



Big Data: Agcom, Antitrust e Garante privacy avviano indagine conoscitiva

L'Autorità Antitrust, l'Autorità per le Garanzie e nelle Comunicazioni e l'Autorità Garante per la protezione dei dati personali hanno avviato, in data 30 maggio 2017, un'indagine conoscitiva congiunta riguardante l'individuazione di eventuali criticità connesse all'uso dei cosiddetti big data e la definizione di un quadro di regole in grado di promuovere e tutelare la protezione dei dati personali, la concorrenza dei mercati dell'economia digitale, la tutela del consumatore, nonché i profili di promozione del pluralismo nell'ecosistema digitale.

I Big Data si differenziano dagli altri dati per la particolare estensione della quantità di dati raccolti (volume), la continua evoluzione dei dati e la rapidità di analisi in tempo reale effettuata tramite l'utilizzo di complessi algoritmi (velocità) e la diversità e ricchezza a seconda del contenuto e del formato dei dati (varietà). Tali dati sono divenuti essenziali per la crescita economica, l'offerta di servizi innovativi, la creazione di posti di lavoro e il progresso sociale, ma il loro uso può comportare anche potenziali rischi per la riservatezza delle persone.

I Big Data rappresentano infatti un notevole patrimonio informativo e l'utilizzo di queste informazioni comporta specifici rischi per la tutela della riservatezza delle persone, tenuto conto anche del fatto che, grazie alle nuove tecnologie e alle tecniche di analisi, elaborazione ed interconnessione dei dati, risulta in molti casi possibile "re-identificare" un individuo attraverso informazioni apparentemente anonime. La potenzialità dei Big Data, anche rispetto a dati anonimi o aggregati, può tradursi in profilazioni sempre più puntuali ed analitiche, con il rischio di nuove forme di discriminazione per le persone e, più in generale, in possibili restrizioni delle libertà.

La raccolta delle informazioni e la loro gestione con la logica dei Big Data, rivestono un ruolo strategico per le imprese, in particolare per quelle che operano con un modello di business tipico delle piattaforme online. Queste ricorrono sempre più spesso alle informazioni a carattere personale con l'obiettivo di creare nuove forme di valore. Di qui, il significativo e crescente ruolo svolto dai Big Data sulla concorrenza dei mercati e sul pluralismo dell'informazione. Infatti, la fruizione delle notizie in rete avviene sempre più spesso attraverso intermediari digitali quali social network e motori di ricerca che utilizzano i dati personali come asset strategico secondo la logica dei mercati multiversanti e attraverso forme di profilazione e definizione di algoritmi che possono incidere sia sul mantenimento della net neutrality tra operatori di rete e fornitori di contenuti, sia sulla pluralità della rappresentazione di fatti e opinioni presso l'utente.

Le Autorità intendono quindi analizzare se, e al ricorrere di quali condizioni, i Big Data possano tradursi in barriere all'entrata nei mercati o favorire comportamenti restrittivi della concorrenza tali da ostacolare lo sviluppo e il progresso tecnologico nonché ledere il diritto alla protezione dei dati delle persone coinvolte. L'analisi si concentrerà sull'impatto delle piattaforme e dei relativi algoritmi sulle dinamiche competitive nei mercati digitali, sulla tutela della privacy e della capacità di scelta dei consumatori e sulla promozione del pluralismo informativo, ciò anche al fine di verificare l'impatto sull'ecosistema digitale dell'aggregazione di informazioni e dell'accessibilità ai Big Data ottenuti attraverso forme non negoziate di profilazione dell'utenza.

Roma, 1 giugno 2017