata da* ***Recomb****, il think tank dedicato all'esplorazione dell'impatto e del potenziale*

dell'AI generativa in vari aspetti della vita umana. Recomb studia l'AI generativa da tutte le angolazioni: professionale, etica, tecnica, legale, economica, ambientale, sociale, educativa e culturale. Per leggere tutti gli articoli della rubrica Generative AI Insights su Key4biz ***clicca qui.****.*

Il team dietro **Rabbitude**, un progetto di ingegneria inversa comunitario per il Rabbit R1, ha rivelato di aver trovato un problema di sicurezza nel codice dell'azienda che lascia le informazioni sensibili degli utenti accessibili a chiunque. In un aggiornamento pubblicato sul sito di Rabbitude, il team ha dichiarato di aver avuto accesso alla base di codice di Rabbit il 16 maggio, scoprendo "diverse chiavi API hardcoded critiche". Queste chiavi permettono a chiunque di leggere tutte le risposte che il dispositivo AI R1 ha mai fornito, comprese quelle contenenti informazioni personali degli utenti.

Inoltre, potrebbero essere utilizzate per bloccare i dispositivi R1, alterare le risposte dell'R1 e sostituire la voce del dispositivo. Le chiavi API trovate autenticano l'accesso degli utenti ai servizi di text-to-speech di ElevenLabs, al sistema speech-to-text di Azure, a Yelp per le recensioni e a Google Maps per le ricerche di localizzazione sul dispositivo AI R1. In un tweet, un membro di Rabbitude ha affermato che l'azienda era a conoscenza del problema da un mese ma "non ha fatto nulla per risolverlo".

Dopo la pubblicazione, Rabbit ha revocato la chiave API di ElevenLabs, causando temporanei malfunzionamenti ai dispositivi R1. In una dichiarazione inviata a Engadget, Rabbit ha affermato di essere stata informata di una "presunta violazione dei dati" solo il 25 giugno, e che il suo team di sicurezza ha immediatamente iniziato a indagare. Al momento, Rabbit non è a conoscenza di fughe di dati dei clienti o compromissioni dei propri sistemi, ma fornirà aggiornamenti non appena avrà maggiori dettagli. Il Rabbit R1 è un dispositivo AI standalone progettato da Teenage Engineering

per assistere gli utenti in varie attività, come ordinare cibo e cercare informazioni rapide, ma è stato criticato per la scarsa funzionalità dell'AI.

Per maggiori informazioni, clicca per **l'articolo originale**.

L'Asia avrà bisogno di molta più energia per supportare la diffusione dell'AI

Secondo un articolo pubblicato da Nikkei Asia, l'adozione diffusa dell'intelligenza artificiale in Asia richiederà un significativo incremento della capacità energetica per supportare i data center. Nei prossimi anni, le aziende che gestiscono questi centri di elaborazione dati prevedono di investire oltre 100 miliardi di dollari per espandere le loro capacità nella regione. Un aspetto cruciale per facilitare questa crescita sarà lo sviluppo di progetti energetici puliti, poiché attualmente molti data center asiatici dipendono principalmente da energia alimentata a gas. Mayank Maheshwari, direttore esecutivo e analista di ricerca sull'energia per l'India e il sud-est asiatico presso Morgan Stanley, sottolinea che la crescita dei data center rappresenta una sfida per gli obiettivi di energia pulita in Asia.

Le iniziative di sostenibilità, come l'uso dell'idrogeno come fonte energetica e la costruzione di centri dati alimentati da energia solare, sono in aumento, ma è necessario un ulteriore impegno per soddisfare la crescente domanda di energia generata dall'espansione dell'AI.

Inoltre, Paesi come Singapore e Giappone stanno adottando strategie specifiche per incrementare la capacità dei loro data center e attrarre investimenti in tecnologie verdi. Tuttavia, la corsa alla costruzione di nuovi data center

potrebbe avere un impatto significativo sul consumo energetico e sulle emissioni di carbonio, richiedendo soluzioni innovative e un coordinamento internazionale per mitigare questi effetti.

Per maggiori informazioni, clicca per **l'articolo originale**.

Israele costruirà un supercomputer per tenere il passo nella corsa globale all'AI

Il prossimo mese Israele lancerà una gara d'appalto per stabilire il primo supercomputer del paese, con l'obiettivo di mantenere il suo status di leader globale nelle tecnologie di intelligenza artificiale (AI), ha dichiarato Dror Bin, amministratore delegato dell'Autorità per l'Innovazione di Israele. Parlando a una conferenza sull'AI, Bin ha sottolineato che l'AI è stata un vantaggio per il settore tecnologico israeliano, ma potrebbe diventare una minaccia senza azioni adeguate, data la rapida evoluzione della tecnologia. Il governo sta destinando 250 milioni di dollari a un programma nazionale di AI che coinvolge governo, industria e accademia, il 60% dei quali sarà eseguito nel 2024 e completato nel 2027, con possibili ulteriori finanziamenti. Il settore tecnologico rappresenta il 20% del prodotto economico di Israele, e il paese è ampiamente riconosciuto come uno dei maggiori centri tecnologici del mondo.

Bin ha evidenziato che delle 9.000 startup israeliane, oltre 2.200 utilizzano l'AI, e Israele è al terzo posto mondiale per numero di aziende generative di AI, con 73. La costruzione del supercomputer è cruciale per l'addestramento di modelli AI di grandi dimensioni, permettendo a ricercatori e aziende di accedervi a costi inferiori rispetto al mercato.

Attualmente, per addestrare un grande modello, le aziende

devono acquistare tempo di utilizzo nel cloud, poiché non ci sono data center locali con una quantità significativa di GPU. Questo supercomputer, disponibile a ricercatori e aziende, è fondamentale per garantire che Israele mantenga la sua posizione di leadership nella corsa globale all'AI.

Per maggiori informazioni, clicca per **l'articolo originale**.

Leggi le altre notizie sull'home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/pillole-di-ai-rabbit-r1-scoperta-grave-falla-di-sicurezza-nel-codice/495516/

AI, l'Unione Europea assegna premi a 4 PMI innovative

L'Unione Europea ha annunciato i vincitori della "**Large AI Grand Challenge**" lanciata all'inizio di quest'anno nel tentativo di accelerare il ritmo dell'innovazione interna da parte dei produttori di modelli di intelligenza artificiale su larga scala. Quattro startup si divideranno 1 milione di euro di premio in denaro e, cosa forse ancora più importante, 8 milioni di ore GPU per addestrare i loro modelli su un paio di supercomputer HPC (High Performance Computing) nei prossimi 12 mesi. Tra questi c'è anche Leonardo.

La Commissione ritiene che ciò consentirà loro di **ridurre i tempi di formazione modello** "da anni a settimane". Le quattro startup vincitrici sono la fintech **francese Lingua Custodia**, che elabora documenti finanziari utilizzando l'elaborazione del linguaggio naturale, la **startup belga Textgain**, che

utilizza l’elaborazione dei testi ma si concentra sull’analisi di dati non strutturati, come il monitoraggio delle chat dei social media per l’incitamento all’odio, la **startup lettone Tilde**, un altro specialista linguistico che si concentra sulle lingue balto-slave, offrendo traduzione automatica e chatbot basati sull’intelligenza artificiale nelle lingue di destinazione; e la **portoghese Unbabel**, che unisce la traduzione automatica con l’esperienza di madrelingua e l’applicazione dell’intelligenza artificiale per casi di utilizzo del servizio clienti e della produttività per i clienti aziendali.

La Commissione ha affermato che l’AI Challenge **ha ricevuto un totale di 94 proposte**. Al termine del periodo di formazione, l’UE si aspetta che tutti i vincitori rilascino i modelli sviluppati con una licenza open source per uso non commerciale o pubblichino i risultati della ricerca.

Leonardo è protagonista dello scenario HPC

L’UE ha presentato un piano per espandere l’accesso delle startup all’hardware di supercalcolo del blocco tramite il discorso sullo stato dell’unione della **presidente Ursula von der Leyen lo scorso autunno**, affermando all’epoca che l’obiettivo era promuovere “startup di intelligenza artificiale etiche e responsabili”. L’impresa comune europea per il calcolo ad alte prestazioni (nota anche come EuroHPC JU) ha attualmente otto supercomputer operativi (nove acquistati), e due dei quali forniranno l’assegnazione di 8 milioni di ore GPU ai quattro vincitori: vale a dire, Lumi con sede in Finlandia e Leonardo in Italia (che sono entrambi supercomputer HPC pre-esascala).

Lavorare all’infrastruttura

Questa manciata di startup europee che costruiscono modelli di intelligenza artificiale su larga scala non saranno le prime ad avere un assaggio di ciò che l’hardware HPC può fare. Il produttore francese di modelli di intelligenza artificiale **Mistral ha preso parte a una prima fase pilota della fornitura** di supercalcolo l’estate scorsa, utilizzando proprio il nostro Leonardo per “eseguire alcuni piccoli esperimenti”. L’iniziativa EuroHPC ha finora fornito una certa capacità anche agli operatori commerciali. Tuttavia, la domanda per i supercomputer in genere supera di gran lunga l’offerta, quindi le startup di intelligenza artificiale vengono essenzialmente messe in prima fila. **La Commissione ha riconosciuto la necessità di riconfigurare e riorganizzare l’infrastruttura HPC** per l’era dell’intelligenza artificiale generativa. Ecco perché, a gennaio, ha annunciato un pacchetto di misure di “innovazione AI” con proposte per l’aggiornamento dei supercomputer e la creazione di un livello di supporto per migliorare l’accessibilità, in modo che le startup dell’intelligenza artificiale possano sfruttare più facilmente l’infrastruttura.

Leggi le altre notizie sull’home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/ai-lunione-europea-assegna-premi-a-4-pmi-innovative/495521/

Consob, algoritmi per

l’individuazione di casi sospetti di insider trading. Mattarella: “Consob saprà affrontare le nuove sfide dell’AI”

Consob, l’autorità italiana di vigilanza sui mercati finanziari, sta accelerando l’adozione dell’intelligenza artificiale per migliorare la sorveglianza e la regolamentazione del mercato.

Secondo quanto rende noto l’ente di vigilanza dei mercati che ieri ha presentato la relazione annuale, lo scorso anno sono state condotte attività di testing su due prototipi sviluppati internamente nel 2022 in collaborazione con la **Scuola Normale Superiore di Pisa** ed è stato sviluppato un terzo modello.

“Si tratta di algoritmi che potrebbero supportare le analisi preliminari per l’individuazione di casi sospetti di insider trading, alle quali far seguire mirate attività di indagine”, si legge nelle slide allegate alla relazione.

L’obiettivo delle attività è individuare nuove modalità operative di supporto alla vigilanza, *“fornendo uno strumento che possa essere utile e in grado di favorire una maggiore armonizzazione e trasparenza”.*

Per dare un’idea della potenzialità dell’IA, “l’algoritmo ci mette tre secondi per trovare un errore, l’analista umano esperto non meno di 20 minuti”, spiega l’authority.

Consob: AI per una migliore sicurezza per chi investe

Questo avanzamento tecnologico è parte di un piano più ampio per potenziare le capacità di monitoraggio e prevenzione di frodi e abusi, garantendo una maggiore trasparenza e sicurezza per gli investitori.

L'introduzione dell'IA permetterà a Consob di analizzare in tempo reale grandi volumi di dati finanziari, identificando anomalie e comportamenti sospetti con una precisione maggiore rispetto ai metodi tradizionali. Questa mossa risponde all'esigenza di adattarsi alle nuove dinamiche del mercato finanziario, sempre più digitalizzato e complesso, dove la rapidità e l'efficacia nella gestione delle informazioni sono cruciali.

L'adozione dell'IA non solo aumenterà l'efficienza operativa di Consob, ma potrà anche contribuire a ridurre i costi di sorveglianza, permettendo di allocare risorse in maniera più strategica. L'implementazione di queste tecnologie avanzate rappresenta un passo significativo verso un sistema finanziario più robusto e resiliente, capace di affrontare le sfide contemporanee del settore.

La collaborazione con partner tecnologici e l'investimento in formazione per il personale sono altri elementi chiave di questa strategia, che mira a creare un ambiente di mercato più sicuro e affidabile per tutti gli attori coinvolti.

Mattarella: "Sono certo che la Consob saprà affrontare le nuove sfide che provengono alla finanza

dall’applicazione dell’AI sul piano delle regole“

“I mercati finanziari costituiscono un segmento di particolare rilievo per l’andamento dell’economia globale. Garantirne il corretto funzionamento e la stabilità, mediante il contenimento dei rischi e attraverso la regolamentazione e la vigilanza ad elevato contenuto tecnico dei mercati e delle relative infrastrutture, costituisce un’attività fondamentale per incrementare la fiducia dei risparmiatori, la tutela degli investitori, rimuovere le barriere all’accesso delle imprese, in particolare di quelle piccole e medie e, dunque, per aumentare la crescita e sostenere la competitività del sistema Paese“, ha dichiarato il Presidente della Repubblica, **Sergio Mattarella**, nel messaggio inviato al Presidente della Commissione Nazionale per le Società e la Borsa (Consob), **Paolo Savona.**

“*Sono certo che la Commissione Nazionale per le Società e la Borsa saprà ora affrontare le nuove sfide che provengono alla finanza dall’applicazione della tecnologia e dell’intelligenza artificiale sul piano delle regole e dell’organizzazione, nonché dall’evoluzione dei mercati europei, sempre più integrati tra loro e che richiedono assetti di vigilanza conseguenti”,* ha concluso il presidente.

Per approfondire

Leggi le altre notizie sull’home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/consob-algoritmi-per-lindividuazione-di-casi-sospetti-di-insider-trading-mattarella-consob-sapra-affrontare-le-nuove-sfide-dellai/495341/