

INTERNET

I "big data" saranno redditizi anche per gli utenti

ECONOMIA

10_07_2019



**Ruben
Razzante**



E' realistico immaginare che nuovi intermediari inizino a fare gli interessi degli utenti, pretendendo per loro un'adeguata remunerazione dei dati che rilasciano costantemente ai colossi del web? Potrà sembrare utopistico, ma potrebbe non esserlo. Quando noi creiamo e alimentiamo i nostri profili social o scarichiamo delle app, cioè beneficiamo gratuitamente di una serie di servizi che i giganti della Rete ci mettono a disposizione, ci

illudiamo di aver ricevuto tutto gratuitamente. In realtà stiamo solo cedendo progressivamente spazi di nostra sovranità digitale in cambio di opportunità relazionali, conoscitive e informative. Ci arricchiamo in termini di conoscenza e di socialità ma chi ci “regala” questi servizi ci conosce sempre meglio, scruta i nostri gusti, le nostre abitudini, i nostri comportamenti e può orientare sempre meglio il suo marketing nei nostri confronti, monetizzando l'utilità di questi nostri infiniti dati.

Il tema dei big data e dei loro risvolti economici e di tutela dei diritti degli utenti è stato oggetto di una recente iniziativa congiunta di Agcom, Antitrust e Garante privacy. A breve, infatti, saranno pubblicate le Linee Guida di cooperazione e le raccomandazioni di policy, scaturite dall'indagine conoscitiva di Agcom, Antitrust e Garante privacy avviata nel maggio del 2017 per analizzare le implicazioni per la privacy, la regolazione, la tutela del consumatore e l'antitrust, dello sviluppo dell'economia digitale e, in particolare, del fenomeno dei big data. In un comunicato del Garante della privacy sono state annunciate azioni coordinate dei tre Garanti in un'ottica di protezione, di gestione e di accesso ai dati personali.

La disponibilità dei dati è sempre più rilevante per l'ottimizzazione di processi e decisioni, per l'innovazione e per l'efficiente funzionamento dei mercati e i big data rappresentano un fenomeno che non è limitato a specifici settori ma investe l'economia nel suo complesso. Inoltre, lo sviluppo dell'economia data driven ha implicazioni non solo sul funzionamento dei mercati e sul benessere dei consumatori, ma anche sotto il profilo sociale e democratico. I dati sono utili per la fornitura di servizi ma possono ledere la riservatezza degli individui che spesso non si rendono conto di pagare le app con i propri dati personali.

La decisione dei Garanti di privilegiare un approfondimento interdisciplinare e di svolgere un'indagine conoscitiva congiunta origina proprio dalla consapevolezza che le caratteristiche dell'economia digitale sono molto spesso tali per cui gli obiettivi propri delle tre Autorità tendono quasi inevitabilmente ad intrecciarsi. Laddove i rapporti non univoci tra concorrenza, privacy e pluralismo richiedono un coordinamento particolarmente stretto, il confronto costante tra le diverse autorità di garanzia si rende necessario anche al fine di riconoscere e riconciliare possibili trade-off tra strumenti e obiettivi delle diverse Autorità. Come detto in apertura, una possibile soluzione potrebbe essere quella di favorire l'ingresso di nuovi intermediari dei dati che, sumando degli utenti e nel rispetto della normativa a tutela della privacy, possano interfacciarsi con le grandi piattaforme globali con un accresciuto potere negoziale in merito alla contrattazione sul valore del dato e sul suo impiego commerciale.

Le linee guida prevedono che Governo e Parlamento si interrogino sulla necessità di promuovere un appropriato quadro normativo che affronti la questione della piena ed effettiva trasparenza nell'uso delle informazioni personali (sia nei confronti dei singoli che della collettività). Ai vantaggi in termini di riduzione dei costi di transazione per imprese e cittadini, si affiancano nuovi rischi sotto il profilo concorrenziale, della protezione del dato personale e del pluralismo informativo. In particolare, la disponibilità di enormi volumi e varietà di dati da parte dei grandi operatori digitali globali, e della capacità di analizzarli ed elaborarli, ha portato a forme di sfruttamento economico del dato e della sua valorizzazione ai fini della profilazione algoritmica legata a diversi scopi commerciali, generando nuove concentrazioni di potere, interessando i diritti fondamentali, i profili concorrenziali, il pluralismo e la stessa tenuta dei sistemi democratici.

Inoltre, la riduzione dell'asimmetria informativa tra utenti e operatori digitali nella fase di raccolta dei dati costituisce un fondamentale obiettivo di policy al quale devono contribuire diversi strumenti. L'utente-consumatore deve essere messo al corrente sia degli usi dei dati ceduti, sia della necessità della cessione in merito al funzionamento del servizio offerto. Molte app mostrano una relazione inversa tra prezzo di acquisto dell'app e permessi richiesti all'utente, talvolta anche per la medesima app. Si deve altresì procedere a una progressiva riduzione delle asimmetrie informative tra le grandi piattaforme digitali e gli altri operatori che le usano, aumentando la trasparenza dei criteri con i quali i dati vengono elaborati e favorendo l'ingresso di nuovi intermediari dei dati che possano interfacciarsi con le piattaforme globali con un accresciuto potere negoziale in merito alla contrattazione sul valore del dato e sul suo impiego

commerciale.

L'Istituzione di un coordinamento tra le Autorità punta a contrastare le norme atte a proteggere assetti di mercato “maturi” a scapito dello sviluppo delle innovazioni indotte dalla digitalizzazione, in favore di competitività del sistema economico e benessere dei consumatori. Vanno definite condizioni di concorrenza per eliminare gli ingiustificati vantaggi fiscali e le relazioni industriali di cui beneficiano i big della rivoluzione digitale. Infine, la collaborazione tra le Autorità punta a emancipare e accrescere la consapevolezza della collettività sia dei benefici che dei rischi derivanti dalla digitalizzazione dell'economia. Dunque ben venga questa iniziativa congiunta delle tre Autorità, che va nella direzione di riequilibrare i rapporti tra detentori dei big data e utenti-consumatori.