

# Privacy e digitale, aziende nel labirinto delle regole Ue

***Competitività. Sovrapposizioni pericolose tra il Gdpr e i regolamenti sull'ia rendono difficile la gestione dei dati: il 12 settembre il Data Act rende accessibili le informazioni raccolte attraverso oggetti connessi***

Valeria Uva



Ai Act, Dma, Dsa, Data act. È un labirinto di sigle, quello della normativa europea sul digitale. Ma l'affastellarsi di direttive e regolamenti da Bruxelles rischia di diventare anche un rompicapo per le aziende del settore, chiamate ad applicare - una dietro l'altra - le novità normative.

All'inizio fu il Gdpr, il regolamento Ue sulla privacy operativo dal 2018. Il regolamento è tuttora in vigore, tanto che le altre regole europee rimandano al Gdpr per la parte di tutela dei dati.

Da allora si sono aggiunte molte altre normative, spesso regolamenti che sono subito applicabili in tutti gli Stati, ognuna per disciplinare un tassello digitale. L'Ai Act, ad esempio, si occupa dell'utilizzo di sistemi di intelligenza artificiale: è operativo già in parte, ma lo diventerà pienamente nell'agosto 2027. Il Digital market Act (Dma) e il Digital service Act (Dsa) guardano alle grandi piattaforme (i cosiddetti "gatekeeper") e al commercio online, cercando di assicurare piena competitività, ma anche proteggere gli utenti e moderare i contenuti.

Il prossimo sarà il Data Act: il regolamento Ue sarà operativo dal 12 settembre, regolando da allora l'accesso ai dati generati dai prodotti connessi (smartwatch, automobili o assistenti vocali intelligenti, etc.).

Sarà un altro tassello di un puzzle sempre più ricco e complesso, che sta complicando la vita alle aziende alle prese con la compliance rispetto a queste norme, non sempre coordinate tra loro, come dimostrano alcuni esempi di sovrapposizioni della scheda in questa pagina. Prendiamo ad esempio proprio la scadenza del 12 settembre relativa al Data Act: i produttori di servizi connessi da quel giorno dovranno rendere accessibili e condivisibili agli utenti i dati personali raccolti durante l'utilizzo. E informarli dei loro diritti di accesso. Già ma come? Le aziende si stanno interrogando per capire se basta aggiornare la sezione "Termini e condizioni" del contratto o se serve una nota ad hoc. Sono necessari anche interventi tecnici: finora i dati venivano raccolti a uso interno, quindi magari in modo non del tutto tracciato o in formati non leggibili, ora invece vanno resi comprensibili all'utente che ne fa richiesta. Ma il vero nodo è la sovrapposizione normativa: «Il Data act richiede accessibilità e condivisione ma occorre anche una valutazione ai fini del Gdpr per capire quali dati possono essere davvero condivisi senza violare le norme di questo regolamento» spiegano Francesca Gaudino e Filiberto Brozzetti, rispettivamente responsabile del dipartimento Tech and data privacy e of counsel di Baker McKenzie che hanno curato la scheda in pagina.

Il rischio di un corto circuito è dietro l'angolo. Lo stesso conflitto normativo ricorre anche tra l'AI Act sull'intelligenza artificiale e, ancora, il regolamento privacy. Il primo impone una valutazione del rischio per l'utilizzo dei dati (anche per addestrare il sistema, come illustrato nel primo esempio della scheda) che potrebbe dare esito positivo, indicando un rischio «basso», perché l'obiettivo di addestrare l'ia generativa è considerato primario, ma poi va svolto un secondo assessment sul trattamento degli stessi dati sulla base del Gdpr, che, al contrario, potrebbe indicare un rischio alto, perché in questo caso a venire in primo piano è la tutela della riservatezza, delle informazioni sensibili e la minimizzazione dei dati da utilizzare.

Di «interferenze e sovrapposizioni» è consapevole la stessa Ue: il tema è stato sollevato anche nel Rapporto dell'Ufficio ricerche del Parlamento europeo su regolamento privacy e Ia (*"The impact of the General Data Protection Regulation (Gdpr) on artificial intelligence"*) che ha sottolineato come una serie di questioni relative al trattamento dei dati nell'intelligenza artificiale non trovi risposta nel regolamento privacy e che siano necessarie ancora molte più indicazioni da Commissione, Governi e Autorità di vigilanza per evitare alle aziende «costi legati all'incertezza giuridica».

A complicare le cose c'è anche il fatto che, alcuni Paesi, Italia compresa, abbiano scelto di affidare la vigilanza sulle varie normative ad Autorità diverse: al Garante privacy quella per il Gdpr, all'Agenzia per il digitale e a quella per la cybersecurity (Agid e Acn) quella sull'AI Act. «Sono due entità distinte che potrebbero avere punti di vista e sensibilità diverse sugli stessi temi» osservano Gaudino e Brozzetti. Il risultato è che in questa prima fase di adeguamento alle normative europee le aziende sono spesso ferme,

bloccate nell'innovazione o, nel migliore dei casi, navigano a vista. Lo ha sottolineato anche Mario Draghi: nel suo Rapporto sul futuro della competitività europea ha contato 100 atti normativi di fonte europea che regolano l'uso delle tecnologie e delle reti digitali e 270 Autorità di vigilanza negli Stati membri. Una babele che - secondo Draghi - frena, appunto, la capacità di innovazione e la competitività delle imprese.

All'orizzonte si profilano altre intersezioni, in particolare, sempre tra il Gdpr e il Data Governance Act (Dga) che istituisce un vero e proprio "mercato dei dati" per favorire la crescita economica e introduce anche il concetto di data altruism. Il regolamento attende ancora alcune disposizioni attuative tra cui l'individuazione degli intermediari per l'acquisto e la vendita dei dati. Ma per i legali «porterà un punto di vista completamente nuovo: il Gdpr non prevede il riutilizzo dei dati, ora invece il Dga lo incentiva persino. Occorrerà attendere che si compia il cambio di prospettiva». Anche da parte delle aziende, che dalla paura di utilizzare le informazioni raccolte, dovranno passare a valutarle come un vero e proprio asset strategico, anche nei bilanci.

© RIPRODUZIONE RISERVATA