Antitrust, Pitruzzella ‘Big Data e algoritmi anticoncorrenziali le sfide del futuro’

L’**Antitrust** sta cercando esperti informatici per attrezzarsi ad affrontare la minaccia degli algoritmi utilizzati contro la libera concorrenza. Lo ha detto presidente dell’Antitrust, **Giovanni Pitruzzella**, nell’annuale relazione al Senato. Secondo il presidente Pitruzzella, *“la tutela della concorrenza e del consumatore nell’economia digitale continueranno a lanciare nuove sfide all’Antitrust, che dovrà sempre di più attrezzarsi per comprendere i nuovi mercati”.*

“Cito tra i tanti problemi che sicuramente si porranno alla sua attenzione – ha spiegato Pitruzzella – *quello del ruolo che possono svolgere gli algoritmi nel realizzare il coordinamento delle attività economiche, particolarmente dei prezzi, di imprese concorrenti. Una collusione realizzata non più attraverso l’intesa tra le persone fisiche ma direttamente dalle macchine e dagli algoritmi potrà essere sanzionata dall’Antitrust e in presenza di quali condizioni? L’Autorità è pronta a raccogliere queste sfide e, al riguardo, vorrei ricordare che recentemente abbiamo svolto un concorso per selezionare esperti di algoritmi ed esperti informatici”.*

Giganti del web

Anche se, per quanto riguarda i giganti del web come **Google**, **Amazon**, **Facebook** e **Apple**, è la Commissione europea a giocare il ruolo principale, Pitruzzella si è detto convinto che *“c’è uno spazio anche per le Autorità nazionali”* e ha citato il

caso Whatsapp trattato recentemente da AGCM. *“Esiste la grande questione dei Big Data* –ha osservato Pitruzzella – *come fonte di potere di mercato delle imprese hi-tech, che possono utilizzare questa nuova risorsa per chiudere i mercati e bloccare l’innovazione che proviene da nuovi attori”.*

Proprio con Whatsapp *“è stato affermato il principio secondo cui un servizio, pur apparentemente gratuito, che però comporta la cessione dei dati personali poi utilizzati a fini commerciali, implica l’esistenza di una controprestazione e pertanto costituisce un vero e proprio rapporto contrattuale, soggetto quindi alla disciplina di tutela del consumatore nei confronti di pratiche commerciali scorrette”.*

Nel caso WhatsApp, l’Autorità è intervenuta tanto per la presenza di clausole vessatorie nei contratti con l’utenza, delle quali ha ottenuto l’eliminazione, quanto per sanzionare una pratica commerciale aggressiva. L’Autorità, ha spiegato Pitruzzella, *“ha contestato a WhatsApp di condizionare la scelta dell’utente, facendogli credere di dovere accettare le nuove condizioni (e cioè, la cessione dei propri dati) al fine di continuare a godere del servizio aggiornando le modalità di fruizione. E’ stato affermato il principio secondo cui un servizio, pur apparentemente gratuito, che però comporta la cessione di dati personali poi utilizzati a fini commerciali, implica l’esistenza di una controprestazione – la cessione dei dati – e pertanto costituisce un vero e proprio rapporto contrattuale soggetto alla disciplina di tutela del consumatore nei confronti delle pratiche commerciali scorrette”.*

Più di recente, l’Autorità ha aperto un procedimento, non ancora concluso, nei confronti di **Facebook**, che riguarda due possibili pratiche commerciali scorrette: una per la carenza informativa, al momento della registrazione, circa l’uso dei dati personali degli utenti; l’altra per la modalità aggressiva con la quale l’operatore imposta la piattaforma, prevedendo in automatico la cessione e la condivisione dei

dati con soggetti terzi, concedendo solo successivamente all'utente la possibilità di negare l'autorizzazione.

L'economia digitale e le sfide future

La relazione odierna è stata l'occasione per tracciare un bilancio dei sette anni di mandato per il presidente Pitruzzella. Il periodo storico in cui viviamo, dominato da digitalizzazione e globalizzazione ha poi posto nuove sfide all'Authority per la concorrenza, che si è concentrata anche sui profili dell'innovazione e delle problematiche poste dall'economia digitale.

Il tema dei giganti del web e dell'uso dei Big Data si è imposto con urgenza, per la caratteristica di poter controllare l'accesso al mercato, creando vincoli per ostacolare la concorrenza ed orientare i comportamenti dei consumatori. Qui si è posto il problema, da un lato, di allargare la possibilità di scelta del consumatore, dall'altro, l'esigenza di tutelare i fornitori di servizi *"tradizionali"*.

E' stato questo il caso delle decisioni prese sui casi **Booking.com**, **MyTaxi**, **Uber** e **Airbnb** .

L'eCommerce impone nuove sfide all'Autorità, che da un lato deve garantirne lo sviluppo per le dimensioni assunte dal mercato (nel 2017 ha raggiunto un valore complessivo di 24 miliardi di euro con un incremento del 17% in un anno), ma nello stesso tempo impone nuovi profili di tutela del consumatore (profili precontrattuali come il diritto di recesso e assistenza post vendita, fenomeni di drip pricing ovvero sovrapprezzi di varia natura conseguenti all'acquisto di merci online).

Tim: Pitruzzella, aveva rendita posizione su rete, ora concorrenza dinamica

Pitruzzella rivendica poi gli interventi dell'Antitrust, che hanno contribuito a *"porre fine alla possibilità"* per Telecom Italia *"di ottenere una rendita di posizione grazie alla proprietà della rete in rame, la concorrenza si è spostata sul piano dell'innovazione"* sulle reti in banda ultralarga. **Telecom Italia**, ha aggiunto Pitruzzella, *"ha, infatti, avviato un piano importante per la realizzazione di una rete in fibra ottica ed è nato un nuovo operatore non verticalmente integrato **(Open Fiber)** che ha iniziato a implementare un proprio piano di investimenti nelle reti in fibra ottica".*

Oggi *"la concorrenza dinamica sta dando i suoi frutti: nel 2017, circa l'87% delle abitazioni (nel 2014 era il 32%) era raggiunto da una rete fissa di nuova generazione, anche se solo il 22% aveva a disposizione reti interamente in fibra"* ha detto.

- Relazione del presidente Giovanni Pitruzzella
- Relazione annuale sull'attività svolta

The post Antitrust, Pitruzzella 'Big Data e algoritmi anticoncorrenziali le sfide del futuro' appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/antitrust-pitruzzella-big-data-e-algoritmi-anticoncorrenziali-le-sfide-del-futuro/227017/