

Privacy e oligopolio: il 76% della pubblicità online è nelle mani delle grandi piattaforme

Di redazione il Salvagente - 22 Novembre 2019



Il controllo e la conoscenza di ciò che la rivoluzione digitale sta provocando sulla vita e sui diritti dei cittadini sono due temi centrali nella società attuale. Per questo se n'è parlato al 14esimo convegno annuale con le maggiori Authority italiane, dal titolo **"Il potere delle nuove tecnologie, il ruolo dell'Europa e delle Authority nazionali"**, organizzato da **Consumers' Forum**, associazione indipendente composta dalle più importanti Associazioni di Consumatori, Istituzioni, numerose Imprese Industriali e di servizi e loro Associazioni di categoria.

La concentrazione

"Da tempo gli operatori cosiddetti Over the top (OTT) – scrive CF – offrono agli utenti servizi apparentemente gratuiti che in realtà, sono finanziati tramite la raccolta dei dati personali degli utenti reimpiegati nel mercato della pubblicità on line". L'economia guidata dai dati sensibili **"porta a disintermediare gli operatori tradizionali, ad accentrare nel potere big tech tutto il mercato dei servizi con il rischio di estromettere gli operatori"**

tradizionali e a lasciare l'intero mercato dei servizi in mano alle grandi imprese". Purtroppo, secondo Consumer's Forum, "la protezione del dato personale non è garantita dal mero consenso negoziale ma da un'azione concorrente di credibilità e educazione del consumatore che rende in questa fase particolarmente importante e delicata l'attività del Garante Privacy". Oggi, in Italia, il 76% della pubblicità online è concentrato nelle mani delle grandi piattaforme, come Facebook e Google.

Il Presidente di Consumers' Forum **Sergio Veroli ha dichiarato:** "Di fronte a una tecnologia digitale veloce e inarrestabile, che sta modificando il modo di produrre, di lavorare, di consumare e di fare politica, cresce l'esigenza fondamentale di controllo, di regole e di interlocutori forti, per arrivare a un obiettivo: **la tecnologia al servizio dei cittadini e non viceversa**". Aggiunge **Veroli:** "La difesa della libertà e delle garanzie per i consumatori è strettamente legata alle leggi varate a livello europeo e italiano e al ruolo, ai poteri e all'organizzazione delle Authority nazionali. L'attuale rivoluzione tecnologica ha abbattuto le frontiere settoriali e reso più deboli le regolazioni verticali. **L'avvento della tecnologia ha determinato cambiamenti così significativi da rendere obsolete, in parte, alcune regole presenti nel Codice del Consumo.** L'obiettivo potrebbe essere una rivisitazione delle regole per renderle più efficaci e adatte a contrastare lo strapotere delle OTT".

Così **Giuseppe Busia Segretario Generale Garante per la Protezione dei dati personali:** "La protezione dei dati rappresenta oggi il diritto senza il quale anche tutti gli altri diritti vengono meno. Solo garantendo a cittadini e consumatori che le loro informazioni personali siano usate in modo trasparente, per fini specifici e previo loro consenso, possiamo riuscire a tutelare anche la loro libera scelta e difenderli dagli abusi. Il Regolamento europeo rafforza oggi gli strumenti di tutela a disposizione e rappresenta una disciplina imprescindibile, anche a fini pro-concorrenziali, in grado di correggere squilibri di mercato.

redazione il Salvagente