



Juridical Observatory on Digital Innovation
Osservatorio Giuridico sulla Innovazione Digitale

DIRITTO E NUOVE TECNOLOGIE*

Rubrica di aggiornamento dell'OGID.

Questa rubrica di aggiornamento è curata dal Prof. Salvatore Orlando e dal Dott. Mario Mauro nell'ambito delle attività dell'OGID, Osservatorio Giuridico sulla Innovazione Digitale, costituito presso il Dipartimento di Diritto ed Economia delle Attività Produttive dell'Università di Roma "La Sapienza" (<https://web.uniroma1.it/deap/ogid> - jodi.deap@uniroma1.it).

SOMMARIO

1. **Adottato il Data Act: Regolamento (UE) 2023/2854 del 13.12.2023 sull'accesso equo ai dati e al loro utilizzo** [[2023/4\(1\)SO](#)]
2. **Annunciato l'accordo politico sull'AI Act** [[2023/4\(2\)SO](#)]
3. **Il secondo parere dell'EDPS sulla proposta di AI Act** [[2023/4\(3\)CR](#)]
4. **La dichiarazione del Summit di Bletchey Park sulla IA del 1-2.11.2023** [[2023/4\(4\)TDMCDV](#)]
5. **Le disposizioni in materia di IA e di meccanismi automatizzati impiegati per l'adozione delle decisioni della PA contenute nella legge spagnola sulla parità di trattamento e sulla non discriminazione (Ley 15/2022)** [[2023/4\(5\)FDA](#)]
6. **La legge francese sulla *vidéosurveillance algorithmique* per le Olimpiadi e Paralimpiadi Paris 2024** [[2023/4\(6\)DI](#)]
7. **Verso l'euro digitale: la decisione del Consiglio direttivo della BCE del 18.10.2023** [[2023/4\(7\)AF](#)]
8. **Verso il Regolamento UE sullo spazio europeo dei dati sanitari: le basi giuridiche per il *secondary use* di dati personali sanitari** [[2023/4\(8\)CAT](#)]
9. **Le considerazioni dell'OMS del 19.10.2023 sugli aspetti regolatori della IA nel settore della salute** [[2023/4\(9\)LC](#)]
10. **Le linee guida 2/2023 dello EDPB sull'art. 5(3) della direttiva ePrivacy sottoposte a consultazione pubblica** [[2023/4\(10\)SB](#)]
11. **La Commissione mette online la banca dati prevista dal DSA sulla moderazione dei contenuti (*DSA Transparency Database*) e una banca dati sulle condizioni d'uso delle piattaforme e dei servizi online (*Digital Services and Conditions Database*)** [[2023/4\(11\)SO-SM](#)]
12. **La nomina di tre nuovi VLOPs ai sensi del DSA** [[2023/4\(12\)RA](#)]
13. **I ricorsi di ByteDance, Meta ed Apple contro le designazioni di gatekeeper ai sensi del DMA e l'ordinanza del 9.2.2024 relativa al ricorso di ByteDance** [[2023/4\(13\)SO-RA](#)]
14. **La decisione vincolante urgente dello EDPB del 27.10.2023 sul trattamento da parte di Meta di dati personali per finalità di pubblicità comportamentale** [[2023/4\(14\)GDI](#)]
15. **Il ricorso di NOYB del novembre 2023 al Garante privacy austriaco per la pratica di Meta "Pay or Okay"** [[2023/4\(15\)BP](#)]

* Contributo non sottoposto a referaggio ai sensi dell'art. 2.2, lett. c), del Regolamento per la classificazione delle riviste nelle aree non bibliometriche, approvato con Delibera del Consiglio Direttivo n. 306 del 21.12.2023.

16. I due ricorsi di NOYB del 16.11.2023 contro la Commissione europea (davanti a EDPS) e del 14.12.2023 contro X (davanti alla DPA olandese) per le pratiche di online microtargeting a supporto di una pubblicità commissionata dalla Commissione europea [[2023/4\(16\)TB](#)]
17. Adottato il 6.12.2023 il regolamento Consob per la finanza sulle piattaforme DLT [[2023/4\(17\)IT](#)]
18. Il provvedimento interpretativo del Garante privacy del 26.10.2023 sul diritto di accesso degli eredi e dei chiamati all'eredità ai nominativi dei beneficiari delle polizze vita accese dal *de cuius* [[2023/4\(18\)VC](#)]
19. La sentenza della CGUE del 7.12.2023 nelle cause riunite C-26/22 e C-64/22 (caso SCHUFA sul controllo giurisdizionale sulle decisioni delle DPA e sulla cancellazione di dati personali relativi all'esdebitazione) [[2023/4\(19\)RMo](#)]
20. La sentenza della CGUE del 7.12.2023 nella causa C-634/21 (caso SCHUFA sul credit scoring automatizzato) [[2023/4\(20\)RMo](#)]
21. La causa pilota per danni avviata da NOYB contro CRIF e AZ Direct davanti al Tribunale civile di Vienna in conseguenza di una accertata violazione del GDPR relativamente al trattamento di dati personali per fini di calcolo del merito di credito [[2023/4\(21\)ES](#)]
22. Le sentenze CGUE nei casi C-300/21 e C-340/21 sul danno non patrimoniale causato da violazione del GDPR [[2023/4\(22\)GR](#)]
23. La sentenza CGUE nel caso C-683/21 sulla rilevanza dell'elemento soggettivo nella violazione del GDPR ai fini della sanzione amministrativa pecuniaria [[2023/4\(23\)VR](#)]
24. La sentenza CGUE nel caso C-307/22 in materia di accesso, copia e trattamento di dati sanitari [[2023/4\(24\)EMI](#)]
25. Le sentenze dei Tribunali di Pordenone e Udine sulla medicina di iniziativa contro le sanzioni del Garante privacy [[2023/4\(25\)EG](#)]
26. Il provvedimento sanzionatorio di AGCOM contro Google e Twitch per la pubblicizzazione di gioco d'azzardo e l'archiviazione del procedimento a carico di TikTok [[2023/4\(26\)VP](#)]
27. Le cause intentate da oltre 40 Stati degli USA contro Meta per pratiche online che creano dipendenza nei giovani [[2023/4\(27\)IG](#)]
28. Aggiornamenti di dicembre 2023-gennaio 2024 sul caso *Fortnite* in USA (le azioni di Epic Games vs Google e Apple per condotta anticoncorrenziale) [[2023/4\(28\)FP](#)]
29. La remissione alla CGUE da parte del TAR Lazio di questioni interpretative a proposito delle disposizioni della legge italiana sul diritto di autore e del regolamento AGCOM in materia di equo compenso agli editori di giornali online, in conseguenza del ricorso di Meta [[2023/4\(29\)FS](#)]
30. Il primo provvedimento in USA nel caso *Stable Diffusion* sulla richiesta di protezione del copyright contro i sistemi di IA generativa: *fair use* o non *fair use*? [[2023/4\(30\)DDA](#)]
31. La causa intentata dal NYT contro Open AI e Microsoft per la IA generativa [[2023/4\(31\)EB](#)]
32. La prima sentenza cinese che riconosce a certe condizioni all'utente del software il diritto d'autore sugli output ottenuti da un sistema di IA generativa (caso *Li Yunkai v. Liu Yuanchun*) [[2023/4\(32\)FG](#)]
33. L'ultima sentenza della Corte Suprema del Regno Unito in materia di brevetti e IA nel caso *Thaler DABUS* [[2023/4\(33\)FG](#)]

Una raccolta indicizzata dei numeri della rubrica degli anni 2020-2022 è disponibile su: <http://www.personaemercato.it/atlan-te-storico-del-diritto-dei-dati-anni-2020-2022/>

GDPR, ha ritenuto che Meta non potesse ricorrere al legittimo interesse quale base giuridica per la pubblicità personalizzata (su questa sentenza v. in questa Rubrica la notizia 7 nel numero 2023/3 [2023/3(7)CAT]

<http://www.personaemercato.it/wp-content/uploads/2023/11/Osservatorio.pdf>).

Già in data 5 maggio 2023 la Datatilsynet aveva formalmente chiesto alla DPC di vietare a Meta il trattamento per finalità di pubblicità comportamentale sulla base del legittimo interesse sicché la precipitata sentenza della CGUE ha rafforzato il convincimento della Datatilsynet di agire in via d'urgenza. L'Autorità norvegese ha così rivolto, in data 14 luglio 2023, a Meta l'ordine di non trattare i dati dei cittadini norvegesi per fini di pubblicità comportamentale ai sensi degli artt. 6(1)(b) e 6(1)(f) del Regolamento. Si trattava però di un ordine limitato nel tempo, al periodo di tre mesi dal 4 agosto 2023 al 3 novembre 2023, e nello spazio, al solo territorio della Norvegia. Da qui la richiesta, del 26 settembre 2023, all'EDPB di adottare una decisione urgente e vincolante per l'adozione di misure definitive e riguardanti l'intero territorio dello Spazio economico europeo (SEE).

All'esito di tali vicende, nella sua decisione vincolante e urgente, l'EDPB rileva innanzitutto la violazione dell'art. 6(1) del Regolamento per l'inappropriato affidamento al contratto e al legittimo interesse per il trattamento dei dati sulla posizione e di interazione pubblicitaria raccolti sui prodotti Meta per finalità di pubblicità comportamentale.

In altre parole, Meta non aveva ottemperato alle decisioni della DPC e pertanto si poneva in violazione del dovere di conformarsi alle decisioni delle autorità di vigilanza.

Conseguentemente e a causa del rischio di danni gravi e irreparabili in assenza di misure finali urgenti, si rileva la necessità di derogare agli ordinari meccanismi di cooperazione e coerenza per ordinare misure definitive.

Inoltre, l'EDPB ha ritenuto che l'urgenza potesse essere presunta sulla base dell'art. 61(8) GDPR, cosa che corroborava ulteriormente la necessità di derogare ai meccanismi regolari di cooperazione e coerenza.

Tutto ciò ha portato l'EDPB ad ordinare alla DPC l'adozione di misure definitive consistenti nel divieto di trattamento, ai sensi dell'art. 58(2)(f) GDPR, indirizzato a Meta e riguardante il trattamento dei dati personali per scopi di pubblicità comportamentale in tutto lo SEE.

In conclusione, con la decisione ad oggetto l'EDPB ha incaricato la DPC di ordinare a Meta la cessazione dei suoi trattamenti per finalità di

pubblicità comportamentale. La DPC ha quindi ottemperato notificando a Meta la decisione finale, del 10 novembre 2023, contenente il divieto di trattare dati personali a fini di pubblicità comportamentale sulla base del contratto e del legittimo interesse in tutta l'area dello Spazio economico europeo.

GUIDO D'IPPOLITO

https://edpb.europa.eu/our-work-tools/our-documents/urgent-binding-decision-board-art-66/urgent-binding-decision-012023_en

2023/4(15)BP

15. Il ricorso di NOYB del novembre 2023 al Garante privacy austriaco per la pratica di Meta "Pay or Okay"

Nel novembre 2023, NOYB, associazione austriaca senza scopo di lucro attiva nel settore della protezione dei diritti e delle libertà degli interessati con riguardo alla protezione dei dati personali, ha proposto, ai sensi del combinato disposto degli artt. 77 e 80 GDPR, ricorso contro Meta all'autorità per la protezione dei dati personali austriaca (il **Garante privacy austriaco**), lamentando la violazione degli artt. 6, par. 1, 7, par. 4 e 5, par. 1, lett. a) GDPR e invocando la procedura d'urgenza di cui all'art. 66 GDPR.

La condotta contestata riguarda l'adozione, da parte della nota società americana, di una pratica che trova efficace sintesi nella formula "Pay or Okay". All'utente di Facebook e Instagram, interessato reclamante per il tramite di NOYB, viene imposta da Meta un'alternativa per poter continuare ad accedere ai *social network* a far data dal primo di marzo del 2024: pagare la somma di € 20,99 al mese (€ 251,88 all'anno) o prestare il proprio consenso al trattamento dei dati personali per finalità di pubblicità personalizzata.

Si tratta di condotta che altro non rappresenta che l'inevitabile precipitato del fallimento dei precedenti tentativi da parte del colosso americano di rinvenire una valida base giuridica per il trattamento di profilazione finalizzato alla somministrazione di pubblicità mirata ora nella necessità per la esecuzione del contratto *ex art. 6, lett. b) GDPR*, ora nel legittimo interesse di cui all'art. 6, lett. f) GDPR: esclusa nel dicembre 2022 dal Garante privacy irlandese, su parere vincolante del Comitato europeo per la protezione dei dati personali (EDPB), la prima possibilità (v. in questa Rubrica la notizia 6 nel numero 2023/1

[2023/1(6)GDI] <http://www.personaemercato.it/wp-content/uploads/2023/05/Osservatorio.pdf>) e censurata la seconda nel luglio 2023 dal Garante privacy norvegese in forza di quanto già sostenuto dalla CGUE UE in una pronuncia dello stesso mese nel caso C-252/21 (v. in questa Rubrica le notizia 7 e 8 nel numero 2023/3 [2023/3(7)CAT] [2023/3(8)GDI] <http://www.personaemercato.it/wp-content/uploads/2023/11/Osservatorio.pdf>), Meta, invero, non poteva che tornare a far leva sul consenso dell'interessato di cui all'art. 6, lett. a), GDPR.

Come detto, però, oggetto di contestazione non è di per sé (ed evidentemente) la base giuridica, bensì l'aver configurato la prestazione del consenso quale obbligatorio alternativo strumento rispetto al pagamento in denaro per potere avere accesso ai servizi offerti dalla piattaforma.

Sulla premessa, secondo la tesi proposta dalla reclamante, di una contrarietà della pratica in parola al principio della inalienabilità dei diritti fondamentali, giacché «*linking consent under Article 6(1)(a) GDPR to a payment has the exact opposite effect: the fundamental right is relinquished in exchange for a payment (or the avoidance of payment)*» (§ 4.2 del reclamo), la violazione delle disposizioni del Regolamento già sopra richiamate e, dunque, l'illiceità del trattamento sarebbero, in estrema sintesi, da ravvisarsi nella mancata prestazione di un consenso "libero" (§ 4.3 del reclamo).

Dopo avere rilevato (§ 4.3.1 del reclamo) la significativa discrepanza che dai sondaggi empirici emerge tra l'effettiva volontà degli utenti della rete di non vedere i propri dati trattati per finalità di pubblicità comportamentale (circa il 90% degli utenti lo avrebbe dichiarato) e la fattuale prestazione del consenso (circa il 99% lo presterebbe) – in proposito nel ricorso risulta menzionato in nota un sondaggio dell'Istituto Gallup del 2019 – e dopo avere evidenziato la maggiore facilità tecnica accordata per la prestazione del consenso rispetto alla opzione del pagamento in denaro (§ 4.3.2. del reclamo), NYOB ne denuncia la mancanza di libertà sulla base di ulteriori indici. Più in particolare, viene rilevata in primo luogo la mancanza di un'alternativa sul mercato rispetto ai servizi offerti dalla società. Non soltanto, si segnala (§ 4.3.4. del reclamo, ove si parla di un "*abuse of market dominance*"), Facebook è senz'altro il più diffuso *social network*, ma, di più e appunto perciò, i contatti, gli amici e i conoscenti dell'interessato non possono essere trovati se non su quella piattaforma: si tratta del c.d. "*network effect and lock-in effect*". Ancora, richiamando un *obiter dictum* della recente

pronuncia della CGUE UE nel caso C-252/21, cui abbiamo fatto già sopra riferimento (sulla quale, v. in questa Rubrica la notizia 7 nel numero 2023/3 [2023/3(7)CAT]

<http://www.personaemercato.it/wp-content/uploads/2023/11/Osservatorio.pdf>), ove si ammette che all'utente possa essere presentata «*an equivalent alternative [...], if necessary for an appropriate fee*», la reclamante argomenta che, in ogni caso, la prestazione in denaro richiesta all'interessato da Meta in alternativa al consenso non può considerarsi una «*reasonable remuneration*» (§ 4.3.5 del reclamo). Se, infatti, da un generale punto di vista economico - ritiene NOYB- tale sarebbe un prezzo che, coprendo i costi, assicuri un margine di profitto, il quale possa compensare il mancato guadagno dato dall'impossibilità di ricorrere alla pubblicità personalizzata, ebbene, si rileva, premesso che i costi di fornitura di un *social network* non sono affatto elevati e che la differenza di profitto tra la pubblicità comportamentale e quella, non personalizzata, c.d. "contestuale", non supera il 4%, appare senz'altro "*non appropriate*" richiedere un pagamento annuo tanto elevato quanto quello richiesto, alla luce peraltro altresì della inadeguatezza della uniforme forfettarietà del prezzo (€ 251,88 all'anno, per tutti), che non tiene in considerazione l'effettivo e variabile utilizzo che del *social network* viene fatto da persona a persona. Richiamando, poi, sul piano particolare, la personale situazione dell'interessato (§ 4.4. e 2.3 del reclamo), caratterizzata da un'accentuata vulnerabilità economica, NOYB evidenzia come la scelta tra la prestazione del consenso e il pagamento del prezzo equivalga in definitiva alla scelta tra «*either paying for his food or his debts or giving up his fundamental right to data protection*».

Infine, dopo avere, per vero piuttosto sbrigativamente, altresì ipotizzato una violazione dei requisiti di specificità e informazione del consenso (§ 4.5 del reclamo), un ultimo argomento viene speso facendo leva sulle potenziali conseguenze di più ampia portata alle quali condurrebbe una mancata censura della pratica in parola: se questa dovesse considerarsi lecita, è verosimile che tutti i fornitori di servizi digitali decidano di farvi ricorso; da un approssimativo calcolo, potrebbe risultare che il prezzo annuo da corrispondere per evitare il trattamento dei propri dati giunga a superare gli € 10,000, con la conseguenza che «*without a clear rejection of a "pay or Ok" system, the right to the protection of personal data will degenerate into a luxury good*» (§ 4.6. del reclamo).

Alla luce di quanto riportato, NOYB, suggerendo altresì l’inflizione di una sanzione amministrativa ai sensi dell’art. 83 GDPR (§ 5.4. del reclamo), chiede al Garante austriaco che (§ 5.2. del reclamo), dichiarata la violazione dell’art. 6, par. 1, dell’art. 7, par. 4 e dell’art. 5, par. 1, lett. a) GDPR, sia ordinato a Meta di (a) astenersi definitivamente dal trattare i dati personali del reclamante a fini di pubblicità personalizzata ai sensi dell’art. 58, par. 2, lett. f) GDPR; (b) cancellare i dati personali del reclamante trattati a fini di pubblicità personalizzata ai sensi dell’art. 58, par. 2, lett. g) GDPR in combinato disposto con l’art. 17, par. 1, lett. d) GDPR e informare tutti i destinatari di tale cancellazione ai sensi dell’art. 58, par. 2, lett. g) GDPR in combinato disposto con l’art. 19 GDPR; (c) rendere le proprie operazioni di trattamento conformi al GDPR ai sensi dell’art. 58, par. 2 lett. d), GDPR e, in particolare, ottenere un consenso valido dall’interessato reclamante.

BENIAMINO PARENZO

<https://noyb.eu/en/noyb-files-gdpr-complaint-against-meta-over-pay-or-okay>

2023/4(16)TB

16. I due ricorsi di NOYB del 16.11.2023 contro la Commissione europea (davanti a EDPS) e del 14.12.2023 contro X (davanti alla DPA olandese) per le pratiche di online microtargeting a supporto di una pubblicità commissionata dalla Commissione europea

L’associazione austriaca NOYB (acronimo di *None Of Your Business*), fondata nel 2017 dall’avvocato ed attivista privacy Max Schrems – già promotore dei ricorsi avanti la CGUE dell’Unione Europea sfociati nelle sentenze “Schrems I” e “Schrems II” – prosegue nella sua *mission* di esperire procedimenti giudiziari e lanciare campagne mediatiche strategiche allo scopo di sostenere la corretta applicazione del Regolamento EU 2016/679 (“GDPR”) e di sensibilizzare l’opinione pubblica in merito.

L’ultima denuncia di NOYB ha ad oggetto una campagna di *microtargeting* condotta nel mese di settembre 2023 dalla Commissione Europea tramite la piattaforma X (già Twitter), finalizzata a promuovere tra gli utenti della stessa la Proposta di regolamento della Commissione sul contrasto agli abusi sui minori e sulla circolazione di materiale pedopornografico (la “Proposta” COM/2022/209).

Tale Proposta è stata oggetto di numerose critiche sin dalla sua pubblicazione, in quanto prevede che ove vi sia un sospetto di disseminazione via chat di contenuti di tal sorta, i fornitori dei servizi di messaggistica debbano intraprendere un’attività di sorveglianza massiva di messaggi, video e foto scambiati tramite i loro servizi.

Secondo la ricostruzione di NOYB, la campagna della Commissione sarebbe stata progettata in modo tale da mostrare annunci pubblicitari relativi alla Proposta solamente ad utenti di X non interessati a parole chiave come *#Qatargate, Brexit, Marine Le Pen, Alternative für Deutschland, Vox, Christian, Christian-phobia o Giorgia Meloni*; in particolare, uno di tali annunci avrebbe avuto lo scopo di influenzare l’opinione degli utenti facendo leva sulla maggiore importanza che i soggetti coinvolti in un sondaggio sulla questione avrebbero pretesamente attribuito alla individuazione di abusi su minori rispetto al tema del diritto alla privacy online.

NOYB ha quindi intrapreso un’iniziativa a doppio binario, in qualità di rappresentante di un reclamante di nazionalità olandese cui era stato mostrato l’annuncio pubblicitario sopra descritto, nei confronti dei due attori protagonisti di tale campagna: l’associazione ha infatti presentato un reclamo dapprima, il 16.11.2023, avanti il Garante Europeo per la Protezione dei Dati Personali (ossia l’autorità competente ad indagare i trattamenti di dati personali condotti dalle istituzioni europee) contro la Commissione Europea, come primo contitolare del trattamento; successivamente, ha promosso, in data 14.12.2023, un secondo reclamo contro X, in qualità di altro contitolare, avanti la *data protection authority* olandese.

Nel reclamo nei confronti della Commissione, NOYB censura, in particolare, l’utilizzo da parte della stessa di dati relativi alle opinioni politiche ed alle credenze religiose degli utenti – protette come “categorie particolari di dati” ai sensi dell’art. 10(1) del regolamento (UE) 2018/1725 sulla tutela delle persone fisiche in relazione al trattamento dei dati personali da parte delle istituzioni, degli organi e degli organismi dell’Unione e sulla libera circolazione di tali dati (corrispondente all’art. 9(1) del regolamento (UE) 2016/679, di seguito **GDPR**) – in assenza di un’adeguata base giuridica.

Peraltro, la campagna di *microtargeting* in commento sarebbe secondo NOYB del tutto in contrasto con una precedente Proposta di Regolamento già pubblicata dalla Commissione, ossia quella relativa alla trasparenza ed al targeting della pubblicità politica (COM 2021/731), la quale prevede un divieto all’utilizzo di tecniche di targeting per finalità di pubblicità politica che