

INDICE

	<i>pag.</i>
GLI AUTORI	XI
INTRODUZIONE (di <i>Carlo Colapietro</i> e <i>Andrea Simoncini</i>)	XIII

PARTE I

IL CASO ITALIANO E IL CASO TEDESCO

UNA “VALUTAZIONE D’IMPATTO” DELLA PRIVACY SULLE BIG TECH.

*Riflessioni a margine della sentenza n. 2631/2021
della sesta sezione del Consiglio di Stato*

di *Valentina Pagnanelli*

1. Introduzione	3
2. AGCM contro Facebook. Una vicenda emblematica	5
3. Alcune riflessioni sulla sentenza del Consiglio di Stato. L’“equivoco” dei dati personali come beni <i>extra commercium</i> alla luce dell’ <i>babeas data</i>	9
4. Piattaforme digitali e profilazione degli utenti: il valore economico del <i>targeting</i>	13
5. L’impatto privacy sulle Big Tech	15
6. Europa 2030: verso una gestione più consapevole dei dati personali?	19
7. Cenni conclusivi	23

IL DIRITTO ALL'AUTODETERMINAZIONE INFORMATIVA
TRA CONCORRENZA E DATA PROTECTION

*Riflessioni a margine della saga Facebook c. Bundeskartellamt
nella giurisprudenza delle corti tedesche e in attesa della Corte di Giustizia
di Francesco Laviola*

- | | |
|--|----|
| 1. Il contesto: il confronto globale tra Facebook e Autorità Antitrust | 27 |
| 2. La condotta oggetto della sanzione del <i>Bundeskartellamt</i> | 31 |
| 3. Cronologia della vicenda giudiziaria | 33 |
| 4. La questione giuridica sottesa alla "saga" tedesca | 35 |
| 5. Cittadino o utente? L'uomo dell'età informatica e il valore dei suoi dati | 43 |

PARTE II

LO SFRUTTAMENTO ECONOMICO DEI DATI PERSONALI

MONETIZZAZIONE, PATRIMONIALIZZAZIONE
E TRATTAMENTO DI DATI PERSONALI

di Guido d'Ippolito

- | | |
|---|----|
| 1. Introduzione | 51 |
| 2. Commercializzazione e disponibilità del diritto alla protezione dei dati personali | 54 |
| 3. Modelli di business: patrimonializzazione e monetizzazione dei dati personali | 57 |
| 4. Trattamento di dati personali per finalità di "commercializzazione". La patrimonializzazione | 61 |
| 4.1. La monetizzazione | 69 |
| 5. Conclusioni | 73 |

IL CONSUMATORE "PREVEDIBILE":
BIG DATA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE
NELLA EROGAZIONE DEI SERVIZI BANCARI

di Filippo Bagni

- | | |
|---|----|
| 1. Gli algoritmi nel mercato del credito | 77 |
| 1.1. L'utilizzo della intelligenza artificiale per la profilazione del consumatore di servizi bancari | 77 |

	<i>pag.</i>
1.2. I benefici del <i>credit scoring</i> algoritmico	79
2. L'attuale (scarna) regolamentazione della tecnologia nel sistema bancario e i rischi connessi al <i>rating</i> automatizzato	81
2.1. I riflessi sulla <i>accountability</i> delle singole banche	83
3. La Proposta di <i>Artificial Intelligence Act</i> della Commissione europea: una nuova prospettiva (anche) in termini concorrenziali	85

PARTE III

LA VIA EUROPEA ALLA REGOLAZIONE
DEL MERCATO DEI DATI TRA “PROTEZIONE” E “CIRCOLAZIONE”

IL VALORE DEI DATI NELL'EUROPEAN DATA STRATEGY:
SVILUPPO DELLA PERSONA, DINAMICHE DI MERCATO
E BENESSERE SOCIALE

di *Alessandro Moretti*

1. Introduzione	93
2. L' <i>European Data Strategy</i>	94
3. Il valore personalistico ed economico dei dati	98
4. Il valore sociale dei dati	102
5. Osservazioni conclusive	108

DATI E INTELLIGENZA ARTIFICIALE
ALL'INTERSEZIONE TRA MERCATO E DEMOCRAZIA

di *Giovanni De Gregorio e Federica Paolucci*

1. Introduzione	109
2. Il consolidamento costituzionale della <i>privacy</i> e della tutela dei dati personali in Europa	112
3. GDPR e AI: le compatibilità tra i due sistemi	115
4. GDPR e Regolamento AI	120
5. Conclusioni	125

PARTE IV
DATI PERSONALI E CONTRATTO

IL CONSENSO AL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI
NEL DIALOGO TRA LE CORTI

di *Tommaso Polvani*

1. La commercializzazione dei dati personali: una premessa	129
2. Commercializzazione di dati personali, corretta informazione e consenso	132
3. Il consenso al trattamento dei dati personali nel sistema multilivello	138
3.1. Il principio di libertà del consenso nella giurisprudenza di legittimità	138
3.2. La necessità di un consenso specifico ed informato	144
3.3. La forma della manifestazione del consenso	146
4. L'applicazione del Codice del consumo secondo il Consiglio di Stato	147
5. Punti fermi e nuovi nodi da sciogliere	150

IL VALORE NEGOZIALE DEI DATI PERSONALI
DEL CONSUMATORE: SPIGOLATURE SUL RECEPIMENTO
DELLA DIRETTIVA 2019/770/UE
IN UNA PROSPETTIVA COMPARATA

di *Giuseppe Versaci*

1. Dati personali e contratto alla prova del diritto derivato nazionale. Lo stato del recepimento della Direttiva 2019/770/UE	155
2. La transtipicità consumeristica del valore negoziale dei dati personali: la lungimiranza dei legislatori di Francia e Germania e l'ambiguità di quello europeo	157
3. L'influenza della protezione dei dati personali sul contratto	162
4. (<i>Segue</i>) Le conseguenze della revoca del consenso al trattamento dei dati personali tra regole <i>ad hoc</i> e principi generali	163
5. (<i>Segue</i>) Le conseguenze dell'invalidità del consenso al trattamento dei dati personali: una questione negletta	166
6. (<i>Segue</i>) L'esercizio dei diritti dell'interessato durante il rapporto contrattuale: poche luci e molte ombre	169
7. Conclusioni	172

PARTE V
AL DI LÀ DELLA “GRANDE DICOTOMIA”
PUBBLICO-PRIVATO

SOLIDARIETÀ DIGITALE
E CONDIVISIONE DEI DATI TRA PUBBLICO E PRIVATO

di *Matteo Giannelli*

- | | |
|---|-----|
| 1. Premessa. Solidarietà, doveri e pandemia | 177 |
| 2. Società digitale e solidarietà: un rapporto in via di definizione | 179 |
| 3. Tra pubblico e privato: il percorso italiano della solidarietà digitale e i suoi inconvenienti | 182 |
| 4. Solidarietà digitale e cultura della condivisione: dimensione locale e dimensione globale | 183 |
| 5. Verso l’“altruismo dei dati”? | 186 |

BIG DATA, BIG TROUBLES:
COME SI CONTROLLA IL POTERE DEI DATI?

di *Elia Cremona*

- | | |
|---|-----|
| 1. ‘Dati’ in cambio di servizi: è “giusto prezzo”? | 189 |
| 2. Concentrazione di dati e potere di mercato | 191 |
| 3. I dati come prezzo, la privacy come nuova base giuridica dell’ <i>enforcement</i> antitrust | 195 |
| 4. I <i>big data</i> (e gli algoritmi che li processano) come <i>essential facilities</i> nel mercato della pubblicità online | 201 |
| 5. L’assetto della regolazione: la forza dei principi, oltre teoria dei silos | 203 |
| 6. Verso un sindacato del giudice amministrativo sull’eccesso di potere ... privato? | 205 |

