

A Wine2Wine 2024 l'AI è protagonista, ma il settore del vino riafferma il valore dell'analogico

scritto da Veronica Zin | 13 Novembre 2024



L'edizione 2024 del Wine2Wine ha evidenziato l'importanza delle competenze umane nell'uso dell'intelligenza artificiale nel settore vinicolo. Le conferenze, guidate da esperti come Felicity Carter e Dorli Muhr, hanno sottolineato il valore irrinunciabile delle relazioni umane e del contatto diretto, anche nell'era della digitalizzazione avanzata.

Fin dall'introduzione di apertura del primo giorno di **Wine2Wine**, Stevie Kim, managing partner di Vinitaly, ha dichiarato che **l'intelligenza artificiale** sarebbe stato il focus principale di questa edizione.

Dai titoli delle conferenze, infatti, è emerso fin da subito il tema caldo dell'AI declinato al mondo del vino, ai suoi possibili utilizzi e alle opportunità che un corretto utilizzo della tecnologia può creare.

In realtà, assistendo alle conferenze a tema AI quello che è emerso forte e chiaro è che è **l'intervento analogico ad essere indispensabile**. Soprattutto di fronte ad un mondo in continua evoluzione in cui la tecnologia, ed in particolar modo l'intelligenza artificiale, altro non è che uno strumento a servizio dell'uomo.

Proprio sotto questo punto di vista sono state, pertanto, molto interessanti e calzanti due conferenze: una tenuta da **Felicity Carter** dal titolo *"Generative AI: big possibilities and unexpected pitfalls"* e l'altra presentata da **Dorli Muhr** intitolata *"Rediscovering analog: the importance of human connections"*.

Se da una parte Felicity Carter ha sottolineato come l'intelligenza artificiale sia effettivamente utile solo se accompagnata dalle **competenze dei professionisti**, dall'altra Dorli Muhr ha invece rivendicato **l'importanza del mondo analogico**, delle relazioni *de visu*, in contrasto con quelli che sono i limiti che la sfera digitale impone oggi.

Andando per ordine e volendo approfondire gli interventi di due importanti figure del vino, Carter ha iniziato l'incontro, che l'ha vista nelle vesti di presentatrice, spiegando che gli strumenti chiave dell'intelligenza artificiale – modelli linguistici, strumenti di design, social media analytics e CRM systems – **producono quello che i professionisti fanno già con l'unica differenza che l'AI lo fa molto più velocemente**.

Tuttavia, l'intervento umano diventa indispensabile in questo contesto nel momento in cui l'intelligenza artificiale produce **modelli standardizzati, poco originali e molto simili fra loro**: se chiedessimo a uno strumento di AI di creare un piano

marketing efficace, il risultato che otterremmo sarebbe un piano marketing piatto, poco personalizzato e quindi anche poco efficace.

Ecco perché **il lavoro dovrebbe partire da una propria idea di partenza, che sia un'idea di business, un'idea per un testo o per una creatività grafica**, l'intelligenza artificiale può proporre delle intuizioni, può dare dei consigli o dei suggerimenti, ma se si vuole che il lavoro sia efficace, l'idea che lo origina deve essere umana.

Con questo non si vuole intendere che l'intelligenza artificiale non abbia la sua utilità poiché i benefici dell'AI – è da riconoscere – esistono e sono molti. Ma, di fronte ad un'era tecnologica in cui siamo sempre più abituati a lavorare con il computer, magari da casa e in cui sta prendendo piede la possibilità di un confronto direttamente con l'AI, **Dorli Muhr reclama la necessità di salvaguardare le relazioni umane.**

Per esempio, Muhr ha citato l'aumento, secondo i dati statistici, di casi psicopatologici nella società moderna e che sono causati da uno stato di stasi nociva.

“L'utilizzo continuo della tecnologia elimina tre elementi importanti nella vita sociale: il cambiamento di ruolo, il contatto fisico ed il confronto”, ha detto Muhr.

Quando si lavora in *smart working*, usando il computer per otto ore al giorno e senza magari avere la possibilità di svolgere un'attività sportiva o di passare del tempo qualitativo fuori casa con la propria famiglia o con gli amici, si crea **un *modus operandi* che non permette di cambiare scenario né ruolo.**

Una visione analogica del mondo del vino dà valore ad esperienze che è necessario rivalutare e rispolverare: una degustazione in cantina che non sia finalizzata esclusivamente alla vendita quanto più alla formazione, ma anche un evento,

un seminario o una masterclass che si svolgano di persona e dove ci sia la possibilità di interagire.

Quindi, nell'era della digitalizzazione e dell'intelligenza artificiale, **il contatto e le esperienze conviviali rappresentano un tassello fondamentale**, da custodire per non perdere coscienza dell'origine di tutte le cose: **il confronto umano**.

Un po' come a voler dire: ***“Sì, interessante questa analisi dati! Ora andiamo a berci un bicchiere di vino in compagnia!”***

Punti chiave:

1. Wine2Wine 2024 ha puntato sull'AI come tema centrale.
2. Felicity Carter ha evidenziato l'importanza delle competenze umane nell'uso dell'AI.
3. Dorli Muhr ha riaffermato il valore delle relazioni dirette.
4. L'AI è utile ma necessita di un approccio personalizzato per essere efficace.
5. Il contatto umano rimane indispensabile nell'esperienza vinicola.