



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

COMUNICATO STAMPA

**AGCOM: MARTUSCIELLO, OGGI PIATTAFORME CONDIZIONANO
TROPPO LE SCELTE DEGLI UTENTI**
Occorre tutelare privacy, concorrenza e garanzie del pluralismo

“Oggi le piattaforme possono condizionare in modo significativo le scelte degli utenti al punto di determinarne un uso distorto, con una conseguente riduzione di valore per gli *users*. Il funzionamento di esse infatti non è sempre frutto di un processo neutro, ma può essere talvolta prodotto da un errore di previsione che, insito nella struttura dell’algoritmo, è dovuto all’imperfezione degli strumenti di analisi”. Ad affermarlo è il Commissario Agcom, Antonio Martusciello, intervenuto a Milano ad una tavola rotonda sul tema della profilazione degli utenti e del mercato e sul ruolo centrale dei motori di ricerca. Secondo Martusciello, “pur consapevoli dei benefici che possono derivare dall’uso dei dati, altrettanta consapevolezza deve manifestarsi nel valutare i timori legati alla possibilità che l’utilizzazione di tale bagaglio informativo possa avere effetti dirompenti in termini di economia di mercato e di tutela dei consumatori”.

Considerando le quote di mercato detenute dai cosiddetti OTT (Over The Top), è chiaro come alcuni operatori siano in grado di collezionare una mole sterminata di informazioni tale da determinare un vantaggio competitivo davvero significativo. “La conoscenza si restringe ed è limitata a pochi operatori economici, con la conseguenza che l’asimmetria informativa rischia di creare effetti di *foreclosure* a danno dei possibili *competitors*, e quindi

conseguentemente limitare la scelta dei consumatori”, ha spiegato il Commissario Agcom.

Sul fronte dei diritti, il Commissario ha sottolineato che “sebbene sia più complesso tutelare i dati personali, la dignità della persona e il diritto alla riservatezza non perdono il loro valore su Internet”, considerando anche la “scarsa consapevolezza che talvolta l’utente dimostra prestando incautamente il proprio consenso al trattamento del dato senza leggere attentamente l’uso che ne viene fatto dalla piattaforma”. Per Martusciello, tutela della privacy, della concorrenza e garanzie del pluralismo sono i temi da affrontare in modo condiviso e in questo senso ha ricordato l’indagine conoscitiva avviata da Agcom, Antitrust e Garante Privacy per individuare criticità connesse all’uso dei big data e definire 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.

Roma, 9 ottobre 2017