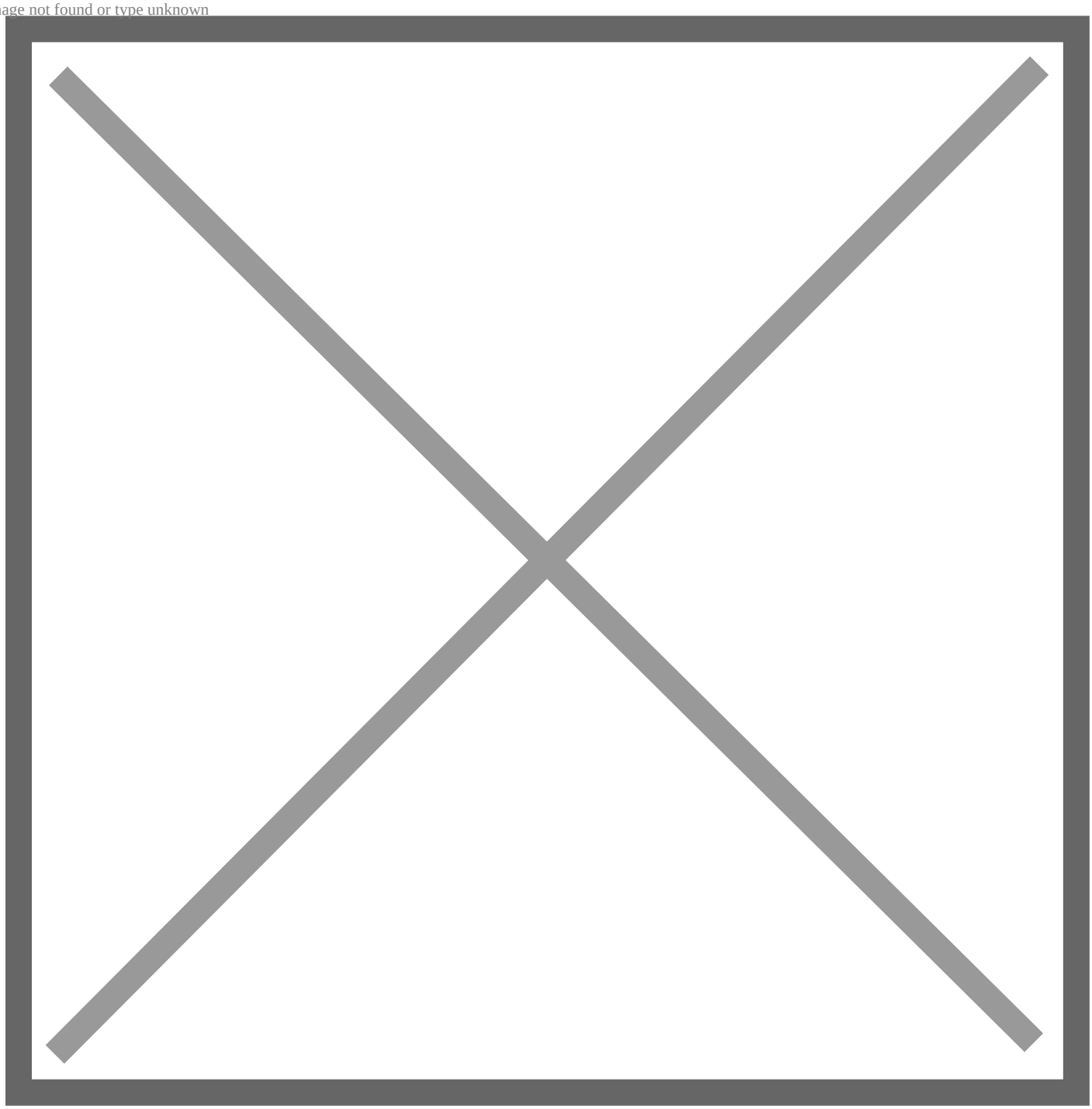
Image not found or type unknown



Digital Services Act

L'Ue bonifica il web: è in gioco la sovranità digitale

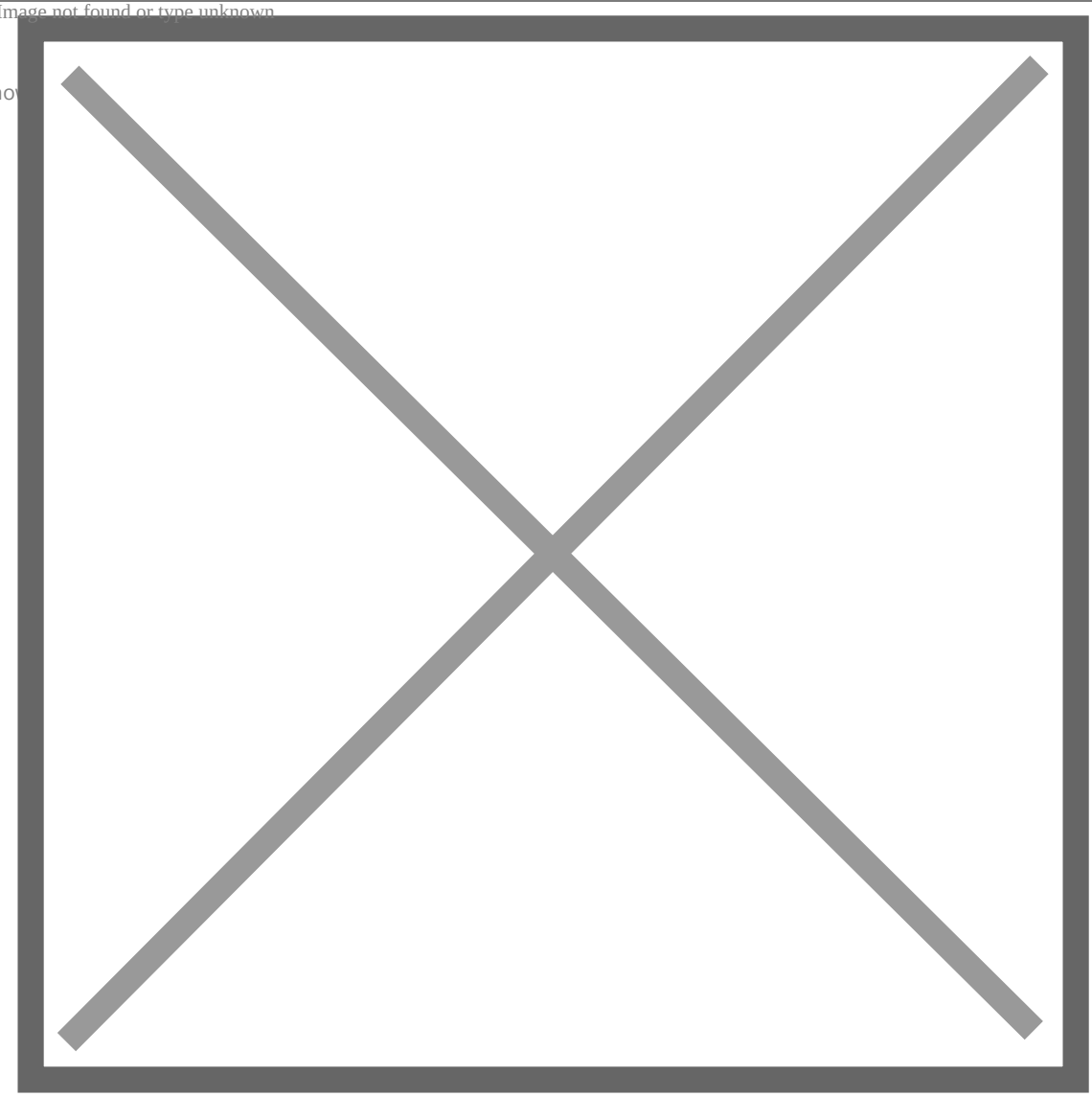
EDITORIALI 01_05_2023

img

Image not found or type unknown

Image not found or type unknown

Ruben Razzante



Per almeno dieci anni si è parlato di strapotere dei colossi del web nello spazio virtuale. Da tempo, però, sembra che la tendenza si stia invertendo e che i legislatori europei stiano imbrigliando sempre più l'agire delle piattaforme, al fine di ricondurle nell'alveo del rispetto di regole ben precise e più compatibili con un adeguato livello di protezione dei diritti degli utenti e, soprattutto, di sana e libera concorrenza tra operatori.

In verità l'Unione europea ha cominciato a bonificare la giungla della Rete,prima con il GDPR, il Regolamento in materia di privacy che disciplina l'uso dei datisensibili, poi con i due provvedimenti centrali che riguardano il mercato digitale: il DigitalMarket Act (DMA) e il Digital Service Act (DSA). Proprio in virtù dei vincoli che questosecondo provvedimento impone nel trattamento delle informazioni e della conseguente profilazione degli utenti, in particolare dei minori, il Commissario europeo per il mercato interno ed i servizi Thierry Breton ha messo nel mirino i grandi marchi che vivono grazie ad un uso non autorizzato della personalizzazione di linguaggi e proposte commerciali.

Infatti, la Commissione europea ha reso nota giorni fa la lista di 19 grandi piattaforme digitali che saranno sotto la lente dell'Ue a partire dal prossimo 25 agosto e che dunque hanno 4 mesi di tempo per adeguarsi al Digital Services Act. Breton ha dunque precisato che quelle piattaforme "dovranno cambiare i loro comportamenti se vorranno continuare a operare in Europa". L'Unione europea con il Digital Services Act (DSA) ha adottato – lo ricordiamo – un Regolamento faro che introduce responsabilità per tutti gli attori della sfera digitale e in particolare un regime specifico per piattaforme online e motori di ricerca molto grandi con oltre 45 milioni di utenti nell'Ue.

Le piattaforme designate, individuate sulla base del loro bacino di utenti secondo i parametri dettati dal Digital Services Act, ovvero quelle che raggiungono almeno i 45 milioni di utenti attivi online ogni mese, sono: Alibaba AliExpress, Amazon Store, Apple AppStore, Bing, Booking.com, Facebook, Google Play, Google Maps, Google Search, Google Shopping, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, TikTok, Twitter, Wikipedia, YouTube e Zalando.

Tutte queste aziende citate nell'elenco dovranno rispettare gli obblighi di trasparenza e affidabilità previsti dal Digital Services Act, che prevede ad esempio misure a tutela della privacy e per la protezione dei minori. Le 19 big tech hanno quindi quattro mesi per allineare le loro politiche ai paletti inseriti nel Regolamento Ue. Per chi violerà le regole sono previste multe fino al 6% del fatturato annuo e, in caso di recidiva, il divieto di operare sul territorio europeo.

In ballo ci sono dunque i diritti digitali degli utenti. Bruxelles chiede la protezione degli utenti online, con particolare attenzione ai minori, la prevenzione dei rischi sistemici e la moderazione dei contenuti. Tra gli obblighi figura l'introduzione di sistemi di segnalazione dei contenuti illegali che le stesse piattaforme dovranno poi vagliare ed eventualmente rimuovere in tempi brevi. Non sarà poi più possibile visualizzare annunci

pubblicitari basati su dati sensibili dell'utente, come origine etnica, opinioni politiche, orientamento sessuale. Di fatto si stabilisce quindi un divieto di profilazione, attività che finora rappresenta un fattore fondamentale nelle strategie di marketing digitale delle aziende.

Per questi motivi i colossi tecnologici sono chiamati anche a riprogettare i propri sistemi, in modo da assicurare un elevato livello di privacy e adeguati standard di sicurezza e incolumità dei minori, con valutazioni speciali del rischio che includano anche i potenziali effetti negativi sulla loro salute mentale. È inoltre prevista l'adozione di misure contro disinformazione e fake news.

La filosofia di questa svolta rigorista dell'Ue è quella di ricondurre grandi responsabilità a grandi dimensioni aziendali. I colossi raggiungono fatturati record ma devono anche assoggettarsi a impegnativi vincoli rispetto alla prevenzione e mitigazione dei rischi sistemici e all'aggiornamento degli strumenti di moderazione dei contenuti e di protezione dei diritti degli utenti.

Il Digital Services Act sarà applicato attraverso un'architettura di vigilanza paneuropea. La Commissione è l'autorità competente per la vigilanza sulle piattaforme e sui motori di ricerca designati, e lavorerà in stretta collaborazione con le autorità nazionali, che sono responsabili anche della supervisione di piattaforme e motori di ricerca più piccoli, e che devono essere istituite dagli Stati membri dell'Ue entro il 17 febbraio 2024. Questa stessa data è anche il termine entro il quale tutte le altre piattaforme devono adempiere ai loro obblighi e fornire ai propri utenti la protezione e le garanzie previste dal DSA.

Verrebbe da dire, parafrasando un'espressione molto in voga ultimamente, che per le big tech "è finita la pacchia". Un'impressione simile si ricava anche dai licenziamenti a catena che molte di esse hanno annunciato a livello mondiale. Ma è ancora presto per capire se, anche grazie a questi provvedimenti legislativi, i cittadini europei potranno fino in fondo riappropriarsi della loro sovranità digitale senza delegarla al potere centralista di Bruxelles, nel qual caso passerebbero dalla padella alla brace.