



ressate a diventare ancora più qualificate attraverso la certificazione sull'accessibilità web, che Yeah! rilascia a chi rispetta gli standard internazionali di accessibilità web».

Cresce la domanda, cresce la necessità di incrementare il team di figure specializzate, così il gruppo di lavoro arriva alle attuali dieci unità: dal profilo del Disability Manager a quello del Creator di contenuti digitali accessibili.

Altro pilastro di Yeah! è la formazione a tutti i livelli: «con la nostra Academy», spiegano Marco e Fabio, «prepariamo le strutture pubbliche e private a riconoscere e soddisfare le esigenze degli utenti con disabilità. Collaboriamo anche con istituti di credito per affiancare i loro sviluppatori web interni, nelle scuole (ad esempio istituti tecnici per il turismo) e nelle università».

L'intelligenza artificiale rivoluziona anche la spesa Così nasce il «Prendi&Vai»

L'INTERVISTA Inaugurato a Verona il primo supermercato senza casse, grazie alla collaborazione con il Gruppo Custom. Parla il presidente Stradi

Tutto è cominciato a Verona, in Via Stella. Lì è stato inaugurato il primo supermercato senza casse in Italia. Con insegna «Tuday Conad» della cooperativa trentina Dao, che ha in programma un'altra apertura a Trento. L'infrastruttura tecnologica per la realizzazione di un flusso di pagamento digitale è stata fornita da Nexi e permette ai clienti di prelevare i prodotti dagli scaffali e poi pagarli all'uscita senza doverli passare sul nastro cassa. In tutto il negozio, infatti, appositi sensori identificano gli articoli scelti e li aggungeranno al carrello virtuale, fino al momento del check out. Il gruppo Custom, grazie alla specializzazione di System Retail, ha svolto un ruolo chiave nello sviluppo della parte check out del «Prendi&Vai» di Verona, garantendo un processo fluido e sicuro per i clienti. «La nostra competenza tecnologica Carlo Stradi, presidente e fondatore del gruppo - è stata fondamentale nell'integrare tecnologie all'avanguardia, contribuendo a rendere l'esperienza di acquisto veloce, innovativa e cashless».

La collaborazione con il Gruppo Dao nel progetto Autonomous store di Tuday Conad a Verona ha ottenuto risultati notevoli...

«L'integrazione dell'intelligenza artificiale nel Tuday Conad ha consentito un'esperienza di spesa rivoluzionaria. I clienti possono scegliere liberamente i prodotti

Prendi & Vai
L'apertura in Via Stella del primo supermercato senza casse Conad Tuday che si avvale della collaborazione di Custom



e la rete di sensori comunica con l'AI, rendendo il processo di acquisto veloce e innovativo. L'uso dell'intelligenza artificiale ha contribuito a una gestione più efficiente delle transazioni, migliorando la privacy e la sicurezza durante l'esperienza di acquisto. Anche la nuova Custom Pay è un esempio concreto della filosofia del nostro gruppo, dopo 30 anni di esperienza in ambito Retail abbiamo intercettato dalla nostra rete un bisogno latente che abbiamo accolto e interiorizzato».

Oltre all'hardware e al software avanzato, Custom Group offre una vasta gamma di soluzioni tecnologiche integrate di alta qualità e in-

novazione. Quali sono i principali benefici che il gruppo apporta ai suoi clienti nel settore retail?

«La nostra offerta integra tradizionali punti cassa, dispositivi di self service, bilance di precisione e strumenti innovativi per migliorare l'efficienza operativa. Forniamo inoltre soluzioni di pagamento avanzate e un service center completo. Essere un unico interlocutore per soluzioni personalizzate e "a catalogo" rende Custom il partner ideale per chi cerca una soluzione globale nel mondo del retail e dei pagamenti».

Avete annunciato da poco un incremento di fatturato, superando i 140 milioni di euro. Quali sono stati i fatto-

ri chiave di questa crescita e come si inserisce nel quadro della visione strategica del gruppo?

«La crescita significativa del nostro fatturato in questi ultimi anni è il risultato di un impegno incessante verso l'innovazione, partnership strategiche e una visione proattiva. Il Gruppo Custom si distingue per un'offerta integrata unica nel settore retail, che spazia dalla tecnologia avanzata in ambito retail, transport e logistica ai servizi di pagamento. La visione strategica del Gruppo, come delineata nel piano industriale "Custom Forward", si focalizza sull'ottimizzazione dell'efficienza aziendale e sulla personalizzazione delle soluzioni per soddisfare le crescenti esi-

genze del mercato in mercati differenti ma sinergici».

Guardando al futuro, quali sono i piani e le ambizioni del Gruppo Custom?

«Il Gruppo Custom si impegna a continuare ad anticipare le esigenze del mercato e a ridefinire il futuro del retail attraverso l'innovazione, l'integrazione e l'eccellenza operativa. Il progetto Custom Forward comprende l'adozione di un modello operativo improntato ad un approccio globale a mercati, allo sviluppo continuo di soluzioni e prodotti innovativi supportati da nuove iniziative come Custom Pay, accompagnate da un nuovo management a supporto della crescita internazionale». **LM**

ESPLORATORI

L'impatto dirompente dell'AI Act Le pmi si facciano trovare pronte

RICCARDO BORSARI
Docente università di Padova

Lo scorso 13 marzo, il Parlamento Europeo ha approvato il Regolamento sull'Intelligenza Artificiale (AI Act). Entrerà in vigore decorsi venti giorni dalla pubblicazione in Gazzetta ufficiale dell'UE, ma prima dovrà essere tradotto nelle lingue ufficiali

comunitarie e approvato dal Consiglio Europeo.

Diverrà operativo dopo due anni dall'entrata in vigore e dall'effettiva applicazione, ad eccezione di qualche disposizione specifica.

L'obiettivo è quello di tutelare i diritti fondamentali, la democrazia e la sostenibilità ambientale dai sistemi di IA ad alto rischio e, al contempo, favorire e promuovere l'innovazione tecnologica

assicurando all'Europa un ruolo di guida nel settore.

Il Regolamento poggia su un approccio cosiddetto «risk based»: più elevato è il rischio dei processi utilizzati, maggiore è il livello di monitoraggio a cui saranno sottoposti.

Gran parte dei modelli di Intelligenza Artificiale (quali ad esempio quelli utilizzati in videogiochi, filtri anti-spam ed e-commerce) pre-

senta rischi ridotti per la tutela dei diritti dei cittadini, sicché non sono previste particolari tutele.

Altri invece (ad esempio i chatbot) necessitano di specifica autorizzazione per poter essere immessi nel mercato, mentre altri ancora (come il cosiddetto «social scoring» e i sistemi di identificazione biometrica in spazi pubblici) sono vietati, salvo casi eccezionali.

Il provvedimento, di recente approvazione, rappresenta una vera rivoluzione nel settore ed è da accogliere con assoluto favore. Nondimeno, si tratta di un testo molto ampio e complesso all'interno del quale non è semplice orientarsi. D'altronde, è difficile disciplinare

compiutamente un fenomeno, quale quello dell'Intelligenza Artificiale, in continua e soprattutto rapida evoluzione: al momento dell'entrata in vigore, peraltro, potrebbero essere emerse ulteriori innovazioni (almeno inizialmente) prive di tutela giuridica.

Il medesimo testo normativo, inoltre, regola al suo interno, sistemi molto diversi e che a seconda del settore (scolastico, aziendale, sanitario, dei trasporti, etc.) in cui vengono calati pongono differenti criticità di carattere giuridico e prima ancora etico.

La nuova normativa avrà un impatto dirompente sulla vita delle imprese: sia dal punto di vista della com-

pliance, poiché i costi necessari per garantire un assetto conforme all'AI Act non sono esigui, sia nei rapporti con organizzazioni dei Paesi extra UE, rispetto alle quali non vigono gli stessi obblighi in tema di intelligenza artificiale.

Per start-up e Pmi europee che sviluppano o utilizzano IA il rischio è quello di non riuscire a farsi trovare pronte.

Al fine di non risultare meno competitivi rispetto a concorrenti internazionali sarà allora necessario che i singoli Stati membri dell'UE istituiscano e rendano accessibili a livello nazionale spazi di sperimentazione per sviluppare sistemi di IA innovativi da immettere sul mercato.