

VINO E TECNOLOGIA

Gli androidi degusteranno vini elettrici?

Il punto sull'intelligenza artificiale e su come la tecnologia sta impattando il mondo del vino

di **RAFFAELE CUMANI**



Ci perdonerete la licenza letteraria che fa il verso agli androidi di Philip K. Dick, ripresi poi dal celeberrimo film Blade Runner di Ridley Scott. Abbiamo parlato di sommelier virtuali poco più di un anno fa qui su ViniPlus (N°23, maggio 2023, “Sarà l’intelligenza artificiale il sommelier del futuro?”), quando per la prima volta abbiamo accostato l’intelligenza artificiale (IA) al vino. ChatGPT era entrato prepotentemente nell’agenda pubblica solo da qualche mese. Lo avevamo perciò interrogato e avevamo poi chiacchierato con alcuni protagonisti

del settore per confrontarci su quanto l’IA potesse impattare sul lavoro del sommelier. Alcune reazioni sembravano sbalordite: una macchina che può produrre quello che per l’uomo è pura poesia sensoriale? Oggi, sembra già passata un’era geologica e quindi eccoci nuovamente a parlare di IA riprendendo le fila del discorso, ma allargando un po’ di più lo sguardo per fare il punto della situazione.

COLONIZZATORI DI NUOVI MONDI E CACCIATORI DI ANDROIDI

Sempre citando gli scenari distopici della fantascienza, anche il dibattito pubblico si polarizza spesso tra apocalittici e integrati, tra chi oppone un rifiuto categorico alle nuove tecnologie evocando scenari di sostituzione e chi invece crede che queste contribuiranno in maniera decisiva a sviluppo e benessere. Da un lato i mercati finanziari scommettono sullo sviluppo tecnologico come ricetta per sostenere la crescita puntando sull’aumento della produttività del lavoro. Se i possibili benefici, dalla velocizzazione dei processi di analisi o di produzione di contenuti, solo per citare alcuni esempi, sono sotto gli occhi di tutti, in molti però sottolineano i rischi. La perdita di capacità di apprendimento e di creatività umane con il conseguente appiattimento generale, l’incidenza negativa che la tecnologia potrà avere sui posti di lavoro, la possibile proliferazione di contenuti fake ed i rischi per la nostra democrazia sono solo alcune delle minacce paventate. Senza pensare all’impatto sul consumo di energia ed acqua che preoccupano chi per anni ha puntato sulla sostenibilità. Insomma, il dibattito è quanto mai attuale e ampio.

Alcuni studi mostrano come l’utilizzo della cosiddetta IA generativa, quella cioè che a partire da richieste (prompt) è in grado di produrre testo, immagini, video o altri media, abbia un potenziale impatto positivo sulla produttività delle imprese. Nella nostra vita lavorativa di tutti i giorni produrre report di riunioni, bozze di progetti, di presentazioni o di testi, solo per fare alcuni esempi, è diventato molto più veloce. Il livello degli output è diventato davvero impressionante – quanti di noi sono rimasti a fissare l’im-

magine fake del Papa nelle vesti di un rapper chiedendosi se fosse un'immagine vera o meno? –, la loro personalizzazione può già portare risultati interessanti.

E IL MONDO DEL VINO?

Dalle pratiche agronomiche sino alle applicazioni in cantina, il mondo del vino non è rimasto a guardare. L'IA è utilizzata oggi nella viticoltura di precisione per migliorare la produzione, ad esempio, nella previsione meteo o nel rilevamento delle malattie delle piante. Le analisi sempre più precise potranno poi avere un impatto anche sulla sostenibilità delle cantine nell'ottimizzazione delle risorse idriche ed energetiche o dei trattamenti. Di certo l'automazione di attività ripetitive o dispendiose potrebbe in futuro sopperire anche alla mancanza prolungata di personale in campagna.

Non solo, l'IA può essere d'aiuto nel monitoraggio in tempo reale delle fermentazioni o nel mantenimento di condizioni ideali in cantina attraverso processi di auto-



L'Intelligenza Artificiale può selezionare il linguaggio più efficace per il consumatore

«Per i professionisti l'IA è una grande opportunità»

«Ho sempre affrontato il linguaggio del vino con un approccio pop e multimediale, uno degli ultimi step è stato lavorare sul vino con l'IA» afferma Adua Villa, sommelier, giornalista, scrittrice e autrice del libro: «Tutto in una notte: il primo libro sul vino scritto in compagnia dell'intelligenza artificiale». «Nello scrivere il mio libro mi ci sono confrontata, l'ho messa alla prova e presa anche un po' in giro, come si fa con i propri amici durante una serata. È stato come avere un compagno di brainstorming sempre pronto a stimolare la mia creatività».

Secondo Adua Villa, il confronto con l'IA, soprattutto nell'ultimo anno, ha consentito una vera e propria fermentazione di idee e innovazioni che hanno portato a notevoli progressi. «In primis, ne parliamo, non è più un tabù, non è più "il male", ma può essere un compagno di gioco da utilizzare in tutta la sua potenzialità. Rispetto allo sviluppo dell'AI Generale (AGI) con capacità estremamente avanzate e l'ambizione di emulare il ragionamento umano, preferisco guardare a soluzioni dell'IA più agili e specializzate, sviluppando strumenti verticali focalizzati su singoli compiti o settori. Questi, per loro natura, sono più leggeri, flessibili e rapidi nell'adattarsi e rispondere alle esigenze. L'IA generativa rappresenta un tumulto tecnologico paragonabile forse solo alla rivoluzione di Internet e della stampa. Strumenti che incutono un certo timore, non tanto di sostituzione, ma per la velocità della loro evoluzione e il rischio di restare indietro. È inevitabile che alcune professioni verranno soppiantate, ma quanti nuovi lavori emergeranno? Sono convinta che chi ha in mano una professionalità potrà guardare all'IA come una grande opportunità».

mazione. Allo stesso modo l'analisi del vino stesso potrà diventare sempre più precisa e rapida per garantire standard qualitativi più elevati. Non lo abbiamo assaggiato, ma lo scorso anno la cantina francese **Aubert & Mathieu** annunciava il vino "The End", prodotto con il supporto di ChatGPT in tutte le sue fasi, dai suggerimenti sull'assemblaggio, fino a quelli sull'etichetta e per la commercializzazione.

Non va sottovalutato poi il supporto che le piattaforme potranno fornire sulla lettura dei dati di mercato e quindi nel migliorare i processi di vendita e distribuzione o nel creare studi di settore. La raccolta e l'elaborazione dei feedback dei consumatori è sicuramente materia di grande interesse per le cantine. Su questo fronte gli scienziati di Technical University of Denmark, California Institute of Technology e University of Copenhagen hanno incrociato centinaia di migliaia di immagini, recensioni sulla piattaforma Vivino e annate ideando una Taste Map che promette di creare corrispondenze tra le impressioni gustative e la possibilità di suggerire, ad esempio, bottiglie con profili sensoriali simili.

MARKETING E COMUNICAZIONE DEL VINO AD UNA SVOLTA

Sulla comunicazione del vino potrebbero poi arrivare vere e proprie rivoluzioni. Se da un lato i suggerimenti d'acquisto sui vari touch point sono influenzati sempre più da algoritmi in grado di profilare ed evadere con sempre maggior precisione gusti, necessità e domande del cliente finale, i "sommelier virtuali" potrebbero semplificare e rendere paradossalmente più accessibile al consumatore il linguaggio del vino.

Sul fronte della generazione di contenuti le applicazioni sono molteplici. Dal disegno delle etichette alle campagne mirate su pubblici specifici, fino ad attività come la produzione di un video didattico che spieghi l'annata o il territorio, il testo di un comunicato o delle schede dei vini per il proprio sito web, la scrittura e la pubblicazione ottimizzata dei post sui propri canali social. Sono solo alcuni degli esempi delle infinite possibilità già in atto. La creazione di strumenti sempre più verticali darà certamente risultati più precisi ed in grado di soddisfare le nostre richieste "di settore".

STRATEGIA, REGOLE E L'IMPORTANZA DI FARE RETE

Come in tutte le rivoluzioni, perché di questo si tratta, il punto focale sarà governare i processi e non subirli. Le nuove tecnologie hanno un costo, non sempre affrontabile per le singole realtà. Certamente coloro che riusciranno a mettere a fattor comune competenze, risorse e dati avranno maggiore possibilità di cavalcare il cambiamento. Le competenze saranno la chiave del successo di fenomeni con accelerazioni e scosse sempre più rapide e dirompen- ti. Chi saprà nutrire, interrogare e capire quelli che sono gli ambiti più utili in cui utilizzare l'IA e le automazioni avrà vantaggi forse non ancora quantificabili oggi. Certo, serviranno regolamenti chiari e condivisi a livello sovranazionale. Ma più di tutto servirà non appiattirsi e continuare a studiare il fenomeno e i cambiamenti e ricordare che le nuove tecnologie devono essere strumenti per migliorare la condizione umana. ♦

«L'IA è uno strumento straordinario, ma da solo non basta»

«Oggi, nella fase dell'hype, l'IA viene interrogata per tutto. Ci sono grandi investimenti su quella generalista, ma pochi su quelle settoriali, verticali e nazionali. Proprio per questo, ho creato un mio "canale" ChatGPT verticale, svolgendo un addestramento quotidiano con i miei prompt». Andrea Gori, sommelier, giornalista e consulente informatico, è stato molto attento all'utilizzo delle nuove tecnologie e anche questa volta uno dei primi nel mondo del vino a confrontarsi con l'IA. «Le risposte customizzate e ottimizzate migliorano in questo modo e sono di aiuto nel proprio lavoro». Ma quali sono le opportunità per le cantine? «Quelle di grandi dimensioni dovrebbero dare in pasto all'IA testi e materiali per produrre contenuti più velocemente, coerenti con il proprio linguaggio. Il personale va però formato nell'interrogarla. In questo modo l'IA potrebbe diventare il proprio consulente ad esempio per il marketing, potrebbe svolgere attività di customer care o stendere bozze di progetti e bandi. Insomma, mansioni time consuming».

Secondo Gori, farsi capire velocemente da pubblici diversi, un classico problema delle aziende vinicole, può essere risolto con l'aiuto dell'IA. «Una volta addestrata, l'IA potrebbe ottimizzare un testo per uno specifico pubblico utilizzando termini diversi a seconda che ci si rivolga a professionisti o meno» Uno strumento straordinario, ma da solo non basta. «Se fai domande banali avrai risposte banali, la riflessione vera da fare è cosa ce ne facciamo di questi strumenti? Dal mio punto di vista con mezzi come ChatGPT il problema della comunicazione sarà risolto, possiamo liberare risorse del nostro cervello per interrogarci su questioni che contano davvero come il ruolo del vino nella nostra società».



Andrea Gori, sommelier, giornalista e informatico, ha creato un proprio canale ChatGPT