

Il cittadino nell'era dell'algoritmo: riflessioni con le Authority

Come cambierà la tutela del consumatore nella data economy? I consumatori sono consapevoli della rivoluzione originata dall'uso di tecnologie digitali? Che ruolo possono svolgere le Authority nazionali nell'era dei Big Data e nel mercato di condivisione delle informazioni? Di questo e di molti altri temi analoghi si è discusso lo scorso 22 Novembre in occasione del tredicesimo convegno annuale organizzato da **Consumers' Forum** con le maggiori **Authority** italiane.

Aperto dal Presidente di Consumers' Forum Sergio Veroli, con il Presidente Stefano Besseghini (ARERA), il Commissario Antonio Nicita (AGCOM), la Consigliera Licia Califano (PRIVACY), il Segretario Generale Filippo Arena (AGCOM), il Vice Direttore Generale Giuseppe D'Agostino (CONSOB), la responsabile della Tutela dei clienti e antiriciclaggio, Magda Bianco (Banca d'Italia), e la Direttrice dell'Ufficio Diritti degli Utenti, Katia Gallo (ART), sono molti i temi che questo evento ha affrontato con le Authority.

Dal come operano gli algoritmi nell'orientare i mercati e le politiche a quali responsabilità abbiano le imprese che monopolizzano il mercato del digitale, partendo, in particolare, da due relazioni: **Consumerism 2018**, analisi svolta in collaborazione con Università Roma Tre e illustrata da Fabio Bassan Professore Ordinario di Diritto dell'Unione Europea; e dalla relazione **Consumi e Algoritmi** di Michele Mezza, giornalista e docente di culture digitali all'Università Federico II di Napoli. Il tema di base resta quello della gestione della mole dei dati, della trasparenza dell'algoritmo e della consapevolezza del suo utilizzo da parte del cittadino.

Quest'anno il rapporto ha affrontato in particolare temi quali gli smart meters, l'IoT, la *blockchain*, gli *smart contracts*; la *data driven innovation* e la (dis)informazione al tempo della “dittatura” degli algoritmi; le imprese Fintech e i problemi di regolamentazione, la consulenza finanziaria automatizzata; l'effetto “*disruptive*” della PSD2 e l'ipotesi di ingresso nel mercato dei servizi di pagamento di nuovi *players*; il mercato dei trasporti e Big Data tra riconfigurazione dell'offerta e possibile ingresso di nuovi operatori.

Il dibattito, moderato dal Presidente di Consumers' Forum Sergio Veroli, si è aperto con una riflessione di fondo: “Quanti di noi sanno a quale prezzo stiamo concedendo i nostri dati personali tramite la tecnologia, in cambio di sempre meno libertà e sempre più profilazione delle nostre abitudini? Quanti di noi hanno realmente capito fino a che punto le nostre scelte, in campo economico ma anche politico, sono indotte, addirittura anticipate, da sofisticati algoritmi?” E ancora Veroli: “Obiettivo di Consumers' Forum oggi è quello di stimolare un confronto serio e costruttivo tra aziende, consumatori e istituzioni per condividere l'esigenza, da una parte, di contribuire ad informare e

educare il cittadino all'uso consapevole della tecnologia e, dall'altra, lavorare insieme per rendere più attuali ed efficaci le tutele per i cittadini in un mercato digitale che cambia troppo rapidamente ed è sempre più effetto di scelte globali.”

“Il tema centrale, ha ribadito tra gli altri il Presidente di ARERA, Stefano Besseghini, è se le competenze attuali fino ad oggi sviluppate dalla ns Authority bastino ancora? Io penso che ci sia ancora spazio per aggiornarle dal punto di vista tecnico, dell'innovazione digitale, e che ci sia ancora molto lavoro da fare per collaborare più strettamente tra le diverse Authority”.

“I cittadini devono essere liberi di scegliere serenamente fino a che punto cedere dati e rinunciare alla propria privacy - ha concluso Veroli - Per farlo, tuttavia, hanno il diritto di essere correttamente informati su cosa questo comporta. Hanno diritto a un mercato digitale trasparente e normato”.