

23 aprile 2022 14:07

Digital Services Act. Online più sicuro e garantito? I dubbi

di François-Marie Arouet

**Più sicurezze e certezze per i****servizi online. Ma siamo sicuri che gli importi previsti per le sanzioni saranno un reale deterrente contro violazione delle norme?**

L'Ue ha trovato un accordo sul Digital Services Act (DSA), grazie al quale le grandi compagnie tecnologiche dovranno rispettare le norme dell'Unione contro contenuti illegali e disinformazione. Online varranno le stesse regole che oggi valgono offline, multe fino al 6% dei ricavi. [Entrata in vigore prevista per la fine dell'anno.](#) Il provvedimento [aveva visto i primi passaggi istituzionali](#) a dicembre 2021 (DMA – Digital Markets Act - 1) e gennaio scorso (DSA - 2) con l'approvazione da parte del Parlamento europeo. La forza motrice dell'approvazione è stata quella francese, con Emmanuel Macron attuale presidente di turno del Consiglio dell'Ue.

Dovrebbe esserci una scelta più trasparente e informata sulla pubblicità mirata, comprese le informazioni sulla monetizzazione dei dati degli utenti. Se il consenso viene rifiutato o revocato, gli utenti devono avere altre opzioni per accedere a una piattaforma online, comprese quelle di pubblicità senza tracciamento. Le piattaforme online di dimensioni molto grandi devono fornire almeno un sistema di raccomandazione non basato sulla profilazione dell'algoritmo. I destinatari dei servizi digitali e le organizzazioni che li rappresentano devono poter chiedere un risarcimento per eventuali danni derivanti dal fatto che le piattaforme non rispettano i loro obblighi di dovuta diligenza.

Tra gli aspetti più importanti c'è il **divieto di tecniche di targeting per i dati personali dei minori a fini pubblicitari, e il divieto di pubblicità mirata sulla base della raccolta di dati sensibili** (salute, religione, preferenze politiche, orientamento sessuale, razza o origine etnica).

Sembra che coinvolgerà una trentina di imprese, ma tutti abbiamo a mente una sigla che in questi decenni è diventata sinonimo di arroganza e strapotere, GAFA (Google, Amazon, Facebook, Apple), che dovrebbe rimanere eccellente solo per le proprie capacità tecnologiche e commerciali e non per il dominio del settore.

Vedremo, ché dal dire al fare ci si può aspettare di tutto.

Soprattutto in base ad una considerazione: la multa del 6% dei ricavi per gli inadempienti. Perché sui ricavi e non sul fatturato? E siamo sicuri che si tratta di percentuale accettabile a dissuadere chi violerà le norme? Dubbi che nascono da come già oggi, per esempio per le sanzioni Antitrust e Autorità Comunicazioni, chi le viola sceglie deliberatamente di farlo perché il costo delle stesse è inferiore ai ricavi che hanno per il periodo in cui le hanno violate, e meno costoso di una qualunque campagna promozionale per ottenere risultati simili. L'auspicio è che il legislatore europeo tenga conto di questa tragica esperienza che viviamo nel mondo delle tlc.

NOTE

- 1 - il regolamento che regola le pratiche considerate anticoncorrenziali dei cosiddetti “gatekeepers”, cioè le piattaforme più grande con più di 45 milioni di utenti in Europa.
- 2 - definisce le competenze e le responsabilità di tutte piattaforme online, dei social media e dei siti di commercio digitale, con tutta una serie di obblighi e sanzioni.

CHI PAGA ADUC

l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)

La sua forza economica sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile

DONA ORA (<http://www.aduc.it/info/sostienici.php>)