

Privacy

"Mr Zuckerberg, si sentirebbe a suo agio nel condividere il nome dell'hotel in cui ha soggiornato ieri sera?"

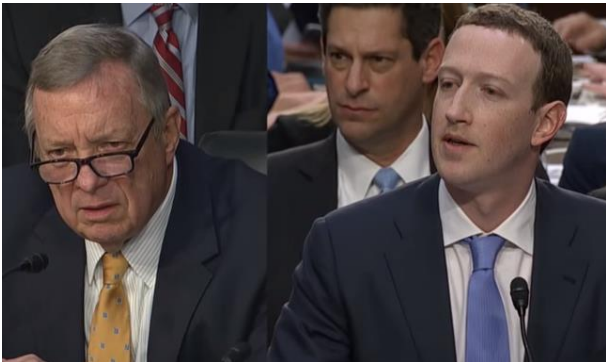
"No!"

"Se avesse mandato dei messaggi a qualcuno durante questa settimana, condividerebbe con noi i nomi di queste persone?"

"No certamente no, non pubblicamente qui".

"Bene, questo è probabilmente il nocciolo della questione: il suo diritto alla privacy, i limiti alla sua privacy e quanto di questa sarebbe disposto a cedere".

Con questa battute iniziali il senatore Dick Durbin



ha iniziato a interloquire con Mark Zuckerberg, amministratore delegato di Facebook, che controlla anche Messenger, WhatsApp e Instagram, durante l'audizione di quest'ultimo al Senato americano.

La vicenda è nota: si tratta dello scandalo dei profili "rubati" a Facebook da Cambridge Analytica. La società di consulenza, fondata nel 2013, si occupa di "data mining" e, attraverso l'aggregazione di vari dati, fornisce informazioni ai partiti politici soprattutto in occasione di campagne elettorali.

Lo scorso 17 marzo "The New York Times" e "The Observer" riportavano che l'azienda aveva usato informazioni personali, senza autorizzazione, acquisite di 50 milioni di utenti Facebook. Questi dati sono stati utilizzati da Cambridge Analytica per disegnare dei profili psicologici, a loro volta impiegati per condurre campagne politiche mediatiche atte a soddisfare le esigenze elettorali dei propri committenti, screditando gli avversari politici. Il "furto" di questi profili sarebbe stato possibile grazie all'acquisto, da parte di Cambridge Analytica, di una applicazione che aveva delle

finalità di ricerca su come prevedere i comportamenti e le opinioni di utenti Facebook attraverso i loro gusti, creata da un professore della Stanford University. I dati, inizialmente, erano di 270.000 utenti che divennero 50 milioni grazie ad una funzione presente sui profili Facebook che permetteva di accedere alle "amicizie" legate ai suddetti. Tale funzione chiamata "friend permission", venne modificata da Facebook, che si accorse dell'accaduto nel 2015 e chiese la restituzione dei dati alla società di consulenza: non solo non li ottenne ma non fece nulla per proteggere i suoi utenti. Per la cronaca, Cambridge Analytica, di cui, Steve Bannon, ex consigliere del Presidente americano, è stato un membro del consiglio di amministrazione, era stata ingaggiata in qualità di consulente nella campagna elettorale di Donald Trump.

Lo scoppio dello "scandalo Facebook" ha avuto ripercussioni importanti: finanziarie, politiche, normative. In USA Marc Zuckerberg è stato convocato dalla commissione congiunta Giustizia e Commercio al Senato e alla Camera dei deputati. L'amministratore delegato ha ammesso che l'azienda è responsabile non solo per l'accaduto ma, più in generale, per quanto viene pubblicato sulla propria piattaforma: "Noi siamo una azienda tecnologica (...) perché il nostro lavoro è principalmente fatto da ingegneri e ci rivolgiamo alle imprese. Ma ora so che siamo responsabili anche dei contenuti pubblicati sulla nostra piattaforma quindi sì, siamo una media company".

Anche il Parlamento europeo ha chiesto all'amministratore delegato di presentarsi per rispondere anche ai cittadini dell'Unione dell'operato della sua azienda.

Indipendentemente da come sia andata l'audizione di Zuckerberg, di quanto siano state efficaci ed appropriate le domande da parte dei senatori e deputati americani, da cui traspariva anche una scarsa familiarità con i nuovi "social media", quello che emerge in modo abbastanza evidente dalla vicenda è che il modello di business di società come Facebook subirà dei cambiamenti e questo alla luce, anche, di una regolamentazione più stringente. Lo ha sottolineato, di fatto, anche il fondatore dell'azienda durante l'audizione al Congresso

americano. La parte innanzitutto che potrebbe e dovrebbe essere oggetto di revisione è la gestione della privacy. Che cosa questo possa comportare per i giganti di internet, non è ancora chiaro e la differenza tra i diversi Paesi è significativa: dall'ingerenza della Cina, all'atteggiamento molto più accomodante degli Stati Uniti. Negli USA, ad esempio, la normativa cambia in base ai singoli settori di applicazione; in Europa, invece, è stato formulato un principio che viene poi declinato all'interno delle diverse aree di intervento.

Con lo sviluppo tecnologico incalzante, la necessità di normare con maggior attenzione il diritto alla privacy è divenuto una necessità sempre più impellente, soprattutto per i molteplici risvolti che questo comporta ed il recente caso Facebook ne è un esempio eclatante.

Con lo sviluppo tecnologico incalzante, la necessità di normare con maggior attenzione il diritto alla privacy è divenuto una necessità sempre più impellente, soprattutto per i molteplici risvolti che questo comporta ed il recente caso Facebook ne è un esempio eclatante.

A "bocce ferme" gli USA, da questo punto di vista, sembrerebbero essere in ritardo rispetto alla UE, dove si è assistito ad una importante evoluzione nell'ultimo decennio. Nello specifico, l'articolo 8 della "Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea" recita: "Ogni persona ha diritto alla protezione dei dati di carattere personale che la riguardano e che tali dati devono essere trattati secondo il principio di lealtà, per finalità determinate e in base al consenso della persona interessata o a un altro fondamento legittimo previsto dalla legge. Ogni persona ha il diritto di accedere ai dati raccolti che la riguardano e di ottenerne la rettifica. Il rispetto di tali regole è soggetto al controllo di una autorità indipendente". La "Carta", che sancisce la protezione dei diritti fondamentali nella Comunità europea, è stata approvata nella sua versione definitiva dal 2007. Da allora, però, come già precedentemente menzionato, lo sviluppo tecnologico, la diffusione di internet e dei "social media" ha talmente modificato il contesto di applicazione dell'articolo, da necessitare un rafforzamento delle misure protettive a difesa del



trattamento dei dati personali. La condivisione e diffusione di quest'ultimi, in un contesto sempre più globalizzato, ha fatto emergere la necessità di normare in modo più incisivo la tutela della privacy. E' per rispondere a tale tipo di necessità che il regolatore sovranazionale ha adottato delle nuove codificate nel GDPR, General Data Protection Regulation che troverà applicazione in Europa a decorrere dal 25 maggio 2018.

Va detto però che, se l'Europa è avanti rispetto agli USA da un punto di vista giuridico, non può dirsi lo stesso da un punto di vista dell'industria in questione. Le più grandi piattaforme di e-commerce, i "social media" più diffusi sono di



aziende americane o cinesi. L'Europa, in questo segmento, non è riuscita ad esprimere alcuna leadership lasciando così più spazio al regolatore per intervenire. Nessun giudizio di merito sul tema, se non una lettura forse cinica, forse realista su come un settore economicamente importante possa condizionare, anche indirettamente, un iter legislativo.

Da qualsiasi prospettiva la questione venga affrontata, appare chiaro che, a tendere, simili misure troveranno una adozione sempre più estesa, anche se non necessariamente unilateralmente condivisa. Regole più stringenti implicano, solitamente, costi più elevati per le aziende, per la necessità di allocare nuove risorse, sia umane che tecnologiche, al fine di essere conformi alle nuove direttive. Sviluppi, questi, già visti nei settori in cui processi analoghi sono già stati sperimentati.

Per quanto riguarda le aziende internet, regole sulla difesa della privacy più rigide potrebbero comportare anche una maggior difficoltà nella vendita di pubblicità che, aggiunto a tutto il resto, genererebbe pressione sui margini operativi.

Ma chi riesce a sopravvivere in un contesto sempre

più sfidante sia da un punto di vista tecnologico che normativo, con una struttura di costi più elevata? Le aziende di grandi dimensioni, già presenti sul mercato, che possono sfruttare le sinergie interne e le economie di scala. Mark Zuckerberg, per quanto ora seduto sulla sedia dell'imputato, potrebbe essere, con la sua azienda, tra coloro che hanno la possibilità di navigare attraverso questi cambiamenti senza esserne sopraffatto. E non è escluso che di ciò ne abbiano piena contezza i membri del Congresso che lo hanno interrogato, magari non pienamente aggiornati sul funzionamento del business model di Facebook (sic!), ma consapevoli che la formulazione di nuove regole potrebbe avere l'effetto di limitare l'accessibilità al mercato di nuovi "player" e consolidare ulteriormente la posizione dei giganti esistenti.

Gli investitori finanziari dovranno quindi guardare con attenzione l'evoluzione normativa in USA e, in tempi brevi, gli impatti che avrà quella nuova europea, in vigore il prossimo maggio, per misurarne gli impatti sulla redditività delle aziende coinvolte. Quanto questo possa pesare sui titoli della tecnologia, in generale, non è

direttamente quantificabile anche se l'incertezza legata alla nuova normativa potrebbe generare della "risk aversion" nei confronti del settore.

Da un altro punto di vista, invece, diventa sempre più difficile da misurare l'impatto dei mezzi informatici sui processi cognitivi ed emotivi delle persone. Quanto incidono?

"Moltissimo, perché questi mezzi sono dei condizionatori del pensiero, non nel senso che ci dicono cosa dobbiamo pensare, ma nel senso che modificano in maniera radicale il nostro modo di pensare, trasformandolo da analogico, strutturato, sequenziale e referenziale, in generico, vago, globale, olistico. Inoltre alterano il nostro modo di fare esperienza avvicinandoci il lontano e allontanandoci il vicino. Mettendoci in contatto non con il mondo, ma con la sua rappresentazione, ci consegnano una presenza senza respiro spazio-temporale, perché rattrappita nella simultaneità e nella puntualità dell'istante" (Umberto Galimberti, *La parole ai giovani*, Feltrinelli)

Pinuccia Parini
Financial Communication and Advisory Manager
Aletti Gestielle SGR S.p.A.

Milano, 2 maggio 2018

Disclaimer

La presente pubblicazione è distribuita da Aletti Gestielle SGR. Pur ponendo la massima cura nella predisposizione della presente pubblicazione e considerando affidabili i suoi contenuti, Aletti Gestielle SGR non si assume tuttavia alcuna responsabilità in merito all'esattezza, completezza e attualità dei dati e delle informazioni nella stessa contenuti ovvero presenti sulle pubblicazioni utilizzate ai fini della sua predisposizione. Di conseguenza Aletti Gestielle SGR declina ogni responsabilità per errori od omissioni.

La presente pubblicazione viene a Voi fornita per meri fini di informazione ed illustrazione, non costituendo in nessun caso offerta al pubblico di prodotti finanziari ovvero promozione di servizi e/o attività di investimento né nei confronti di persone residenti in Italia né di persone residenti in altre giurisdizioni, a maggior ragione quando tale offerta e/o promozione non sia autorizzata in tali giurisdizioni e/o sia contra legem se rivolta alle suddette persone.

Né Aletti Gestielle SGR né alcuna società appartenente al Gruppo Anima Holding S.p.A. potrà essere ritenuta responsabile, in tutto o in parte, per i danni (inclusi, a titolo meramente esemplificativo, il danno per perdita o mancato guadagno, interruzione dell'attività, perdita di informazioni o altre perdite economiche di qualunque natura) derivanti dall'uso, in qualsiasi forma e per qualsiasi finalità, dei dati e delle informazioni presenti nella presente pubblicazione.

La presente pubblicazione non può essere riprodotta se non previo espresso consenso scritto di Aletti Gestielle SGR, restandone in ogni caso vietato ogni utilizzo commerciale. La presente pubblicazione è destinata all'utilizzo ed alla consultazione da parte della clientela professionale e commerciale di Aletti Gestielle SGR e, in ogni caso, non si propone di sostituire il giudizio personale dei soggetti a cui si rivolge. Aletti Gestielle SGR ha la facoltà di agire in base a/ovvero di servirsi di qualsiasi elemento sopra esposto e/o di qualsiasi informazione a cui tale materiale si ispira ovvero è tratto anche prima che lo stesso venga pubblicato e messo a disposizione della sua clientela. In nessun caso e per nessuna ragione, le opinioni riportate nella presente comunicazione possono ritenersi vincolanti per Aletti Gestielle SGR nell'ambito dello svolgimento della propria attività di gestione.

I dati citati nella presente pubblicazione sono di pubblico dominio e/o reperiti su fonti accessibili (stampa, televisione, internet) o tali da non precludere la diffusione al pubblico.

Aletti Gestielle SGR SpA. - Via Tortona 35, Milano.