

INDICE

Introduzione di Luca Bolognini	XIII
Gli autori	XV
1. Gli impatti della normativa in materia di protezione dei dati personali sulla libera iniziativa economica e sulle libertà di scelta individuali	1
di Diego Fulco	
1. Necessità e successi del GDPR	1
2. La dialettica fra due libertà sottostante al GDPR e la valenza politica delle scelte di tutela	2
3. La valutazione <i>ex post</i> sull'impatto delle norme europee, fra dichiarazioni d'intenti e realtà	4
4. Il riesame del GDPR svolto dalla Commissione nel 2020: un appuntamento mancato	5
5. La carenza del riesame <i>ex post</i> come vizio di fondo, che non riguarda solo il GDPR	9
6. La prima valutazione dell'EPDB sull'applicazione pratica delle sue linee guida	10
7. Il vero paradigma di regolazione del GDPR	12
8. Il rapporto fra l'attuale approccio basato sulla conformità e le libertà in gioco	13
9. Il rapporto fra l'attuale sistema sanzionatorio e le libertà in gioco	16
2. Profili <i>antitrust</i> del consenso non libero al trattamento di dati personali	19
di Giovanni Crea	
1. Introduzione	19
2. Il modello multi-versante e il valore economico dei dati personali	20
3. Le posizioni dominanti nell'era della <i>digital and data economy</i>	21
4. Profili di abuso di posizione dominante	22
4.1. Il caso Facebook-Germania (6 febbraio 2019, B6-22/16)	24
5. Conclusioni	25

3. Responsabilità civile: ipotesi applicative della <i>class action</i> alla protezione dei dati personali	27
di Enrico Pelino	
1. Lo scenario: ragioni e opportunità della <i>class action</i> in materia di protezione dei dati personali	27
2. Il referente è la classe, ulteriormente divisibile in sottoclassi	29
3. Definire l'omogeneità	31
4. Tutti gli ambiti del diritto sono realmente riducibili all'azione di classe?	34
5. Gravità della lesione e serietà del danno: termini monolitici o modulabili?	36
6. Il rapporto tra azione generale di classe e art. 80 GDPR	39
7. Il problema processuale	40
4. Accordi strategici di mercato: contitolarità del trattamento e libera iniziativa imprenditoriale	43
di Luca Bolognini e Selina Zipponi	
1. La contitolarità del trattamento	43
2. Il bicchiere mezzo vuoto: la contitolarità come ostacolo alla libera iniziativa economica? Una riflessione sul <i>social media targeting</i> . .	49
3. Il bicchiere mezzo pieno: la contitolarità come espressione di libera iniziativa economica limitatamente sindacabile dall'autorità di protezione dei dati personali	53
5. Partenariati pubblico-privati per servizi intelligenti resi a cittadini-utenti, mediante sfruttamento di risorse-dati	57
di Luca Bolognini e Tommaso Bonetti	
1. Il partenariato pubblico-privato: profili generali	57
2. Partenariato pubblico-privato e servizi intelligenti per cittadini-utenti: nodi problematici e questioni aperte	60
3. Aspetti relativi alla protezione e valorizzazione dei dati personali nell'ambito di PPP e servizi intelligenti per cittadini-utenti	61
4. Ruoli soggettivi privacy nei partenariati pubblico-privati <i>data-driven</i>	63
5. Le possibili basi giuridiche del trattamento di dati personali nei partenariati <i>data-driven</i>	64
6. Quali scenari di utilizzabilità e valorizzazione dei dati raccolti dai partner?	68
7. Necessità di modernizzazione e sviluppo, opportunità di una "cabina mista di monitoraggio e garanzia"	71

6. Il <i>prosumer</i> nella economia collaborativa: soggetti attivo-passivi nel trattamento di dati personali, tra produzione, lavoro e consumo . . .	73
di Marco Emanuele Carpenelli	
1. Introduzione	73
2. L'economia collaborativa: una dialettica triangolare	74
2.1. L'economia collaborativa come <i>peer economy</i>	74
2.1.1. <i>Segue</i> . In particolare: il <i>prosumer</i>	75
2.1.2. <i>Segue</i> . In particolare: le piattaforme digitali di intermediazione	76
2.2. L'economia collaborativa come <i>sharing economy</i> e <i>gig economy</i>	78
3. Un quadro normativo ancora tendenzialmente refrattario	79
3.1. Il <i>prosumer</i> nella <i>sharing economy</i>	79
3.2. Il <i>prosumer</i> nella <i>gig economy</i>	82
4. L'applicabilità della normativa in materia di protezione dei dati personali	83
4.1. Le dinamiche del trattamento negli scenari della <i>peer economy</i> : il ruolo privacy delle piattaforme digitali di intermediazione	84
4.2. <i>Segue</i> . I ruoli privacy del <i>prosumer</i>	85
4.3. <i>Segue</i> . Il ruolo privacy degli altri utenti delle piattaforme	87
5. Alcune considerazioni conclusive	87
7. Il superamento del Privacy Shield e la (libera?) circolazione commerciale dei dati fuori dalla UE	89
di Luigi Montuori	
1. Introduzione	89
2. Dal <i>Safe Harbor</i> al Privacy Shield	91
3. Le clausole contrattuali <i>standard</i> e gli altri strumenti dell'art. 46 del GDPR	94
4. Il piano di conformità al GDPR	96
5. Raccomandazioni 01/2020 sulle misure che integrano gli strumenti di trasferimento per garantire il rispetto del livello di protezione dei dati personali dell'UE	99
6. Le Raccomandazioni 2/2020 sulle Garanzie essenziali europee per le misure di sorveglianza	102
7. Le deroghe ex art. 49 GDPR	103
8. Conclusioni	103

8. Obiettivi e criticità della riforma del registro delle opposizioni	107
di Luana Patti	
1. Il registro delle opposizioni. Le origini	107
2. Il registro delle opposizioni. Tante modifiche e un sistema ancora incompiuto	110
2.1. L'estensione del Registro alle comunicazioni promozionali mediante posta cartacea	112
2.2. Le modifiche introdotte dalla l. 11 gennaio 2018, n. 5	112
2.2.1. Estensione del Registro alle utenze non iscritte negli elenchi pubblici	113
2.2.2. L'azzeramento di tutti i consensi	114
2.2.3. La responsabilità solidale fra committente e <i>call cen-</i> <i>ter</i>	115
2.2.4. L'obbligo di presentazione della linea chiamante e del prefisso univoco	116
2.3. Effetti della riforma sul piano giuridico ed economico	117
3. Un solo mercato, diversi diritti, tanti interessi	121
4. Conclusioni e ipotesi per immaginare il prossimo futuro	124
9. La consumerizzazione della privacy tra California Consumer Privacy Act e GDPR	127
di Ilenia Maria Alagna e Niccolò Centofanti	
1. Il concetto di consumerizzazione	127
2. Il concetto di privacy negli USA	131
3. Il concetto di consumerizzazione nel California Consumer Privacy Act	132
3.1. Ambito di applicazione	134
3.2. Diritti dei consumatori	135
4. La (difficile) convergenza tra GDPR e CCPA	137
10. L'<i>exchange commerce</i>. La Direttiva (UE) 2019/770	139
di Antonio Landi	
1. Introduzione	139
2. Struttura della Direttiva 2019/770 e novità introdotte	141
3. Corrispettivo in dati: approccio morale vs approccio negoziale . .	144
4. Indizi a favore dell'approccio negoziale	149
5. Analisi degli orientamenti delle varie Autorità competenti in mate- ria	152
6. Modelli contrattuali applicabili	156
7. Conclusioni	157

11. La rilevanza della disciplina in materia di protezione e valorizzazione dei dati personali nel <i>FinTech</i>	161
di Massimiliano Nicotra	
1. <i>FinTech</i> ed evoluzione della regolamentazione europea	161
2. La protezione dei dati personali nei servizi <i>FinTech</i> : in particolare servizi di pagamento, <i>blockchain</i> e <i>Decentralized Finance</i>	165
2.1. <i>Open banking</i> , PSD2 e protezione dei dati personali	166
2.1.1. <i>Segue</i> . Le Linee guida 6/2020 dello European Data Protection Board sull'interazione tra la seconda direttiva sui servizi di pagamento e il GDPR	169
2.1.2. Considerazioni conclusive	177
2.2. Servizi <i>FinTech</i> decentralizzati e protezione dei dati personali	178
2.2.1. Applicabilità del Regolamento (UE) n. 679/2016 alla tecnologia <i>blockchain</i>	181
2.2.2. Un tentativo di ricostruzione della disciplina del trattamento dei dati personali su <i>blockchain permissionless</i> nel <i>FinTech</i> ed in particolare nei servizi DeFi	186
2.2.3. Considerazioni conclusive	190
12. Il settore assicurativo tra sfruttamento dei dati personali e regolazione	193
di Alberto Bettiol e Vito Michele Pavese	
1. Premessa	193
2. Valutazione del rischio assicurato, analisi delle richieste ed esigenze assicurative e profilazione dell'interessato	194
3. La disciplina della promozione di prodotti assicurativi tra protezione dei dati personali e regole in materia di distribuzione assicurativa	196
4. La base giuridica del trattamento di categorie particolari di dati inerenti alla salute nel contesto del rapporto assicurativo	198
5. L'applicazione del Codice di condotta per i sistemi informativi gestiti da soggetti privati in tema di crediti al consumo, affidabilità e puntualità nei pagamenti nel contesto assicurativo	201
6. Considerazioni conclusive	203
13. Codici di condotta, legittimo interesse al trattamento dei dati personali e dinamiche concorrenziali	205
di Alberto Bettiol	
1. I codici di condotta ai sensi del Regolamento UE n. 679/2016	205

2.	Il Codice di condotta per il trattamento di dati personali in materia di informazioni commerciali	206
3.	Il Codice di condotta per i sistemi informativi gestiti da soggetti privati in tema di crediti al consumo, affidabilità e puntualità nei pagamenti	209
4.	Il legittimo interesse nei due casi italiani di codici di condotta . . .	211
5.	Conclusioni	213
14.	La certificazione ai sensi del GDPR: standard per l'affidabilità del mercato <i>data driven</i>	217
	di Riccardo Giannetti	
1.	Premessa	217
2.	Competenze degli Organismi di Certificazione	218
3.	Accreditamento e certificazione volontaria	220
4.	La certificazione nel GDPR	222
5.	Certificazioni nel perimetro dell'art. 42 GDPR	224
6.	Standard ISO e attuali incompatibilità per il GDPR	225
7.	Importanza dello studio Università di Tilburg (Commissione Europea) sui meccanismi di certificazione già in scopo GDPR	227
8.	I "criteri e schemi di certificazione": chi li sviluppa e chi li rilascia .	228
9.	L' <i>audit</i> nel GDPR, norme tecniche e metodologie	230
10.	Formazione e requisiti degli <i>auditor</i>	235
15.	Internet delle cose e mercato: sicurezza e affidabilità delle transazioni, il caso del protocollo IOTA	239
	di Francesco Capparelli	
1.	Definizione dell' <i>Internet of Things</i> (Internet delle Cose)	239
2.	Normative specifiche per l'utilizzo dell'IoT	240
3.	IoT e libero mercato, il caso IOTA	242
4.	L'intermediazione e i suoi costi	243
5.	IOTA come protocollo <i>open source</i> per il mercato IoT	245
6.	Sicurezza del <i>Tangle</i> e limiti della <i>blockchain</i>	247
7.	Transazioni su IOTA	248
16.	<i>Audience measuring technologies</i>: la misurazione nell'era del digitale	251
	di Giulio Messori e Marco Emanuele Carpenelli	
1.	Introduzione. <i>Online vs. offline</i> : l'egemonia del <i>Digital Analytics</i> .	251
2.	L'ascesa delle <i>audience measuring technologies</i>	252
3.	Scopo dell'elaborato	253
4.	Alcuni esempi di AMT	254

4.1. Sistemi di analisi-acquisizione di immagini o flussi video (<i>Digital-out-of-Home</i> o <i>DooH</i>)	254
4.2. Sistemi di acquisizione dati tramite cella telefonica	255
4.3. Le pronunce delle autorità di controllo sulle tecnologie AMT	255
5. Consenso vs. interesse legittimo: il grado di autodeterminazione informativa dell'uomo	258
6. Considerazioni conclusive	262
17. <i>Data valley</i> e il dialogo tra PMI e <i>Big Tech</i> per lo sviluppo di nuovi servizi <i>smart</i>	265
di Carlo Rossi Chauvenet e Silvia Martinelli	
1. <i>Smart product</i> , piattaforme e servizi integrati: nuovi servizi e nuove forme di produzione e creazione di valore	265
2. Condivisione e integrazione: le nuove forme organizzative e il ruolo del <i>system integrator</i>	267
3. Il dialogo "legale" tra PMI e <i>Big Tech</i> : il caso <i>Data Valley</i>	270
4. L'evoluzione del progetto e prossimi passi	274
18. Intelligenza artificiale: approccio regolatorio "simil-farmaceutico" all'immissione in commercio di soluzioni algoritmiche avanzate	275
di Luca Bolognini e Sara Pecoraro	
1. Un volano per l'economia	275
2. Il progetto europeo e nazionale in materia di intelligenza artificia- le	276
3. Sette raccomandazioni per un approccio "simil-farmaceutico" al- l'immissione nel mercato di sistemi di <i>artificial intelligence</i>	280

