



Dipartimento di Impresa e Management

Cattedra di Diritto Commerciale

**LA TERZA GUERRA “DIGITALE”:
MONDO DIGITALE AMERICANO VS ANTITRUST UE**

RELATORE

Prof. Vincenzo Donativi

CANDIDATO

Rosario Sorrentino

Matricola 194691

ANNO ACCADEMICO 2016 - 2017

INDICE

INTRODUZIONE	5
Capitolo I: I social media: storia, vision, mission e sfide per il futuro	7
1.1 – Facebook: la storia	7
1.2 – Facebook: vision e mission	10
1.3 – Facebook: sfide per il futuro	13
1.4 – Google: la storia	16
1.5 – Google: vision e mission	19
1.6 – Google: sfide per il futuro	21
1.7 – Amazon: la storia	23
1.8 – Amazon: vision e mission	28
1.9 – Amazon: sfide per il futuro	30
Capitolo II: Il caso	33
2.1 – Il caso Facebook	33
2.2 – Il caso Google	37
2.3 – Il caso Amazon	41
2.4 – Difficoltà del caso	43
2.5 – Difesa dell’ Antitrust UE	47
2.6 – Big Data vs Italia	53
2.6.1 – Facebook	53
2.6.2 – Google	56
2.6.3 – Amazon	60
2.6.4 – Proposte di legge	63
Capitolo III: Rimedi e soluzioni	67
3.1 – Differenze a confronto	67
3.1.1 – Corporate Governance	67

INTRODUZIONE

Il presente elaborato si prefigge il duplice obiettivo di analisi e risoluzione del conflitto che vede contrapposti gli Stati Uniti d'America, nella figura del loro mondo digitale, e l'Unione Europea, tutelata dall'Antitrust UE. A questo scontro è stato attribuito il nome di terza guerra, non mondiale, ma digitale, data la possibilità che possa estendersi in altre aree del globo e assumere proporzioni immense, ma con la natura digitale del conflitto. L'avvento dei Big Data ha infatti fortemente trasformato lo stile di vita della popolazione mondiale, vista la loro sempre più incessante presenza nella quotidianità e nelle decisioni delle persone, e la necessità del loro utilizzo per risolvere e soddisfare i bisogni di tutti i giorni. Appare evidente che un mondo senza Facebook sarebbe impossibile da immaginare, ma è ancora più evidente il suo obbligo di agire in modo assolutamente conforme al quadro legislativo europeo e non, così come avviene per tutte le imprese europee.

La tesi, nell'esaminare il mondo digitale americano, si è focalizzata sui tre maggiori Big Data dei tre campi che hanno, in modo più rilevante, rivoluzionato la nostra era: quello della rivoluzione interattiva (Facebook con WhatsApp e Instagram); della ricerca di informazioni e delle vicende della realtà (Google con YouTube), e del commercio elettronico, il cosiddetto e-commerce (Amazon).

D'altra parte, invece, la considerazione e lo studio dell'Antitrust UE sono risultati fondamentali per conoscere il lato della difesa in questa guerra e l'utilizzo dei suoi successivi strumenti di tutela degli utenti e di attacco alla controparte al tempo stesso (tutela dall'abuso di posizione dominante, protezione della privacy e dei dati personali, protezione dei diritti umani, controllo dei limiti della concorrenza e misure sull'utilizzo improprio di pratiche scorrette e clausole restrittive). E' stata scelta l'Unione Europea come principale soggetto dello scontro, perché è la diretta interessata, lasciata al suo destino dal resto del mondo, e determinata nel perseguire il suo obiettivo di salvaguardia dei diritti dei cittadini europei. Tuttavia, è divenuta necessaria la ricerca delle medesime cause nelle altre potenze mondiali (Cina e Russia), per trarre spunti e riflessioni circa la nostra situazione, e porre le basi per la conseguente elaborazione di una strategia vincente.

I tre casi dei social media in contrapposizione con l'Autorità Europea sono stati esaminati in modo indipendente, per poi notare la forte presenza di tratti in comune nell'origine, nei comportamenti e negli strumenti delle cause del conflitto, che hanno condotto alla loro annessione in un unico megacaso. Ma, a causa dell'esistenza di difficoltà, che hanno complicato la sua delineazione e interpretazione, il caso appare molto difficile, anche da parte di chi deve giudicare. Dopo aver condotto un lungo percorso di analisi per superare queste barriere e far emergere i punti chiave circostanziali, si è sviluppato il secondo obiettivo della tesi: la risoluzione del conflitto. Nell'espone una soluzione, si sono considerati una serie di fattori chiave, con alcuni letteralmente impraticabili

per la nostra comunità, ed altri invece ammissibili per la nostra strategia vincente, seppur con attente riflessioni a riguardo. E' utile precisare, comunque, che tale rimedio è del tutto sperimentale, e intende fornire un modo per far fronte a questa guerra di tipo digitale, che, se si resta immobili, come negli anni passati, potrebbe vederci soccombere contro le imprese digitali della Grande Mela. Alcuni elementi della soluzione sono già stati messi in atto dall'Unione Europea, con l'auspicio che siano migliorati, armonizzati e implementati con azioni ancora più efficienti, in modo da affermarci finalmente come protagonisti di questo scenario.

Il primo capitolo ha l'obiettivo di inquadrare i social media rappresentativi, nelle vicende del loro passato (la storia), del loro presente (vision e mission) e del loro futuro (sfide per il futuro), in modo da comprendere, con la giusta interpretazione, le cause e l'essenza dei loro comportamenti all'interno di questo contesto.

Il secondo capitolo è dedicato all'analisi nel dettaglio e delineazione dei tratti chiave del caso in questione, con la messa in evidenza di tutti gli strumenti, cui può far affidamento l'Antitrust UE, considerando anche i precedenti.

Il terzo e ultimo capitolo, invece, mette a confronto tutte le maggiori caratteristiche delle due parti, per intuire la ragione della differente posizione nel conflitto da parte degli USA e dell'UE; si procede, poi, con uno studio dello scenario mondiale, per ricercare il comportamento delle potenze mondiali nella medesima situazione e una possibile previsione in caso di esplosione del conflitto; infine, sono emerse delle azioni positive da parte dell'Unione Europea, e partendo da queste sono state esposte delle considerazioni e riflessioni, per sviluppare e attuare una strategia di risoluzione della terza guerra digitale.

Capitolo I

I social media: storia, vision, mission e sfide per il futuro

Prima di analizzare il caso, che vede coinvolti i Big Data Americani contro l'Antitrust UE, in questo capitolo si vuole offrire una maggiore conoscenza delle società protagoniste, in modo da comprenderne la nascita, l'evoluzione, le motivazioni degli attuali comportamenti, e le loro scelte nel futuro. Fattori fondamentali per delineare le caratteristiche dei proprietari dei social media e cogliere l'essenza del loro ruolo nel possibile conflitto.

1.1 Facebook: la storia

Nella notte del 28 ottobre 2003, l'allora diciannovenne *Mark Zuckerberg* mandò in rete l'antenato di *Facebook*: *Facemash*.¹

Mark frequentava il secondo anno presso l'università di Harvard e reduce da un appuntamento andato male, si sedette davanti al computer della sua stanza e guardando l'annuario universitario ebbe una straordinaria idea: creare un sito dove gli studenti avrebbero potuto caricare tutte le foto del college. Gli utenti iscritti potevano poi votare la foto preferita, tra le due che il sistema casualmente consigliava. Per riuscire in tale impresa, Zuckerberg hackerò le aree protette della rete universitaria di Harvard per estrarre le foto dei documenti di riconoscimento degli studenti. Facemash registrò più di 450 visitatori e 22.000 foto clickate durante le sole prime quattro ore di visibilità del sito, mandando letteralmente in crash i server dell'università. I responsabili dell'università lo accusarono di aver violato la sicurezza, i copyright e la privacy individuale, per cui il sito fu chiuso pochi giorni dopo. Rischiò perfino l'espulsione dall'ateneo, ma alla fine riuscì a cavarsela senza alcun provvedimento.

Ma il giovane studente di psicologia non si arrese e nel gennaio del 2004 programmò un nuovo sito web con il dominio thefacebook.com (Facebook è il nome dell'annuario con fotografie e nomi diffuso in gran parte delle università americane). Partendo dalla sua prima idea, e con l'aiuto dei suoi quattro compagni di stanza al dormitorio di Harvard: *Andrew McCollum*², uno

¹ Per consultare la storia dell'azienda nel dettaglio si veda: *Facebook: Storia*, in <https://it.wikipedia.org/wiki/Facebook#Storia>, aggiornato al 29 aprile 2017.

² S. FIEGERMAN, *The lesser-known member of Facebook's original team is ready for the spotlight*, Usa, 4 Febbraio 2015, pp. 1-3.

dei cinque studenti più originali che contribuì allo sviluppo della programmazione, a *Eduardo Saverin*³(estromesso strategicamente dalla società e poi re-inserito con il possesso del 5% delle quote societarie), che ne curò gli aspetti aziendali, organizzativi e promozionali, a *Chris Hughes e Dustin Moskovitz*⁴, decise di lanciare una nuova realtà nella rete sociale, dedicata al mondo universitario statunitense: Facebook, il **4 febbraio 2004**.

Tale data rappresenta il punto di partenza di una scalata verso il successo. Infatti, a fine febbraio più della metà della “popolazione universitaria” di Harvard era registrata alla piattaforma. Tre studenti di Harvard: Cameron e Tyler Winklevoss e Divya Narendra, accusarono Zuckerberg di averli truffati, in quanto li avrebbe aiutati nella progettazione di un servizio di rete sociale chiamato "*HarvardConnection.com*", sfruttando tale occasione per rubargli l'idea, creando un sito concorrente. L'accusa si tradusse successivamente in una causa legale, che terminò con un patteggiamento di circa 65 milioni di dollari⁵.

Nel marzo del 2004 Facebook allargò i propri confini giungendo all'Università Stanford, alla Columbia University e all'Università Yale; e nell'aprile 2004, anche al resto della Ivy League, al MIT, alla Boston University e al Boston College. Nel giro di poche settimane Facebook aprì le porte a tutti gli studenti universitari statunitensi e canadesi.⁶

A metà del 2004 fu fondata la **Facebook Inc.**, certificando il successo del secondo tentativo, per nulla inatteso. Tale società permetteva di gestire meglio gli affari, dal punto di vista finanziario.

L'imprenditore Sean Parker, fondatore di Napster alla sola età di 19 anni, che fino ad allora era stato un consigliere informale per Zuckerberg, ne diventò presidente a 24 anni, essendo per molti aspetti simile all'ormai amico Mark.⁷

Nel giugno del 2004, Zuckerberg e Moskovitz si presero un anno sabbatico da Harvard e trasferirono la base operativa di Facebook a Palo Alto (cittadina che sorge nel versante settentrionale della *Silicon Valley*)⁸, in California, prendendo residenza nell'appartamento di Sean Parker, nei pressi dell'Università di Stanford, ed assumendo altri otto dipendenti. Moskovitz era vicepresidente e capo dello staff tecnico di Facebook, e lavorava sugli strumenti interni e sulla strategia della società, uomo di fiducia del numero uno di Palo Alto, anche

³ A. CAREDDU, *Facebook 10 anni: com'è andata a finire la vicenda Saverin*, Milano, 2014, in <http://hi-tech.leonardo.it/facebook-10-anni-tutto-sulla-vicenda-saverin/>.

⁴ Possiede ora un patrimonio di oltre 12,2 miliardi di dollari, tratto da Forbes Profile, *Dustin Moskovitz: CEO and Cofounder, Asana*, in <https://www.forbes.com/profile/dustin-moskovitz/>, 8 Giugno 2017.

⁵ J. MCKINLEY, *Finding Their Next Facebook*, in *The New York Times*, Usa, 22 Marzo 2013.

⁶ Per consultare la storia dell'azienda nel dettaglio si veda: *La storia di Facebook*, in <http://www.fastweb.it/social/la-storia-di-facebook/>, aggiornato al 7 aprile 2016.

⁷ M. STONE, *The insane life of Facebook billionaire Sean Parker*, Usa, in *Business Insider*, 3 Agosto 2015.

⁸ Cfr. caratteristiche in https://it.wikipedia.org/wiki/Palo_Alto, aggiornato al 1 Aprile 2017.

attualmente.⁹

Già a partire dal 2005 arrivarono i primi investitori a bussare alla porta di Mark. Il primo fu Peter Thiel, cofondatore di PayPal, che acquisì il 10.2% delle quote societarie con un investimento di circa mezzo milione di dollari, trasformandolo poi in più di un miliardo di dollari in contanti.¹⁰

Nell'estate del 2005 venne registrato il dominio attuale: *facebook.com*, per la cifra di 200.000 dollari. Ma le quotazioni di Facebook avevano una crescita vertiginosa; tanto che Microsoft, nell'ottobre del 2007, dovrà sborsare 240 milioni di dollari per rilevarne appena l'1,6%. Valutazione astronomica per una sola briciola della torta, ma che rende l'idea del successo del social media, attraverso la non casuale lungimiranza del magnate Bill Gates.¹¹

Il 27 febbraio 2006 il servizio fu aperto anche ai licei e ad alcune grandi compagnie, tra cui Apple e Microsoft.

Dal 26 settembre 2006 chiunque avesse più di 13 anni poteva parteciparvi.¹² Luglio 2007 rappresenta la data, in cui Facebook figura nella classifica dei 10 siti più visitati al mondo¹³ ed è il sito numero uno negli Stati Uniti per foto visualizzabili, con oltre 60 milioni di immagini caricate settimanalmente.

Gli andamenti di crescita di Facebook non conoscevano sosta: il numero di utenti continuava a crescere vertiginosamente, così come il valore dei ricavi.

Appena cinque anni dopo la sua creazione, nel 2009, il bilancio della piattaforma di *Palo Alto* chiude in attivo, dimostrando che l'idea di Mark Zuckerberg è redditizia e profittevole. In quegli stessi anni Facebook inizia a espandersi anche nel resto del mondo. In Italia si è registrato un boom di iscrizioni nel 2008: nel mese di agosto si contavano oltre 1 milione e 300 mila visite, con un incremento del 961% rispetto allo stesso mese del 2007. Il volume di traffico cresce così in fretta che nel marzo 2010 supera per una settimana Google per numero di visite negli Stati Uniti.

Il 3 gennaio 2012, Goldman Sachs bussa alla porta di Palo Alto, dove nel frattempo Mark Zuckerberg aveva spostato la sede della società. La banca d'affari vorrebbe entrare nel capitale

⁹ J. GUYNN, *Facebook co-founder Dustin Moskovitz leaves for start-up*, in *Los Angeles Time*, Usa, 3 Ottobre 2008.

¹⁰ S. COWLEY and J. PEPITONE, *Facebook's first big investor, Peter Thiel, cashes out*, in *Cnn*, Usa, 20 Agosto 2012.

¹¹ RIPRODUZIONE RISERVATA, *Microsoft si compra una fetta di Facebook*, in *Panorama*, Milano, 2008.

¹² F. RAMPINI, *Dieci anni dell'era "after Facebook": I successi di Zuck, mister 30 miliardi*, in *Repubblica.it, sezione Economia e Finanza.*, 2014.

¹³ Già al secondo posto nel 2008, *i 20 siti più visitati del 2008*, in *Bloggo informazione libera e indipendente*, <http://www.downloadblog.it/post/8525/i-20-siti-piu-visitati-del-2008>, 2009.

di Facebook, investendo ben 450 milioni di dollari: incrementando la valutazione totale del social network fino a 50 miliardi di dollari.

Viste le performance finanziarie e la continua crescita di utenti iscritti e di traffico web, Mark Zuckerberg decide che è arrivato il momento di mettersi alla prova dei mercati finanziari. Dopo aver superato l'esame della SEC (Securities and Exchange Commission), l'ente federale statunitense per la vigilanza delle quotazioni nella Borsa di Wall Street, Facebook sbarca a Wall Street il 18 maggio 2012 con una delle offerte pubbliche di vendita (IPO) più grandi della storia degli Stati Uniti. Nella prima giornata di contrattazioni Facebook riesce a vendere azioni per 16 miliardi di dollari (la terza di sempre nella storia statunitense e la prima in assoluto in ambito tecnologico, superata pochi giorni fa solo da *Snapchat*), facendo salire la propria valutazione a 104 miliardi di dollari (valore più alto mai registrato per una new entry alla Borsa di New York). Mark Zuckerberg, allora poco più che 27enne, si ritrova improvvisamente con un patrimonio personale di svariati miliardi di dollari.

Il 24 agosto 2015 Facebook raggiunge la cifra record di 1 miliardo di utenti attivi contemporaneamente sulla piattaforma.

Da tenere in considerazione è anche la campagna acquisti Facebook, che comincia nel 2009. Il primo grande colpo di Zuckerberg e soci risale al 9 Aprile 2012, quando acquista **Instagram**, l'azienda che ha progettato un'applicazione software per gestire le fotografie scattate da iPhone e da cellulari Android: secondo una nota ufficiale l'accordo vale circa un miliardo di dollari.¹⁴ Mossa analoga ma di più larga misura è l'annuncio del 19 febbraio 2014: dal suo profilo Facebook, Mark Zuckerberg annuncia che anche **WhatsApp**, applicazione di messaggistica istantanea per sistemi mobili, è stata acquisita per 16 miliardi di dollari (che diventeranno 19 miliardi a transazione conclusa).

Oggi, Facebook è il più grande e utilizzato social network del mondo ed il suo presidente, amministratore delegato e fondatore, Mark Zuckerberg, è il quinto uomo più ricco del mondo¹⁵, con un patrimonio stimato di 56 miliardi di dollari.

1.2 Facebook: vision e mission

Questa posizione di mercato si allinea con la strategia della società.

¹⁴ L. DELLO IACOVO, *Facebook acquista Instagram, accordo da un miliardo di dollari. Colpo grosso di Zuckerberg prima dell'Ipo*, in *il Sole 24 Ore sezione Nova24 Tech*, 9 Aprile 2012.

¹⁵ *The World's Billionaires 2017*, *Forbes*, in <https://www.forbes.com/billionaires/#59dfaf51251c>, 2017.

Per definire una **strategia**, un imprenditore deve avere ben chiari gli obiettivi dell'azienda. Obiettivi di diversa natura (commerciale, brand, posizionamento, innovazione), di breve e di lungo termine, legati assieme da due macro-fattori astratti ma determinanti, ai vertici della catena strategica aziendale: vision e mission.¹⁶

La **vision**¹⁷ è l'idea dell'imprenditore e rappresenta ciò che l'azienda intende diventare.¹⁸ La vision di Facebook guida i propri dipendenti verso l'obiettivo, concentrando i loro sforzi.¹⁹ La **mission** è la guida per realizzare l'idea, si focalizza sul presente e descrive in modo chiaro cosa fare e quali strumenti utilizzare per realizzare gli obiettivi.²⁰

La mission di Facebook determina le strategie e le tattiche adatte alla crescita e lo sviluppo dell'azienda.

Attraverso una costante attenzione alla definizione e realizzazione degli obiettivi, Facebook Inc. garantisce la propria leadership nel mercato globale per il servizio del social networking on-line.

La vision di Facebook, basata sull'offerta di social media, è espressa dalla seguente citazione: «*le persone usano Facebook per rimanere in contatto con amici e familiari, per scoprire cosa sta succedendo nel mondo, e condividere ed esprimere ciò che conta per loro.*» Questa dichiarazione mostra che il business non è solo un sito di social networking on-line. Invece, l'obiettivo che l'azienda si prefigge è quello di facilitare il valore della comunicazione tra gli utenti individuali. Per cui, possiamo interpretare quattro componenti fondamentali:

1) Mercato globale, che si basa sulla definizione di “popolo” come utenti della società, indicando tutte le persone che utilizzano il social network in tutto il mondo.

2) Facilitazione della comunicazione tra amici e familiari, attraverso un dialogo e un rintracciamento che è senza dubbio più veloce.

3) Strumento globale per la scoperta, attraverso l'accesso alle informazioni.

4) Strumento globale per l'auto-espressione, attraverso i profili personali.

¹⁶ Pianificazione strategica, in https://it.wikipedia.org/wiki/Pianificazione_strategica, aggiornato al 1 Febbraio 2017

¹⁷ Vision statement, in https://en.wikipedia.org/wiki/Vision_statement, aggiornato al 17 Aprile 2017

¹⁸ REDAZIONE MONDOPMI, *La sottile differenza tra mission e vision all'interno dell'impresa*, in http://www.mondopmi.com/economia/la-sottile-differenza-tra-mission-e-vision-allinterno-dellimpresa_4332/, 2013

¹⁹ N. SMITHSON, *Facebook Inc. 's Vision Statement & Mission Statement*, in Panmore Institute, 7 Febbraio 2017.

²⁰ Mission statement, in https://en.wikipedia.org/wiki/Mission_statement, aggiornato al 17 Aprile 2017.

Queste componenti della vision di Facebook spingono l'azienda a crescere a livello internazionale per mantenere la propria posizione di leadership nel mercato globale dei social media.

La mission di Facebook è: «*permettere alle persone di condividere contenuti e rendere il mondo più aperto e connesso.*» La società si concentra sul rendere il proprio sito web di social networking una parte importante della vita dei singoli utenti. Le caratteristiche più significative della mission di Facebook Inc. sono:

1) *Abilitazione persone*, nel senso di rendere il servizio di social networking on-line pratico per gli utenti, per aumentare la capacità online della società.

2) *Attivare la condivisione*, questa capacità è espressa dalla condivisione degli utenti di pezzi delle loro informazioni, che possono esternarsi sotto forma di tesi, immagini. Video e altri tipi di file.

3) *Collegamento del mondo*, l'obiettivo finale è quello di collegare tutto il mondo, grazie all'abilitazione e alla condivisione. Una connessione viene creata ogni volta che gli utenti diventano "amici" sulla piattaforma.

Oggi, Zuckerberg sembra indirizzato sempre di più alla sua ambiziosa idea di riuscire a connettere tutti gli abitanti del mondo al web, obiettivo che a questo punto sembra avvicinarsi sempre di più.²¹

Il CEO del social network più popolare al mondo mette nero su bianco anche la nuova ***mission "umanitaria"*** che l'azienda si prefigge di perseguire: «*permettere alle persone di creare una comunità globale che funzioni per tutti, più solidale, più sicura, più informata, più impegnata civilmente e più inclusiva.*»²² Sembra cambiare per un certo aspetto l'obiettivo futuro della piattaforma di Palo Alto, intuendo che dovremmo scordarci un social pensato per connettere «*amici e familiari*», gli orizzonti si sono allargati e si sono fatti più "globali". La «*comunità globale*» idealizzata da Zuck passa per le «*milioni di comunità più piccole*» che rispondono ai nostri bisogni «*personali, emotivi e spirituali*». Facebook non è più solo «*catturare video e dividerli con gli amici*», ma ora si pensa in grande: aiutando a «*prevenire, gestire e riparare*

²¹ R. CIRULLO, *Come sta cambiando la mission di Facebook oggi*, in <https://cirullo.it/2014/03/sta-cambiando-la-mission-di-facebook-oggi/>, 28 Marzo 2014.

²² V. DI CARLO, *Zuckerberg cambia la 'missione' di Facebook: rendere il mondo un posto migliore*, in <http://mobile.hdblog.it/2017/02/17/Mark-Zuckerberg-missione-Facebook/>, 17 Febbraio 2017.

crisi», come terrorismo, disastri naturali, epidemie, emigrazioni e cambiamenti climatici, ma anche tentativi di suicidio, depressione, violenze fisiche, e crimini.

1.3 Facebook: sfide per il futuro

Lanciando un'occhiata al **futuro**, infatti, Facebook ha iniziato a cambiare forma. Prima con le acquisizioni (che ne hanno ampliato notevolmente ambito di "appartenenza" e influenza) e poi con progetti ex novo voluti dallo stesso Mark Zuckerberg. Durante la scorsa conferenza primaverile dei developer di casa Zuckerberg (**F8**), tenutasi il 12 e il 13 Aprile 2016 a San Francisco, sono emerse le più importanti novità nel futuro del colosso americano.²³ Tra queste, la più importante iniziativa dal punto di vista della differenziazione è, senza ombra di dubbio: **Free Basics**²⁴, tesa a garantire accesso alla rete a tutti (o quasi) gli abitanti della terra e ridurre così il *digital divide* nei Paesi del terzo mondo. Proprio per questo motivo Facebook è oggi impegnata nello sviluppo di strumenti e infrastrutture (come droni speciali, satelliti e tecnologie per la lettura del pensiero) che consentano di diffondere Internet wireless in zone del Pianeta altrimenti difficilmente raggiungibili.

Nel futuro di Facebook, poi, ci sono sempre più emozioni, che a detta del CEO sono migliori se in *realtà virtuale*.²⁵ Facebook ha acquisito due startup: **l'israeliana RealFace**²⁶ e **la danese Eye Tribe**, specializzate rispettivamente nel riconoscimento facciale e nell'eye-tracking.²⁷ Saranno parte del futuro in *Virtual Reality (VR)* del social. In particolar, *Eye Tribe*, ha

²³ V. DARA, *Nel futuro di Facebook? Sempre più emozioni, meglio se in realtà virtuale*, in <https://www.insidemarketing.it/futuro-facebook-emozioni-realta-virtuale/>, aggiornato al 26 Maggio 2017.

²⁴ Inizialmente chiamato Internet.org, seguito da un dibattito che affiancava Internet.org alla violazione della net neutrality e costato non poche critiche a Zuckerberg, in <https://www.wired.it/internet/web/2015/09/25/facebook-internet-org-free-basics/>, 25 Settembre 2015.

²⁵ L. MARINELLI, *La sfida di Facebook per il 2017? Il Digital Marketing*, in <http://www.ninjamarketing.it/2017/01/11/la-sfida-di-facebook-per-il-2017-il-digital-marketing/>, 11 Gennaio 2017.

²⁶ Apple ha speso due milioni di dollari per assicurarsi l'esclusiva di una tecnologia capace di utilizzare la faccia dell'utente come password per sbloccare smartphone e tablets, G.STABILE, *Apple compra la startup israeliana RealFace: il prossimo iPhone avrà il riconoscimento facciale?*, in *La Stampa sezione Tecnologia*, 21 Febbraio 2017.

²⁷ In grado di collegare immediatamente, attraverso delle lenti, il mondo reale con la realtà virtuale, K.MURNANE, *Facebook Purchases An Eye-Tracking Startup With An Eye Toward Enhancing VR*, *Forbes*, in <https://www.forbes.com/sites/kevinmurnane/2016/12/29/facebook-purchases-an-eye-tracking-startup-with-an-eye-toward-enhancing-vr/#7a199b35544b>, aggiornato al 29 Dicembre 2016.

sviluppato un sistema che, se integrato a laptop o altri dispositivi mobile, è in grado di tracciare il movimento degli occhi e utilizzarlo per una serie di operazioni *purpose-oriented*. Il meccanismo potrà essere applicato a qualsiasi azione: scrollare una pagina web, loggarsi, spostare oggetti sullo schermo. E chissà che, in un futuro prossimo, non potrà servire anche a comandare a distanza e con un solo sguardo gli oggetti di casa. Intelligenza artificiale, realtà aumentata e Internet of Things sembrano essere, del resto, ingredienti fondamentali nella ricetta di **Facebook 2.0**.

C'è stato un tempo in cui la telepatia sembrava potesse essere il futuro di Facebook, un tempo in cui non era ben chiaro cosa ciò potesse significare. Oggi, invece, intelligenza artificiale, realtà aumentata, visori per la realtà virtuale, sistemi di riconoscimento facciale stanno rendendo di fatto il *social di Menlo Park* sempre più simile a un luogo in cui saremo «*in grado di inviarti pensieri pieni di significato l'uno all'altro direttamente tramite la tecnologia*», per dirlo con le stesse parole del boss di Facebook²⁸. Diverse novità di casa Zuckerberg, del resto, sembrano andare in questa direzione. «*Percezione e ragionamento, tutto il nostro lavoro ruota attorno a queste due azioni*». Esordisce così, in un inglese dal forte accento di oltralpe Antoine Bordes, che dal 2014 è ricercatore scientifico al *Facebook Artificial Intelligence Research di Parigi*.²⁹ Ad esempio, Facebook compra **FacioMetrics** nel novembre del 2016, startup nata come spin-off della Carnegie Mellon University di Pittsburgh e nota per aver sviluppato **IntraFace**, un'app che sfrutta la fotocamera anteriore di smartphone e altri dispositivi mobile per riconoscere, grazie ad algoritmi di visione artificiale e apprendimento automatico, le espressioni del volto e le emozioni a esse collegate. Tra le altre cose, la fotocamera diventerà intelligente. Scattando una foto a una tazzina di caffè, ad esempio, Facebook ci suggerirà di aggiungere un filtro col vapore disegnato. «*La realtà aumentata*», ha detto papà Facebook «*è il secondo atto*» del trend che vede foto e video sempre più centrali rispetto al testo, e quindi della fotocamera sempre più importante rispetto alla tastiera. «*Questa tecnologia*» ha aggiunto «*aiuterà a fondere reale e digitale in modi del tutto nuovi e renderà il mondo fisico migliore.*»³⁰ Facebook, inoltre, vuole sviluppare una tecnologia per *l'intelligenza artificiale* generalizzata in grado di poter comunicare come un essere umano e con l'essere umano. Le tecnologie che utilizzano l'intelligenza artificiale attuali sviluppano grandi insiemi di dati

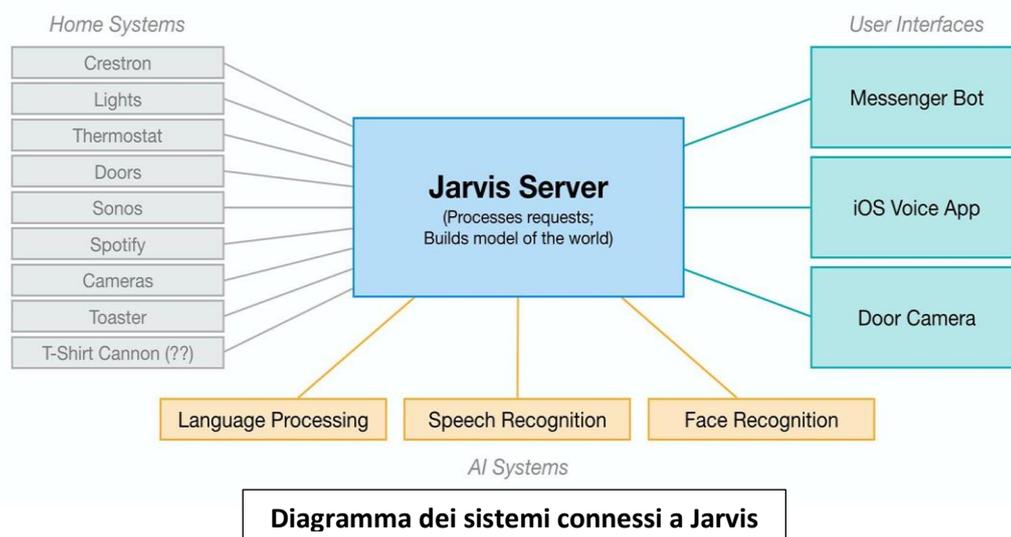
²⁸ M. D'AMBRO, *Facebook e FacioMetrics: Il social leggerà le tue emozioni*, in <http://www.seochef.it/facebook-e-faciometrics/>, 22 Novembre 2016.

²⁹ *Facebook e il futuro dell'intelligenza artificiale: percezione, ragionamento e strategia*, in <https://www.wired.it/gadget/computer/2017/03/31/facebook-futuro-intelligenza-artificiale/>, 31 Marzo 2017.

³⁰ B. SIMONETTA, *Facebook si tuffa nel futuro: ecco realtà aumentata e virtuale*, in *Il sole 24 ore sezione Tecnologia*, 18 Aprile 2017.

per compiti specifici. Sono lontane dal diventare “generalizzate”, in grado di emulare le tecnologie dell’intelligenza umana. E’ proprio a questo però che Mark sta puntando. Tra le varie tecnologie, l’intelligenza artificiale di Facebook utilizza «*l’elaborazione del linguaggio naturale e il riconoscimento vocale e dei volti*». «*Per alcuni versi*», afferma Zuckerberg, «*questa sfida è stata più semplice di quanto mi aspettassi*». Solo un aspetto più complicato del previsto: «*connettere e comunicare con tutti i differenti sistemi della mia casa*». Prima di costruire un’intelligenza artificiale ho dovuto scrivere del codice per connettere tra loro questi sistemi, basati su diversi linguaggi e protocolli.” Intelligenza artificiale integrata nell’impianto domotico della casa di Zuckerberg, così come potrà esserlo in quelle di ognuno. Attraverso un video³¹, il CEO Americano spiega che il suo amico **Jarvis**³² sarà capace di fare toast, insegnare le lingue, riconoscere chi bussa alla porta e addirittura lanciare a Zuckerberg i vestiti di cui ha bisogno. «*Affinché assistenti come Jarvis siano in grado di controllare tutto in casa per più persone*», avverte Zuckerberg, «*serve che più dispositivi siano connessi e l’industria ha bisogno di creare API comuni e standard che permettano ai dispositivi di parlare l’uno con l’altro.*» Una nuova rivoluzione tecnologica sembra prendere forma, non ci resta che restare “connessi”.

33



³¹ È possibile vedere il video innovativo su: <https://www.facebook.com/zuck/videos/10103351034741311/>, 20 Dicembre 2016.

³² FLASHES, *Mark Zuckerberg e il suo amico Jarvis, un’intelligenza artificiale*, in <http://www.ilpost.it/flash/marc-zuckerberg-jarvis/>, 20 Dicembre 2016

³³ M. ZUCKERBERG, *Building Jarvis*, in https://www.facebook.com/notes/mark-zuckerberg/building-jarvis/10154361492931634/?hc_location=ufi, 19 Dicembre 2016.

1.4 Google: la storia

Il dominio di *Google* è stato registrato il 15 settembre 1997³⁴ ed è comparso online per la prima volta il 27 settembre 1998.³⁵

Successivamente alla registrazione, il 4 settembre 1998, è stata fondata la società *Google Inc*, da due studenti di informatica della Stanford University con il pallino della matematica: lo statunitense *Larry Page* e il russo *Sergey Brin*.

I due brillanti studenti avevano appena 25 anni quando meditarono la primordiale idea, che non partiva con l'intento di costruire un motore di ricerca, anzi il tutto nasce semplicemente da un progetto di ricerca per la redazione della tesi di dottorato.³⁶

Nel 1996, il professore di informatica Motwani propone a Sergey Brin un argomento per la sua tesi molto affascinante: cercare un modo innovativo per estrapolare informazioni e dati da internet, all'epoca ancora poco organizzato.

Quella era l'era dei primi motori di ricerca come WebCrawler e Lycos, che erano ancora inefficienti nelle ricerche. Nel mentre, Page iniziò un progetto per la catalogazione digitale del materiale bibliografico in possesso dell'Università (Stanford Digital Library Project, SDLP).³⁷

Egli si stava occupando di sviluppare un algoritmo in grado di massimizzare i criteri e le prestazioni di ricerca all'interno dello sconfinato catalogo della biblioteca universitaria. Quindi divenne di rilevante importanza interessarsi alle dinamiche legate al web, legandosi ad *AltaVista*, un motore di ricerca che a differenza degli altri includeva anche informazioni nascoste: i *links*. E' da questo termine che nasce un'intrigante teoria, che cercava di trovare una soluzione al bisogno di dover classificare i diversi link che giustamente avevano un peso diverso l'uno dall'altro.

In quello stesso periodo cominciarono i rapporti con il dottorando russo Sergey Brin. Tali rapporti diventavano sempre più stretti, al punto da iniziare a fare coppia fissa e a lavorare sullo sviluppo di un algoritmo di ricerca per il web che fosse in grado di catalogare risultati non solo in base al numero di volte che il termine cercato compariva in una pagina, ma anche in base alla rilevanza e importanza della pagina stessa. I due decisero di chiamare l'applicazione di questo algoritmo a internet *PageRank* e, nonostante tutte le migliorie e gli anni passati, resta

³⁴ Per consultare la storia dell'azienda nel dettaglio si veda: *From the garage to the Googleplex*, in <https://www.google.it/intl/it/about/our-story/>, aggiornato al 2017.

³⁵ Per consultare la storia e la mission dell'azienda nel dettaglio si veda: A. XHAFERRI, *Google: una storia avvincente*, in <http://www.successo.com/2015/02/27/google-una-storia-avvincente/>, 27 Febbraio 2015.

³⁶ Per consultare la storia dell'azienda nel dettaglio si veda: C. CATIA, *Abuso di posizione dominante: il caso Google*, in http://tesi.cab.unipd.it/50324/1/Crivellari_Catia.pdf, 2014-2015.

³⁷ Per consultare la storia dell'azienda nel dettaglio si veda: *La storia di Google*, in <http://www.fastweb.it/web-e-digital/la-storia-di-google/>.

ancora il fondamento delle ricerche effettuate attraverso Google. Non appena le funzionalità del PageRank suscitavano consensi con metodi sperimentali, era arrivato il momento di lanciarsi in questa sfida senza precedenti creando quello che sarebbe diventato il più grande motore di ricerca di tutti i tempi: Google, che inizialmente era stato chiamato *BackRub*.

Il nome Google deriva da “*Googolplex*”, abbreviato in “*googol*”, che in matematica indica un 1 seguito da 100 zeri, a dimostrare che il loro scopo era organizzare una quantità apparentemente infinita di informazioni sul web.

La prima sede societaria di Page e Brin si stabilì all'interno del garage di una loro amica comune, *Susan Wojcicki*, oggi senior vice president di Google, a *Menlo Park*, California. Un loro collega studente, *Craig Silverstein*, fu lo storico primo assunto.

Come accade per le startup innovative, i primi mesi furono i più difficili, poiché bisognava affermare la propria idea in una realtà che era scettica di accettarla. Un anno dopo, nel Settembre 1998, nascerà la Google Inc., grazie al primo finanziamento di 100.000 dollari da Andy Bechtolsheim, cofondatore di Sun Microsystems, per finanziare l'acquisto di materiali tecnologici per sviluppare l'idea che sembrava rivoluzionaria. I risultati di Google sono immediati e crescevano in modo vertiginoso.

A inizio 1999 i due dottorandi tentarono di aumentare i ricavati della loro scoperta, offrendo il loro algoritmo a Excite in cambio di 1 milione di euro. I due vennero rispediti al mittente. Ma è solo questione di mesi: la svolta avviene il 7 giugno 1999, quando Google chiuse un nuovo round di finanziamenti portando a casa 19 milioni di dollari. Nel marzo di quello stesso anno Google aveva cambiato anche sede, trasferendosi in quel di *Palo Alto*, futura sede operativa dell'altro colosso Americano Facebook.

Nel 2000 il motore di ricerca viene ampliato, con l'introduzione delle versioni di Google.com nelle prime dieci lingue e la costituzione di una partnership con Yahoo!, che era all'epoca tra i siti più utilizzati e conosciuti, con l'obiettivo di diventare il suo fornitore di servizi di ricerca predefinito.

Già in quell'anno Google annuncia il primo indice formato da un miliardo di URL che lo rende il motore di ricerca più vasto in assoluto.

In pochissimi anni l'estensione è sempre più continua, partendo dal lancio di *Google AdWords* e passando dal servizio *Google Toolbar* e l'introduzione di *Google Ricerca Immagini*, che dà accesso a 250 milioni di immagini.

Da allora la società cresce a ritmi incessanti tanto che Brin e Page decidono che è ora del grande passo verso la quotazione in Borsa.

Il 19 agosto 2004 Google lanciò la sua offerta pubblica iniziale (IPO), immettendo sul mercato oltre 19 milioni di azioni al prezzo di partenza di 85 dollari per azione.³⁸ La vendita, affidata alle banche d'affari Morgan Stanley e Credit Suisse, fruttò poco meno di 2 miliardi di dollari, facendo balzare il valore complessivo di Google a circa 27 miliardi di dollari. I primi dipendenti di Google, che spesso erano pagati anche con quote societarie, divennero immediatamente milionari. Larry Page e Sergey Brin in testa, naturalmente.

Nel 2003, Google aveva trovato finalmente la sua casa, trascolando al numero 1600 di Amphitheatre Parkway a *Mountain View*, in California, da allora conosciuta con il nome di *Googleplex*.

Complesso che Google acquisterà soltanto tre anni più tardi per il valore di oltre 300 milioni di dollari.

A partire dal 2004 ancora tante altre innovazioni e acquisizioni.

La società introduce **Google Local**, un servizio che offre informazioni su attività commerciali locali, mappe e indicazioni stradali, e che in un secondo momento viene unito all'**attuale Google Maps**.

Nel 2005 viene presentato **Google Earth**: un servizio di creazione di mappe basato su immagini satellitari.

Il 9 Ottobre 2006 Google Inc. annuncia l'acquisto di **YouTube**, servizio di condivisione di video amatoriali, per la cifra di 1.67 miliardi di dollari in azioni Google.³⁹

Nel 2007 viene annunciato il lancio di **Android**, la prima piattaforma aperta per dispositivi mobili.

Mentre nel 2008 diventa disponibile **Google Chrome**, un nuovo browser open source, nato per combattere l'egemonia dei già esistenti big browsers Internet Explorer e Mozilla Firefox.

Il 15 agosto 2011 Google investe, forse per la prima volta nella sua storia, in qualcosa di materiale: per 12,5 miliardi di dollari viene acquisita la divisione telefonia di **Motorola**.⁴⁰ Una mossa contestata da più parti, ma strategica per Larry Page e Sergey Brin. Il gran numero di brevetti in possesso di Motorola, infatti, ha messo più volte Google al riparo da possibili cause per violazioni di materiale protetto da diritto d'autore.

³⁸ M. MALSEED & D. VISE, *Google Story*, Milano, 2017, pp. 150-162.

³⁹ GOOGLE INC., *Google To Acquire YouTube for \$1.65 Billion in Stock*, in <http://googlepress.blogspot.it/2006/10/google-to-acquire-youtube-for-165-09.html>, 9 Ottobre 2006.

⁴⁰ GOOGLE INC., *Supercharging Android: Google to Acquire Motorola Mobility*, in <http://googleblog.blogspot.it/2011/08/supercharging-android-google-to-acquire.html>, 15 Agosto 2011.

Il 1° ottobre 2012 Google ha superato Microsoft nel valore capitale in borsa, registrando, alla chiusura, 249,19 miliardi di dollari americani, rispetto ai 247,44 di Microsoft.⁴¹ Scorgendo poi il potenziale dei social network nel mondo del web odierno, Google decide anche di sfidare la supremazia di Facebook, lanciando *Google+21*.⁴²

L'11 Giugno 2013 rappresenta la data dell'acquisizione per 1 miliardo di dollari dell'applicazione di navigazione *Gps israeliana Waze*: è una piattaforma di mappe digitali per la navigazione su strada dove gli automobilisti condividono segnalazioni in tempo reale.⁴³

Oggi, Google è un'azienda caratterizzata dalla cultura aperta, tipica delle startup. Il fulcro essenziale è la definizione di Google non solo come un motore di ricerca. Infatti, come evidenziato dalla storia appena descritta, oltre raggruppare e individuare le informazioni, si occupa anche di foto, newsgroup, notizie, mappe, mail, shopping, traduzioni, video e creazione di programmi.

Google è definito dal suo padre fondatore e CEO Larry Page, il «*motore di ricerca perfetto*» perché «*comprende esattamente cosa intendi e restituisce esattamente ciò che desideri*». ⁴⁴ E' considerato il sito più visitato del mondo, tanto popolare da creare una Google Mania e diventare un verbo transitivo (2006), “*to google*” introdotto nei vocabolari anglosassoni, italiani⁴⁵ e mondiali e nei discorsi di tutti i giorni: ad esempio “*googlare*”, con il significato di «*cercare informazioni riguardanti qualcuno o qualcosa su Internet, generalmente usando il motore di ricerca Google.*» ⁴⁶

1.5 Google: vision e mission

I fondatori di Google si sono sempre posti, fin dalla fondazione dell'azienda, standard di traguardi e obiettivi molto elevati, affinché il sito web potesse mantenere la sua supremazia nel mercato.

⁴¹ Per consultare la storia nel dettaglio si veda: *Wikipedia – Google*, in <https://it.wikipedia.org/wiki/Google#Storia>, aggiornato al 30 Aprile 2017.

⁴² GOOGLE INC., *Introducing the Google+ project: Real-life sharing, rethought for the web*, in <http://googleblog.blogspot.it/2011/06/introducing-google-project-real-life.html>, 28 Giugno 2011.

⁴³ L. DELLO IACOVO, *È ufficiale: Google ha comprato Waze*, in *il Sole 24 ore sezione Nova24 Tech*, 11 Giugno 2013.

⁴⁴ L. PAGE, *I nostri prodotti e servizi*, in <https://www.google.it/intl/it/about/company/products/>.

⁴⁵ In Italia appare soltanto nel 2009.

⁴⁶ A. LANA, *Storia di Google, quindici anni dal garage ai miliardi*, in <http://www.linkiesta.it/it/article/2013/09/29/storia-di-google-quindici-anni-dal-garage-ai-miliardi/16646/>, 29 Settembre 2013, utilizzato anche per integrare la storia.

La **vision** parte dalla sua attuale posizione di uno dei marchi più prestigiosi e popolari al mondo e dal suo strumento migliore: **il servizio di motore di ricerca**.⁴⁷

Per cui la vision di Google è rappresentata dalla seguente definizione: «*fornire l'accesso alle informazioni del mondo con un click*». ⁴⁸

Il motore di ricerca permette alle persone, grazie alla sua straordinaria globalizzazione, di accedere facilmente alle informazioni di tutto il mondo.

Fulcro della **mission** aziendale è l'**utente**, al quale si è voluto offrire un servizio di ricerca il più efficace e veloce possibile, cercando di abbattere anche le frontiere linguistiche per raggiungere persone in ogni parte del mondo e questo non solo tramite computer ma anche da dispositivi mobili.

Ciò è stato reso possibile soprattutto dal grande numero di individui che utilizzano il sito web. Per cui la definizione principale di mission per Google è: «*organizzare le informazioni del mondo e renderle universalmente accessibili e utili*». Step successivo è la **valutazione dell'importanza di ogni pagina web**, utilizzando svariati segnali e indicatori, per valutare l'importanza dei siti che abbiano ricoperto il ruolo di migliori fonti di informazioni da altre pagine sul Web.

Altra prerogativa inerente alla mission riguarda la **pubblicità**.

Infatti, per servire tutti gli utenti, Google si è impegnato ad assicurare che gli annunci che appaiono sulle pagine dei risultati fossero sempre pertinenti, non interferissero con la possibilità di visualizzare i contenuti richiesti e fossero sempre identificati chiaramente come link sponsorizzati per non compromettere l'integrità dei risultati di ricerca. L'ultimo punto fondamentale della mission di Google riguarda la **cultura**. Tale pensiero si basa sul concetto di considerare il sito web come un fornitore di emozioni e di appartenenza all'ambiente, che stimola la creatività, premia i risultati e contribuisca allo sviluppo ed al successo dell'azienda.

Gli ingegneri di Google, infatti, utilizzano il 20% del loro tempo lavorativo per progetti personali, ed è così che è nato ad esempio **Google News**.⁴⁹

«**Eccellere non basta**», è il modus operandi dei due fondatori, che prefissandosi obiettivi difficili da raggiungere, raggiungono traguardi molto lontani, impiegando tutte le energie e le risorse disponibili, e restando, in ogni caso, fedeli sempre allo slogan che ha reso famoso

⁴⁷ GOOGLE INC., *Our Company*, in <https://www.google.it/intl/it/about/>, aggiornato al 2017.

⁴⁸ A. THOMPSON, *Google's Vision Statement & Mission Statement*, in *Panmore Institute*, 28 Gennaio 2017.

⁴⁹ K. AULETTA, *Effetto Google. La fine del mondo come lo conosciamo*, Milano, 2010, pp. 351-354.

Google: «*don't be evil*»⁵⁰, per dimostrare che ogni servizio che viene messo sul mercato ha lo scopo di avvantaggiare gli utenti.⁵¹ Tale slogan è stato tuttavia piuttosto dibattuto, al punto da essere convertito nella più convenzionale parola d'ordine «*do the right thing*».⁵²

Ma la *missione* di Google è anche *intrinsecamente sociale*.⁵³ Infatti, seppur non essendo un'azione esplicitamente espressa, il social network è rigorosamente impegnato nel contesto del volontariato. Così come viene inteso da Google, i social media rappresentano un modo di condividere le nostre storie all'interno e, seppure in misura minore, anche all'esterno. Tuttavia, ciò che per noi è forse ancor più rilevante è migliorare la nostra capacità di fare leva sulle nostre straordinarie competenze ingegneristiche tramite il volontariato a distanza.

Oggi, Google è una delle aziende più popolari del pianeta, infatti due terzi delle ricerche negli USA e il 70% nel mondo avviene tramite il suo motore di ricerca. Inoltre grazie al continuo innalzamento di qualità di obiettivi e aumento di informazioni, prodotti e servizi online, si può ben prevedere che la crescita del mercato dei motori di ricerca, e quindi di Google, possa continuare a questi ritmi anche nel futuro.⁵⁴

1.6 Google: sfide per il futuro

La grande sfida di Google porta il nome di *intelligenza artificiale*. Nell'evento dell'ottobre del 2016, oltre a lanciare la nuova serie di smartphone *Pixel*, l'azienda di Mountain View ha presentato anche la nuova politica societaria: gli sforzi di Google saranno incentrati sull'intelligenza artificiale.

L'obiettivo è quello di rivoluzionare i servizi offerti dall'azienda di Page e Brin. *Google Assistant* è solo il primo passo.⁵⁵ Esso ha il ruolo di sostituire Google Now, divenendo

⁵⁰ Apre il codice di condotta dei dipendenti, ma non fa parte delle “dieci verità” elencate nella filosofia aziendale, in <http://www.lastampa.it/2015/10/04/tecnologia/google-cambia-il-motto-aziendale-dadont-be-evil-a-do-the-right-thing-1eEyBqwDsLP4vMpbPvnMfl/pagina.html>, aggiornato al 5 Ottobre 2015.

⁵¹ K. AULETTA, *Effetto Google. La fine del mondo come lo conosciamo*, op. cit., pp. 97-98.

⁵² A. BARR, *Google's 'Don't Be Evil' Becomes Alphabet's 'Do the Right Thing'*, in *The Wall Street Journal*, 2 Ottobre 2015.

⁵³ A. BORDOLOI, *La missione di Google è intrinsecamente sociale*, in *Credit Suisse*, in <https://www.credit-suisse.com/it/it/about-us/responsibility/news-stories/articles/news-and-expertise/2015/08/it/volunteering-googles-mission-is-a-social-mission.html>, 19 Agosto 2015.

⁵⁴ A. SUTHERLAND, *The story of Google*, The Rosen Publishing Group, New York, 2012, pp. 1-6.

⁵⁵ J. PALESE, *Google Assistant, la sfida di Big G all'Intelligenza Artificiale tra Google Allo e Google Home*, in <http://www.ninjamarketing.it/2016/10/17/google-assistant-la-sfida-di-big-g-allintelligenza-artificiale/>, 17 Ottobre 2016.

un vero proprio assistente personale, più intelligente e fortemente legato alle emozioni e bisogni delle persone, cercando di trovare la giusta soluzione alle esigenze umane.⁵⁶

Big G sta investendo in maniera ingente nei processi di intelligenza artificiale ed in maniera evidente anche nel settore della realtà virtuale.

Dopo l'esperienza con i *Google Cardboard*⁵⁷, l'azienda di Mountain View ha sviluppato un nuovo visore Virtual Reality: *Google Daydream*⁵⁸, dispositivo che sfrutta la nuova piattaforma per la realtà virtuale sviluppata da Google e che promette il supporto di un grande numero di applicazioni realizzate sul tema della realtà virtuale.

Consequenziale all'intelligenza artificiale, è l'ultima grande sfida per il futuro: la *“Digital Health”*.⁵⁹ In un'intervista, i founders di Google, hanno rivelato l'interesse di Google nell'investire in *ambito sanitario*. In un futuro prossimo Google diventerà forse anche un'azienda sanitaria. L'azienda di Mountain View esprime i suoi dubbi riguardo agli ostacoli normativi e dimostra determinazione. Ma la direzione che sta intraprendendo la medicina e la scienza confermano che il futuro della salute sarà digitale, pensando ad esempio a delle lenti a contatto per persone affette da diabete uno dei più celebri progetti di ricerca e sviluppo di Google. Il colosso americano sta sempre più cercando di dare una mano all'umanità in tutti i campi, per cercare di fare intendere come il suo sia un contributo estremamente positivo, andando oltre le accuse e i conflitti che lo riguardano.⁶⁰

I Big Data stanno sempre di più dando una mano alla scienza e alla salute pubblica, che sono alla base di un cambiamento importante, nel quale essi svolgeranno un ruolo fondamentale.⁶¹

Un futuro in questa direzione sembra quindi dar fiducia a tutte quelle malattie, le cui cure sono ancora ignote.

⁵⁶ Sarà messo alla prova come core di Google Home, l'assistente intelligente per la casa.

⁵⁷ Piattaforma di realtà virtuale, in grado di inserire nella sua c.d. *Cardboard* (maschera di cartone) lo smartphone, GOOGLE INC., in <https://vr.google.com/cardboard/>, aggiornato al 2017.

⁵⁸ GOOGLE INC., in <https://vr.google.com/daydream/>, aggiornato al 2017.

⁵⁹ C. FASSARI, *La nuova sfida di Google: la digital health*, in <http://www.openbiomedical.org/la-nuova-sfida-google-la-digital-health/>, 30 Aprile 2016.

⁶⁰ R. SMOLAN – J. ERWITT, *The Human Face of Big Data*, UK, op. cit. 20 Novembre 2012.

⁶¹ V. MAYER-SCHONBERGER & K. CUKIER, *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think*, Boston, cit., 2013.

1.7 Amazon: la storia

La *storia* di *Amazon* è rappresentata anche già dal proprio nome.⁶² Inizialmente si chiamava *Cadabra.com*.⁶³ Ma occorre un nome d'impatto, che evocasse un alone di mistero ed esotismo, e che allo stesso tempo risultasse familiare all'orecchio delle persone. Un nome che trasmettesse un senso di potenza, e che soprattutto iniziasse per A, così che fosse tra le prime parole in ordine alfabetico durante una ricerca.⁶⁴ **Jeff Bezos**, nello stato embrionale del moderno colosso dell'e-commerce, si mise vocabolario alla mano e lo consultò finché non arrivò quasi a metà delle parole che iniziassero per A. Lì incontrò quella che gli cambierà, letteralmente, la vita, e fu amore a prima vista.

Amazon: che proviene da *Rio delle Amazzoni*, questa è la parola a lungo cercata, che racchiude in sé tutte le caratteristiche prima elencate: è una parola conosciuta ai più, ma al tempo stesso restituisce un qualcosa di esotico; trasmette senso di potenza e grandezza, è il nome del più grande fiume del mondo e, soprattutto, inizia per A. «*Il Rio delle Amazzoni, il fiume più lungo della Terra; la libreria più grande della Terra*» Bezos una mattina entrò nel suo garage e comunicò così ai colleghi il nuovo nome dell'azienda. Registrò il nuovo dominio il primo novembre 1994 e senza curarsi dell'opinione delle persone affermava: «*non è solo il fiume più lungo del mondo, ma il secondo in classifica è staccato di parecchio. Il Rio delle Amazzoni straccia tutti i concorrenti.*»⁶⁵

Sembrerà strano ma Amazon deve il suo nome proprio a questa ricerca portata avanti dal suo attuale CEO nel lontano 1994.

Allora Jeff Bezos aveva come obiettivo di vendere libri a tutto il mondo. Ora, a distanza di 23 anni, vende qualsiasi tipo di bene in qualsiasi parte del mondo: dall'hardware al software, dagli elettrodomestici agli abiti, dagli attrezzi per lo sport ai giocattoli per bambini.⁶⁶ Ma gli inizi non furono esattamente rosei.

Nel 1982, all'età di soli 18 anni, Bezos, ha dichiarato «*di voler costruire spazi per alberghi, parchi di divertimento e colonie per 2 milioni o 3 milioni di persone*» che fossero state nel raggio d'azione. «*L'intera idea è di preservare la terra*» ha affermato il CEO «*l'obiettivo era*

⁶² Per consultare la storia dell'azienda nel dettaglio si veda: B. STONE *The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon*, Little, Brown and Company, 2013.

⁶³ AMAZON.COM, in <https://it.wikipedia.org/wiki/Amazon.com>, aggiornato al 29 Marzo 2017.

⁶⁴ Per consultare la storia dell'azienda nel dettaglio si veda: *Dall'ecommerce al Kindle, la storia di Amazon*, in <http://www.fastweb.it/web-e-digital/dall-ecommerce-al-kindle-la-storia-di-amazon/#>.

⁶⁵ B. STONE, *Vendere tutto: Jeff Bezos e l'era di Amazon*, Italia, 2013, pp. 1-6.

⁶⁶ Per consultare la storia dell'azienda nel dettaglio si veda: <https://en.wikipedia.org/wiki/Amazon.com#History>, aggiornato al 23 Aprile 2017.

quello di poter evacuare gli esseri umani. Il pianeta sarebbe diventato un parco.»⁶⁷

Nel 1994, Bezos, credendo fermamente nelle proprie idee, abbandona il suo posto di vice presidente alla D.E. Shaw di New York e si trasferisce a Bellevue, sulla costa orientale degli Stati Uniti.

La prima sede di Amazon venne aperta a Seattle, nell'ex garage di Bezos, «*uno spazio chiuso senza isolamento termico e con una grossa stufa rotonda al centro*».⁶⁸ Lo spazio a disposizione non permetteva grandi manovre, per cui Amazon inizialmente era un gruppo di amici che impacchettava e spediva libri negli Stati Uniti.

Durante la propria permanenza a New York, Bezos lesse un articolo sull'imminente esplosione del mercato dell'e-commerce e subito se ne innamorò, decidendo di farne parte assolutamente. Stilò così una lista dei venti prodotti che potevano essere maggiormente venduti tramite un sito web e tra questi scelse i cinque più redditivi: CD, software, hardware, videocassette e libri. Amazon conobbe delle difficoltà all'inizio. Infatti secondo i documenti depositati alla Securities and Exchange Commission, dal 5 Luglio 1994, data di fondazione, alla fine del 1994 Amazon ha perso 52.000 dollari, poi diventati 303.000 dollari nel 1995. «*Jeff era al verde*», racconta Eric Dillon, al tempo mediatore di borsa, ma la chiave del successo era la fede di Bezos «*era per me qualcosa di potente.*»⁶⁹

Il piano di sviluppo iniziale era molto particolare, e il Jeff era pronto a tutto pur di realizzare il proprio progetto. Il fondatore di Amazon aveva previsto i primi cinque anni di attività in perdita, per cui l'azienda non avrebbe prodotto utili e avrebbe continuato a operare, fino al raggiungimento del c.d. *break-even-point*⁷⁰ per poi far riconfluire gli eventuali profitti di nuovo nella società per migliorare il sito e-commerce. Nonostante questa incredibile sicurezza, Bezos necessitava di capitali per la sua idea. Così contattò il suo amico Nick Hanauer, che si era dichiarato pronto a investire fin da quando Jeff aveva avuto l'idea e aiutò il progetto Amazon con 40.000 dollari, seguito qualche mese più tardi da Tom Alburg, che staccò un assegno da 100.000 dollari. Hanauer, nativo di Seattle, disponeva di un'ampia cerchia di conoscenze personali e professionali, e per questo motivo svolse il ruolo di trattare con i vari potenziali investitori.⁷¹ Il piano dei profitti tardò però di 2 anni, a causa dello scoppio della "bolla di

⁶⁷ Amazon Startup Story, in <https://www.fundable.com/learn/startup-stories/amazon>, aggiornato al 2017.

⁶⁸ B. BORINI, *10 Cose che (forse) non sapevate di Amazon e del suo fondatore*, in <http://www.girlgeekdinnerverona.com/10-cose-che-forse-non-sapevate-di-amazon-e-del-suo-fondatore/>, 11 Agosto 2014.

⁶⁹ R. SPECTOR, *Amazon.com. Get big fast. Viaggio all'interno di un rivoluzionario modello di mercato che ha cambiato il mondo*, Usa, 2001, p. 137.

⁷⁰ La formula per calcolarlo è la seguente: $Q^* = \text{Costi Fissi} / (\text{Prezzo di vendita} - \text{Costo Variabile Unitario})$.

⁷¹ R. SPECTOR, *Amazon.com. Get big fast. Viaggio all'interno di un rivoluzionario modello di mercato che ha cambiato il mondo*, op. cit, pp.138-139.

Internet".⁷²

Nel luglio del 1995 il sito Amazon.com apre i battenti e il primo libro a essere venduto e spedito è *Fluid Concepts and Creative Analogies: Computer Models of the Fundamental Mechanisms of Thought* di Douglas Hofstadter.⁷³

A fine 1995, dopo l'apertura del sito, venne lanciata la parte "recensioni", in aggiunta alla grandissima rete di spedizioni, dando agli utenti la possibilità di lasciare la propria opinione sui libri che acquistano. E' questo il debutto di Amazon, non solo come e-commerce ma come sito di community, in linea con il trend dei social network.⁷⁴

Tale scelta risultò vincente. Infatti, le vendite aumentavano grazie alla consultazione da parte dei consumatori delle migliori recensioni.

Nel 1997 Amazon decide di allargare i propri confini ed entrare nel mondo dei grandi, sbarcando in borsa: vengono aggiunti al catalogo CD e film, seguiti l'anno successivo da software, elettronica di consumo, videogame, giocattoli e utensili per la casa.

Il 1998 è considerato come l'anno della trasvolata oceanica. Amazon, infatti, stava iniziando a vendere anche al di fuori dei confini statunitensi, aprendo delle sedi in Germania e nel Regno Unito.

Dopo la c.d *bolla di internet*⁷⁵, Amazon conosce un incredibile successo grazie alla combinazione di un catalogo vastissimo e prezzi contenuti. Era considerato un talento pronto ad esplodere. Ma, Bezos, puntava ancora più in alto.

L'anno successivo compare nella rivista "Time" con il titolo di Uomo dell'anno, per i suoi meriti dell'espansione a livello globale dell'e-commerce.⁷⁶

Le grosse difficoltà, contro ogni aspettativa, arrivarono nei primi anni del nuovo millennio. Nel giro di pochi mesi Bezos fu costretto a licenziare circa 1.000 dipendenti e Amazon è stata per davvero sull'orlo del fallimento. La determinazione e persistenza del fondatore e CEO della società portarono al continuare di tale sogno. Pian piano Amazon si riprende e torna a crescere a ritmi incredibili, allargando ulteriormente il suo catalogo, lanciando alle stelle i profitti.

⁷² La bolla internet si gonfiò alla fine degli anni '90 e raggiunse il parossismo nei primi tre mesi del 2000. Come tutte le bolle speculative, finì per scoppiare. Le quotazioni dei titoli del settore crollarono di oltre il 90% e parecchie società fallirono miseramente, in <http://argomenti.ilsole24ore.com/parolechiave/bolla-internet.html>, 26 Febbraio 2016.

⁷³ G. GALLO, *Il fenomeno "Amazon"*, in <http://ecommercerivdig.tumblr.com/post/120009904081/il-fenomeno-amazon>, 27 Maggio 2015.

⁷⁴ Cfr. con Par 1.1 Facebook: la storia e 1.4 Google: la storia.

⁷⁵ V. nt. 72.

⁷⁶ *Jeff Bezos - Person of the Year*, in *TIME Magazine*, 1999.

Serviva un'idea innovativa che potesse permettere ad Amazon di essere al passo con i cambiamenti tecnologici: arriva il **Kindle**.⁷⁷

Il Kindle è un parallelepipedo di plastica con schermo da 6 pollici a 16 gradazioni di grigio che permette di leggere comodamente gli e-book venduti sul negozio di Amazon. È la prima versione del Kindle, che sarà seguita da ulteriori 9 versioni.

Da allora il mondo della lettura non è più lo stesso grazie alla geniale invenzione dei laboratori Amazon. Negli anni il lettore di e-book ha subito diverse modifiche, fino allo sviluppo di un *tablet low-cost* che offre agli utenti tante funzionalità interessanti.

L'ingresso nel mercato Italiano avviene il 18 novembre del 2010, data di apertura ufficiale di Amazon.it, con un catalogo enorme pronto a sfruttare la voglia degli italiani ad acquistare online. Fino a quel momento erano pochissime le aziende che puntavano sull'e-commerce: Amazon ha aperto una strada che avrebbe rivoluzionato la vita degli umani e permesso alla concorrenza di rivoluzionare il proprio modus operandi, per non restare indietro rispetto all'ambiente esterno.

Con il numero crescente di ordini, Amazon è stata costretta a dislocare geograficamente in Italia un centro di smistamento: la zona prescelta è stata Castal San Giovanni in provincia di Piacenza. Il 1° dicembre 2011, Amazon ha lanciato anche nel bel Paese il suo punto forte: il *lettore ebook Kindle*. In un paese che storicamente ha una bassa percentuale di lettori, Amazon ha puntato ad ampliare il numero di libri disponibili nel catalogo online, per invogliare gli utenti ad acquistare il proprio lettore di e-book.

Nel 2014 Amazon ha lanciato il servizio **Kindle Unlimited**: pagando un abbonamento mensile⁷⁸ gli utenti hanno la possibilità di accedere a una libreria con più di ventimila titoli in italiano e oltre un milione in lingua inglese.

Dopo aver rivoluzionato il mondo della lettura con il lancio del Kindle, Jeff Bezos ha deciso di vincere un'altra sfida producendo e sviluppando **Echo**, uno speaker con microfono, che grazie all'intelligenza artificiale, denominata **Alexa**⁷⁹, può fungere da assistente domestico e personale. Il piccolo dispositivo ha avuto problemi di espansione negli altri Paesi, soprattutto in Italia, ma il buon numero di vendite avuto negli Stati Uniti ha convinto Amazon a lanciare nel 2016 due nuove versioni aggiornate e con ancora maggiori funzionalità.

⁷⁷ Il Kindle più economico oggi è venduto al prezzo di 114\$, la sua storia è tratta da: D. MITCHELL, *Explaining Kindle's success: it's very simple(minded)*, in <http://fortune.com/2011/06/08/explaining-kindles-success-its-very-simpleminded/>, 8 Giugno 2011.

⁷⁸ Minore di dieci euro.

⁷⁹ Per le caratteristiche nel dettaglio consultare: <https://www.amazon.com/Amazon-Echo-And-Alexa-Devices/b?ie=UTF8&node=9818047011>, aggiornato al 2017.

La grande sfida, vinta contro i competitors, di Jeff Bezos è **Amazon Prime**: un servizio che ha rivoluzionato il mercato dell'e-commerce. Amazon Prime ha abbattuto il grande problema della versione primordiale di Amazon: i tempi di consegna, garantendo la spedizione in un giorno, anziché 3-4 come era inizialmente.

Per poter usufruire del servizio è necessario pagare un abbonamento annuale di 19.99 euro. Inoltre, nelle grandi città, l'azienda sta provando un nuovo servizio, **Amazon Prime Now**, che garantisce la consegna entro un paio di ore dall'acquisto.

Seguendo l'evoluzione di *Netflix*, anche Amazon ha deciso di intraprendere la strada della produzione di contenuti originali. Dal 2014 il sito web ha iniziato la produzione di film e serie tv da trasmettere sulla propria piattaforma online. Alcune serie tv hanno vinto alcuni *Emmy* e cercano di fare concorrenza ai grandi player nazionali e a Netflix, ampliando ulteriormente il giro d'affari di Amazon. Dopo aver raccolto degli ottimi risultati nel Nord America, Amazon ha deciso di lanciare il suo servizio di streaming video in oltre 200 paesi, tra cui l'Italia. Dal 14 dicembre 2016 è possibile vedere gli spettacoli in esclusiva di **Amazon Prime Video** doppiati in italiano o in lingua originale con i sottotitoli.

I bottoni intelligenti⁸⁰ sviluppati dall'azienda di Jeff Bezos, dopo aver fatto il loro debutto negli Stati Uniti, sono stati lanciati in Italia dall' 8 novembre 2016. I dispositivi sono molto semplici e promettono di rivoluzionare il modo di fare la spesa: ogni bottone permette di ordinare un prodotto dal sito di Amazon (detersivi, prodotti per l'igiene intima, pasta, biscotti) e di riceverlo dopo solo un giorno, comodamente a casa. Il pagamento degli oggetti acquistati avviene direttamente tramite il proprio profilo sul sito di e-commerce.

Quella startup nata in un garage a Seattle, è passata dall'essere un *everything store* a una vera e propria **everything company** e ha maturato un fatturato da 98,3 miliardi di dollari, davanti a Google (68,9 miliardi) e Facebook (16,5 miliardi).⁸¹

Bezos è un uomo riservato rispetto agli altri innovatori d'élite: Jobs, Gates and Zuckerberg. Ma si distingue per la sua sconvolgente ricerca di nuovi mercati, portando Amazon in nuove rischiose imprese come il *Kindle* e trasformando il *retail* allo stesso modo di Henry Ford, che rivoluzionò la produzione.⁸²

⁸⁰ Gli Amazon Dash Button hanno un costo di 4,99 euro.

⁸¹ Le cifre si riferiscono al 2016, A. FONTANAROSA, *Amazon regina finanziaria del web. Ma la cinese Tencent è prima in redditività*, in *Repubblica.it sezione Economia e Finanza*, 8 Novembre 2016.

⁸² B. STONE, *The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon*, 2013, pp. 1-6.

1.8 Amazon: vision e mission

La *vision* e la *mission* di Amazon.com si concentrano nell'unica cosa che è sempre stata più importante: *il cliente on-line*.⁸³

Amazon.com ha avuto fin dall'inizio una chiara focalizzazione e una *missione solitaria*. Il fondatore Jeff Bezos ha pubblicamente definito la missione di Amazon.com come la forza guida dietro le sue decisioni di leadership nei 18 anni di storia della sua azienda. Si può concludere che il successo di Amazon.com come top società di Internet retail nel mondo è dovuto almeno in parte al costante impegno e all'esecuzione quotidiana di questa missione. La vision e la mission di Amazon.com sono rappresentati dalla seguente definizione: «*la nostra visione è di essere l'azienda con la maggiore centralità del cliente della Terra, di costruire un luogo dove la gente può andare a cercare e scoprire qualsiasi cosa si voglia acquistare online.*»

Questa definizione sottolinea l'obiettivo principale dell'organizzazione di diventare la migliore azienda di e-commerce in tutto il mondo.

La vision e la mission di Amazon.com Inc. hanno spinto l'azienda a diventare il più grande rivenditore online al mondo. Questo successo è attribuito a misure rigorose per garantire che vision e la mission siano soddisfatte.⁸⁴

La vision aziendale guida la direzione organizzativa verso una desiderata condizione futura del business. La mission aziendale presenta gli obiettivi di business e guida la formulazione strategica d'azienda.

La prima mostra un futuro di dominio globale nel settore della vendita al dettaglio on-line, creando appunto anche una forte forza motivazionale per spingere il business e-commerce di Amazon ad essere il migliore del mondo.

D'altra parte, la mission di Amazon si concentra sul servizio efficace e di alta qualità ed è responsabile dell'attrattiva di tali offerte retail online da parte della società. L'adempimento di questi obiettivi ufficiali facilita ulteriormente la valorizzazione delle attività di e-commerce per il successo a lungo termine nel mercato globale.

⁸³ B. FARFAN, *Amazon.com's Mission Statement*, in <https://www.thebalance.com/amazon-mission-statement-4068548>, 20 Marzo 2017.

⁸⁴ L. GREGORY, *Amazon.com Inc.'s Vision Statement & Mission Statement (An Analysis)*, in *Panmore Institute*, 12 Febbraio 2017.

Le componenti o caratteristiche maggiormente enfatizzate nella vision di Amazon sono:

1) Portata globale

2) Assegnazione delle priorità dei clienti

3) Ampia selezione di prodotti

La componente “*portata globale*” indica come tutto sia basato sulla leadership internazionale nel mercato dell'e-commerce. Ad esempio, nel definire la “Terra” come mercato, la società mostra che si propone di continuare ad espandersi a livello globale. Così, un corrispondente obiettivo strategico è “*l'espansione globale*”, soprattutto attraverso la penetrazione del mercato e lo sviluppo del mercato.

La componente “*priorità ai clienti*” dimostra che l'impresa considera i clienti come il più importante gruppo di interesse nel commercio al dettaglio on-line. Inoltre, la vision indica continui sforzi per ampliare il *mix di prodotti*, tramite l'approccio marketing mix di Amazon.com Inc.

La mission di Amazon è la seguente: «*ci sforziamo di offrire ai nostri clienti i prezzi più bassi possibili, la migliore selezione disponibile, e la massima comodità.*»

Questa mission promette un interessante servizio di e-commerce per soddisfare le esigenze dei clienti.

Le caratteristiche della definizione di mission sono identificabili nei seguenti fattori:

1) Prezzi più bassi

2) Migliore selezione

3) Massima comodità

La componente “*prezzi più bassi*” della mission guida la politica tariffaria di Amazon.com Inc.. Tali prezzi bassi sono un punto di vendita che rendono attraenti il sito di e-commerce della società e il servizio. Un corrispondente obiettivo strategico è quello di ridurre i costi operativi. La mission di Amazon indica anche una *migliore selezione*. A tal proposito, la disponibilità di

una vasta gamma di prodotti sul sito web della società è un fattore importante che attira i clienti. Inoltre, la definizione della mission di Amazon.com Inc. enfatizza la **comodità**. Quest'ultima è un criterio comune che i consumatori utilizzano per valutare la qualità del servizio di vendita al dettaglio on-line.

1.9 Amazon: sfide per il futuro

Amazon Famiglia e *Amazon Go* rappresentano i due nuovi servizi sviluppati da Amazon. Il primo è un servizio che permette agli utenti di acquistare pannolini scontati, il secondo un nuovo tipo di supermercato senza casse.

Amazon Famiglia⁸⁵ è una rivoluzione negli acquisti molto utile soprattutto per le giovani coppie, che non conoscono la giusta quantità di pannolini da acquistare: infatti, Amazon memorizza la data dell'acquisto e ricorda agli utenti quando acquistarne un nuovo pacco. Inoltre, vi è il 15% di sconto sulle consegne periodiche della selezione dedicata di pannolini. Amazon Go⁸⁶, invece, è il primo supermercato senza casse o attese in coda per pagare: il consumatore fa normalmente la spesa, ma al momento del pagamento cambierà il suo portafoglio con il suo smartphone, pagando il conto finale direttamente tramite il proprio account Amazon.⁸⁷ Tutto molto semplice ed efficace. Amazon Go è pronto a rivoluzionare il modo di fare la spesa e a fare la guerra ai giganti americani del retail.⁸⁸

Amazon Prime Air è un sistema che prevede l'utilizzo dei droni per il trasporto e la consegna dei pacchi acquistati dai clienti, con un enorme risparmio di tempo e di risorse, sia economiche che umane.

E' un sistema che esprime la rivoluzione nel futuro delle consegne del colosso americano, che si serve di piccoli veicoli volanti, i c.d. **droni**.

Il 7 Dicembre 2016, Amazon ha annunciato di avere effettuato la prima consegna con un drone. Un uomo di Cambridge, nel Regno Unito è stato il destinatario della prima consegna (una Fire

⁸⁵ Per vedere le altre caratteristiche nel dettaglio si consulti: <https://www.amazon.it/gp/family/signup>, aggiornato al 2017.

⁸⁶ Per vedere le altre caratteristiche nel dettaglio si consulti: <https://www.amazon.com/b?node=16008589011>, aggiornato al 2017.

⁸⁷ Amazon Go è già stato aperto solo per i dipendenti di Amazon, ma lo diventerà a tutti nel 2017, con data ancora non definita.

⁸⁸ F. DESTRI, *Amazon Go: a Seattle il primo supermercato senza casse, né cassieri*, in <http://www.cwi.it/settori-industriali/commercio/amazon-go-supermercato-del-futuro-100830>, 6 Dicembre 2016.

Tv e un sacchetto di popcorn). Da un video di Amazon⁸⁹, si vede come un drone ha impiegato 13 minuti per consegnare un pacco con un peso di appena 2.25 chilogrammi.⁹⁰

Il sito *e-commerce di Seattle* dichiara che questa consegna segna l'inizio di un programma sperimentale, che mira a completare gli ordini dei clienti entro 30 minuti. Amazon, attraverso lo sviluppo di questo servizio, punta non solo ad un incremento della velocità ma anche della sicurezza ed efficienza. Naturalmente, il lato dei consumatori è rappresentato da un sano scetticismo sull'applicazione di tale progetto, tanto bella e rivoluzionaria quanto difficile. Ma Amazon ha tutte le intenzioni di trasformarla in realtà. Nell'area metropolitana di San Francisco, la startup americana Matternet⁹¹ fa già utilizzo di droni per consegnare materiale medico, in una maniera poi non così lontana a quella elencata, e alla quale Amazon si ispira fortemente, cercando di metterla in pratica. Il pacco arriverà dall'alto.⁹² Secondo Cnn, Amazon ha brevettato un sistema a domicilio attraverso i droni, che consente di risparmiare il tempo e l'energia necessari all'ingegnoso velivolo per atterrare: sganciare dall'alto la merce, assicurata grazie all'uso di un paracadute. La richiesta di brevetto numero 14/502707 depositata nel Settembre 2014 e pubblicata dall'Ufficio Marchi e Brevetti a stelle e strisce⁹³ prevede che il drone, una volta sganciato il pacco, resti in posizione per vigilare sull'atterraggio.

Per qualsiasi imprevisto, ad esempio il vento mandi la merce fuori rotta, rischiando di non poter recapitare al giusto destinatario l'ordine, il drone invia un messaggio radio al pacco, attivando il comando di usare il paracadute, l'ipersostentatore o l'aria compressa al fine di atterrare nel punto esatto che è stato previsto per la consegna.

L'unico problema riguarda al momento la sua normativa, che di recente ha subito cambiamenti. Infatti ai sensi dell' Edizione 2 dell' Emendamento 3 del 24 marzo 2017 del Regolamento "*Mezzi Aerei a Pilotaggio Remoto*", c'è la possibilità di operare all'interno dei CTR, l'estensione del volume operativo in 150 m di quota relativa e 500 m di raggio per le operazioni

⁸⁹ E' possibile vedere il video innovativo su: <https://www.amazon.com/Amazon-Prime-Air/b?node=8037720011>, 7 Dicembre 2016.

⁹⁰ RIPRODUZIONE RISERVATA, *Amazon: eseguita la prima consegna con un drone*, in *Il Sole 24 ore sezione Mondo*, 14 Dicembre 2016.

⁹¹ D. VERGARA, *Amazon Prime Air: il futuro delle consegne*, in <http://tech.everyeye.it/articoli/speciale-amazon-prime-air-il-futuro-delle-consegne-28693.html>, 15 Febbraio 2016.

⁹² *Amazon punta ai droni: brevetto per consegne con il paracadute*, in *Repubblica.it sezione Prodotti*, 16 Febbraio 2017.

⁹³ US PATENT & TRADEMARK OFFICE, United States Patent Application: 20150120094, Kind Code: A1, Inventors: Kimchi, Gur, et al., April 30, 2015, about Unmanned aerial vehicle delivery system, Applicant: Amazon Technologies, Inc., Appl. n.: 14/502707, Filed: September 30, 2014.

specializzate non critiche, la visita medica LAPR per le operazioni con i mezzi sotto i 25 kg e l'attestato unico rilasciato dai centri di addestramento.⁹⁴

Ma se i risultati saranno quelli attesi, ci troveremo sicuramente di fronte ad altre modifiche ancora più flessibili a favore del gioiellino di Seattle.

Ultima innovazione, che è diventata rivoluzione dell'azienda di Jeff Bezos è la **guerra alle banche**.⁹⁵ Essa comincia nel 2011, quando infatti nasce *Amazon Lending*, una piattaforma di erogazione di prestiti alle piccole e medie imprese presenti, in qualità di rivenditori, sulla piattaforma Amazon. Il processo avviene tramite un algoritmo, che analizza i dati delle imprese da un punto di vista commerciale e finanziario; in seguito, il sistema seleziona e invita quelle con un merito di credito soddisfacente per fare l'*application* e richiedere un prestito. Amazon Lending eroga le somme richieste in giornata, prelevandole direttamente dal proprio bilancio. Gli importi sono continuamente monitorati per osservare immediatamente eventuali situazioni di difficoltà finanziaria. Qualora il conto del rivenditore non risulti più soddisfacente a ripagare il prestito, entra in gioco la forma di garanzia, che ciascuna azienda implicitamente offre ad Amazon; il sito e-commerce ha infatti la facoltà di congelare la merce che il venditore detiene nel magazzino Amazon, e di bloccarne la vendita fino al pagamento della rata dovuta. I prestiti sono a breve termine (con durata massima di 12 mesi) e vanno da un minimo di 1.000 dollari a un massimo di 750mila dollari, con tassi di interesse che spaziano dal 6% al 17%. Tuttavia, vi è un palese contrasto da parte delle banche, che appellano anche al fatto che il *range* nella fascia alta si avvicini all'usura. Ma, nei giorni scorsi Amazon ha annunciato di aver toccato i 3 miliardi di dollari concessi in prestito dalla data di fondazione, di cui 1 miliardo solo nell'ultimo anno. Le aziende che ne hanno beneficiato sono oltre 20mila, e più della metà hanno fatto ricorso a un secondo prestito una volta estinto il primo. Tutto questo dimostra che il servizio funziona e che è conveniente per entrambe le parti. Amazon ha intenzione di espandere maggiormente questo servizio, rivoluzionando in questo modo l'attività di intermediazione, e con le banche che sono pronte a far partire il conflitto con il gigante di Seattle.

⁹⁴ MEZZI AEREI A PILOTAGGIO REMOTO, Edizione 2 del 16 luglio 2015 dell'Emendamento 3 del 24 marzo 2017.

⁹⁵ F. COLLI VIGNARELLI, *Amazon dichiara guerra alle banche, già erogati 3 miliardi di prestiti alle piccole imprese*, in *Business Insider Italia*, 12 Giugno 2017.

CAPITOLO II

Il caso

In questa parte del testo, verranno indipendentemente analizzati i casi dei Big Data o meglio *Big Three*, annettendoli, per la similarità dei tratti, ad un unico tema. Tratteremo la *monopolizzazione distruttiva* di internet da parte di Facebook, Google e Amazon, e che propongono un nuovo futuro per l'intero popolo di utenti nell'era digitale.⁹⁶ Sarà poi esposta tutta la disciplina che mostra le complicità di determinazione e risoluzione del caso, e gli strumenti di difesa da parte dell'Antitrust UE. Sarà necessario, poi, porre in essere un confronto con il contesto italiano, per comprendere la linea adottata dai Paesi Membri, in relazione con la politica dell'UE.

2.1 Il caso Facebook

Il 2 Marzo del 2016, il *Bundeskartellamt*, autorità garante della concorrenza della Germania, ha intrapreso un'indagine nei confronti di *Facebook Inc.*⁹⁷

L'autorità tedesca ritiene che Facebook raccolga una grande quantità di *dati personali* degli utenti, permettendo a sua volta ai suoi partner commerciali di accedere a tali dati e ai profili in base alle caratteristiche degli iscritti.⁹⁸

«Gli utenti forniscono i loro dati, i quali vengono poi sfruttati da Facebook per le entrate pubblicitarie», spiega il presidente Andreas Mündt⁹⁹, «stiamo verificando, nell'ambito di un'ipotesi di abuso di posizione dominante, se gli utenti che forniscono i loro dati siano adeguatamente informati su come i loro dati verranno utilizzati, per cosa e in che entità» continua il numero uno dell'antitrust tedesco.¹⁰⁰

⁹⁶ J. TAPLIN, *Move Fast and Break Things: How Facebook, Google, and Amazon cornered culture and undermined democracy*, Usa, op. cit., 18 Aprile 2017.

⁹⁷ REDAZIONE WEB, *Facebook, in Germania indagine per abuso posizione dominante*, in *LaPresse*, 2 Marzo 2016.

⁹⁸ *Facebook in Germania sotto inchiesta da authority concorrenza per abuso di posizione dominante*, in *Altalex.com*, 2 Marzo 2016.

⁹⁹ Nominato presidente nella fine del 2009.

¹⁰⁰ G. SEGANTINI, *Dati personali e posizione dominante, Facebook sotto accusa in Germania*, in <http://it.euronews.com/2016/03/03/dati-personali-e-posizione-dominante-facebook-sotto-accusa-in-germania>, 3 Marzo 2016.

Tale indagine in corso è volta a determinare se il social media di Menlo Park abbia abusato della propria posizione dominante sul mercato con le condizioni di utilizzo dei dati personali, fatte sottoscrivere dagli utenti.

La reazione della Germania nel confronto del colosso social non è nuova al mondo giuridico. Sono tanti i dubbi che emergono da parte dei Paesi Europei sulla chiarezza e trasparenza di comportamento del sito di Mark Zuckerberg nei confronti dei consumatori.

Nel Luglio del 2014, è stata aperta un'indagine anche da parte del garante della privacy del Regno Unito. Attraverso un test segreto, l'antitrust anglosassone ha notato una *manipolazione degli stati d'animo* sulle bacheche degli utenti giungendo ad una sorta di contagio emotivo. L'indagine si riferisce alla manipolazione dell'umore del Social Network Americano e se quest'ultimo utilizzi i dati personali degli utenti per fini puramente illeciti.¹⁰¹ Nel Regno Unito l'autorità indipendente gode di ampi poteri, imponendo il cambiamento delle regole sulla privacy alle società o comminando multe fino a 500 mila sterline. Il test segreto in questione è stato condotto da alcuni ricercatori, che dall'11 al 18 Gennaio 2012, all'insaputa degli utenti, ha verificato lo stato emotivo di circa 700 mila utenti e se questo cambiamento "sentimentale" sia davvero accertato anche sul piano virtuale. «*Il motivo per cui abbiamo svolto questo test è perché ci teniamo all'impatto emotivo di Facebook e alle persone che lo usano*» così ha difeso lo studio Adam Kramer, tra i più attivi ricercatori di questo test.

L'interesse del garante per la privacy britannico, osserva il *Financial Times*, si verifica in un momento in cui l'UE sta ponendo sempre più attenzione sulla protezione dei dati personali, come dimostra la sentenza sul diritto all'oblio.¹⁰²

La protezione dei dati personali dei consumatori è una forma di tutela estremamente importante, e sono forse fin troppi i motivi che portano ad andare fino in fondo a queste perplessità. Come detto nel capitolo precedente, Facemash è l'antenato di Facebook, ma appartenente alla stessa linea guida: Mark Zuckerberg; e sembrerebbe non essere un caso poco rilevante l'accusa di violazione della privacy e dei diritti d'autore con conseguente chiusura di Facemash. Tali precedenti sono uniti a voci odierne. Infatti, scorrendo l'elenco degli investitori di

¹⁰¹ Facebook finisce sotto indagine nel Regno Unito per lo studio sulla "manipolazione dell'umore", tratto da http://www.huffingtonpost.it/2014/07/02/facebook-indagine-regno-unito-manipolazione-umore_n_5551946.html, 2 Luglio 2014.

¹⁰² V. infra Par 2.6.2 Google

Facebook, emerge la *Greylock Partners*¹⁰³. Uno dei soci della Greylock è *Howard Cox*¹⁰⁴, il quale lavorava nel Ministero della Difesa Usa e per un certo periodo è stato nel Business Board del Pentagono, sede del quartier generale del Dipartimento della Difesa degli USA, e membro del consiglio della In-Q-Tel¹⁰⁵, braccio imprenditoriale della CIA¹⁰⁶. Essa, fondata dall'Agenzia americana nel 1999 per evitare la burocrazia degli appalti pubblici, agisce sotto forma di suo investitore, così i servizi segreti possono gestire l'outsourcing per la ricerca. La In-Q-Tel consente alla CIA di tenersi al passo con i tempi dal punto di vista tecnologico, senza dover assumere uno stuolo di scienziati. Molti di noi usano tutti i giorni uno dei prodotti nei quali ha investito la In-Q-Tel, cioè il software della Keyhole Inc., e che noi oggi conosciamo come Google Earth.

A questo si aggiunge l'allarme lanciato dal famoso caso del ragazzo texano¹⁰⁷, il quale parlava con la sua ragazza della necessità di disinfestare il suo appartamento dagli insetti e nel frattempo usava l'applicazione di Facebook sul suo iPhone. Dopo pochi minuti il ragazzo che si identifica come *NewHoustonian*¹⁰⁸ si è visto comparire un banner pubblicitario «*ti serve una disinfestazione?*», pur senza aver mai effettuato ricerche online su insetti o disinfestazioni. Così la sua attenzione si è puntata sul microfono del suo iPhone.

L'America utilizza Facebook come strumento di raccolta di dati personali per osservarci? Da noi non ci sono ancora esplicite minacce all'articolo 15 della Costituzione, quello della libertà e della segretezza delle forme di comunicazione. Non si può rispondere a questa domanda, perché per certi aspetti la soluzione è più grande di noi.

Un collegamento al *film "le vite degli altri"* è inevitabile.¹⁰⁹ Ambientato al 1984, cinque anni prima della caduta del Muro, esso ripercorre la storia dei servizi di sicurezza della Repubblica democratica tedesca (Ddr). Nel film, il ministro della cultura della Ddr incarica il capitano della

¹⁰³ Investitore storico di Facebook, che ha partecipato insieme a Peter Thiel e altri multi-milionari alla IPO iniziale del social media americano.

¹⁰⁴ B. SAETTA, *Facebook Connection: il braccio della CIA e la sorveglianza digitale*, in <http://www.valigiablu.it/facebook-connection-il-braccio-della-cia-e-la-sorveglianza-digitale/>, 11 Marzo 2013.

¹⁰⁵ E. CARMONA, *Facebook è della CIA?*, in <http://www.resistenze.org/sito/te/cu/li/culi9f23-005283.htm>, 26 Maggio 2009.

¹⁰⁶ Mark Zuckerberg ha un nome in codice datogli dalla CIA: "Overlord", come se fosse un agente, cit. di un discorso del vicedirettore della CIA, CHRISTOPHER SARINSKY, 2011.

¹⁰⁷ G. ALUFFI, *Taci, ora Facebook ascolta anche le tue conversazioni*, in *Repubblica.it sezione Sicurezza*, 15 Ottobre 2015.

¹⁰⁸ Houston è il centro di controllo della NASA e il termine deriva dalla missione spaziale Apollo 13, dove gli astronauti ebbero un problema e rischiarono la morte. Esso si riferisce ad una persona che ha rilevato un problema.

¹⁰⁹ P. BRADSHAW, *The Lives of Others*, in *The Guardian sezione Film*, 13 Aprile 2007.

Stasi¹¹⁰ Gerd Wiesler di spiare il drammaturgo Georg Dreyman, sposato con una bella donna e apparentemente molto fedele, con lo scopo di trovare una prova di slealtà della coppia in modo tale che il ministro possa avere via libera con la moglie del drammaturgo. Wiesler entra nelle loro vite monitorando qualsiasi loro movimento. Ma l'intreccio tra le vite degli altri e la sua finisce per stravolgere il destino di tutti. Non sappiamo se nella realtà ci siano persone capaci di compiere realmente questo lavoro senza essere scoperti, ma sappiamo che in questo preciso momento, insieme a noi, ci sono miliardi di persone apparentemente controllate con la condivisione delle loro informazioni, attraverso i prodotti tecnologici, sicuramente più potenti di quelli della Stasi di trent'anni fa.¹¹¹ Si può dubitare, ma di certo non affermare, perché alla base delle affermazioni devono esserci delle prove certe o quantomeno abbastanza veritiere, che in questo caso sembrano mancare decisamente. La supposizione di una sorveglianza digitale e di un utilizzo non appropriato dei dati degli utenti è solo il punto di partenza di una ricerca più approfondita, che sta portando giustamente l'Unione Europea a fare chiarezza sulla posizione del social network americano e tutelare la protezione delle informazioni dei cittadini europei.

Da notare che l'indagine potrebbe estendersi anche a *WhatsApp e Instagram*¹¹², social media di proprietà di Facebook Inc., con conseguente messa in discussione di gran parte della realtà virtuale dei nostri giorni. La commissaria alla concorrenza *Margrethe Vestager* ha già avvisato il CEO della rivoluzione mondiale, Mark Zuckerberg, facendo recapitare alla sua azienda una lettera e avviando un'istruttoria in cui si contestano le informazioni fornite sulla possibilità di collegare gli utenti Facebook con quelli di Whatsapp, a seguito dell'aggiornamento della policy di dati degli utenti effettuata da quest'ultima¹¹³. Nella dichiarazione, inoltre, vi è un attacco serio anche alla modalità di acquisizione dell'app di messaggistica istantanea (2014) da parte di Facebook. Infatti, secondo Bruxelles, Facebook Inc. ha fornito «*informazioni scorrette o fuorvianti durante l'indagine del 2014*»¹¹⁴. Operazione che era costata circa 19 miliardi di dollari e, secondo la Commissione UE, la società americana aveva, per negligenza o deliberatamente, fornito informazioni inesatte, violando gli obblighi previsti dal Regolamento

¹¹⁰ E' l'acronimo di Ministerium für Staatssicherheit, "Ministero per la Sicurezza di Stato", in <https://it.wikipedia.org/wiki/Stasi>, aggiornato al 7 Aprile 2017.

¹¹¹ A. MINCUZZI, *Il cellulare ci spia, così abbiamo consegnato le nostre vite a Google, Apple, Facebook e Amazon*, in <http://anglomincuzzi.blog.ilsole24ore.com/2016/07/07/il-cellulare-ci-spia-cosi-abbiamo-consegnato-le-nostre-vite-a-google-apple-facebook-e-amazon/>, 7 Luglio 2016.

¹¹² Cfr. Par. 1.1 Facebook: la storia.

¹¹³ G.S. BARCELLONA, *Privacy, caso WhatsApp-Facebook: il Garante apre un'inchiesta*, in *Repubblica.it sezione Social Network*, 27 Settembre 2016.

¹¹⁴ *La Ue multa Facebook: "Ci ha ingannato sull'acquisto di Whatsapp"*, in *Repubblica.it sezione Economia e Finanza*, 20 Dicembre 2016.

(CE) n. 139/2004 del Consiglio, del 20 gennaio 2004, sul controllo delle concentrazioni. Il 18 Maggio 2017 la svolta. L'UE commina a Facebook una **maxi-multa di 110 milioni** di euro per «*informazioni fuorvianti*» sull'acquisto di Whatsapp. Nel decidere la multa, la Commissione ha considerato la gravità del fatto, la sua durata, e le circostanze attenuanti.¹¹⁵ Secondo l'Autorità Garante Europea, Facebook ha dimostrato in questa circostanza «*almeno negligenza*». Tra le attenuanti, l'esecutivo comunitario ha considerato la cooperazione di Facebook al momento dell'apertura dell'indagine. Tale sanzione rappresenta una svolta, essendo la prima volta che Bruxelles commina questo tipo di multa, dopo l'entrata in vigore delle nuove regole antitrust del 2004.

2.2 Il caso Google

A partire dal Novembre 2010 hanno avuto inizio una serie di investigazioni antitrust nei confronti di Google, accusata dalla Commissione Europea, ai sensi dell'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (d'ora in poi TFUE), di **abuso di posizione dominante**.

Secondo l'Antitrust UE Google limita la concorrenza, poiché pone dei freni alla possibilità dei concorrenti di piazzare **search adverts**¹¹⁶ sui siti di terze parti, con conseguente limitazione delle scelte dei consumatori e dell'innovazione.

Le accuse che vengono contestate al motore di ricerca riguardano il collocamento preferenziale dei propri prodotti e servizi nelle ricerche, lo sfruttamento dell'utilizzo senza vincoli di autorizzazione e pagamento a terzi, la presenza di contratti che, dopo la stipulazione, vincolano i consumatori ad acquistare pubblicità esclusivamente dall'azienda e, infine, la problematica riguardante la trasferibilità dei dati pubblicitari dei clienti inserzionisti ad altri motori di ricerca concorrenti.¹¹⁷

Tutte queste pratiche sono state osservate con particolare attenzione dalla Commissione UE, con alto pericolo di limitazione della concorrenza a causa della forte posizione di dominio che Google risulta detenere in Europa sia nel mercato della ricerca sia in quello della pubblicità online (Bruxelles ritiene infatti che Google domini il mercato dell'intermediazione pubblicitaria

¹¹⁵ B. ROMANO, *A Facebook maximulta Ue da 110 milioni per Whatsapp*, in *Il Sole 24 Ore*, 18 Maggio 2017.

¹¹⁶ Il principio della Search Engine Advertising è semplice: per attivare annunci su Google, Bing e altri motori di ricerca, è prima di tutto necessario definire parole chiave rilevanti per il sito web da pubblicizzare, e solo dopo è possibile creare i testi e fissare i prezzi.

¹¹⁷ *Google, la Ue stringe sulla posizione dominante per comparazione prezzi e pagamenti*, in *Repubblica.it sezione Economia e Finanza*, 14 Luglio 2016.

nei motori di ricerca nello spazio economico europeo, con quote che nell'ultimo decennio hanno sfiorato l'80% del mercato).

L'Antitrust Europeo ha provato più volte a raggiungere un accordo per risolvere e porre fine a tale abuso di posizione dominante.

Google ha infatti proposto una serie di soluzioni a partire dall'Aprile 2013, pur non essendo d'accordo con l'accusa nei suoi confronti; ma tali rimedi sono stati considerati inadeguati e subito rigettati sia dai concorrenti, che dalla Commissione.

Da quel momento si possono osservare una serie di botta e risposta, che vedono Google impegnata nel trovare una risoluzione al caso, con proposte sempre più insufficienti, e il lato dell'accusa che sente sempre più forte la propria posizione di fronte alla debolezza della controparte.

Il 14 Luglio del 2016 assistiamo ad un'accelerata del caso da parte della Commissione Europea che invia due *statements of objection* (dichiarazioni di opposizione o obiezione).¹¹⁸

«Oggi rafforziamo ulteriormente la nostra posizione per la quale Google ha indebitamente favorito il proprio servizio di acquisti comparati nelle sue pagine dei risultati delle ricerche generali. Significa che i consumatori potrebbero non vedere i risultati più rilevanti delle loro ricerche. Solleviamo anche la preoccupazione che Google abbia ostacolato la concorrenza, limitando la possibilità dei propri concorrenti di piazzare search adverts sui siti di terze parti, cosa che limita la scelta dei consumatori e l'innovazione. Google ha l'opportunità di rispondere alle nostre preoccupazioni» spiega il commissario alla Concorrenza Margrethe Vestager in conferenza stampa a Bruxelles.

Tale comunicato è stato inviato direttamente ad *Alphabet*¹¹⁹, società che gestisce Google e fondata appena dopo l'inizio del procedimento legale.

Esso conferma l'accusa di abuso di posizione dominante, dove nella prima parte si concentra l'attacco riguardo il favoreggiamento sistematico del servizio di comparazione dei prezzi nelle pagine dei risultati di ricerca; la seconda parte, nuova, riguarda la limitazione della possibilità di visualizzazione dei messaggi pubblicitari dei concorrenti per i siti web terzi. Ciò che la Commissione tiene a precisare è che l'azienda di Mountain View ha sicuramente favorito lo sviluppo, attraverso i suoi servizi, della tecnologia nella nostra vita, ma l'indagine

¹¹⁸ *Abuso di posizione dominante, l'Ue accusa Google: "Ostacola la concorrenza"*, in http://www.adnkronos.com/soldi/economia/2016/07/14/google-ancora-nel-mirino-dell-ostacola-concorrenza_7oEmCNRMTpsEATEtMxeq7O.html?refresh_ce, 14 Luglio 2016.

¹¹⁹ *Finanziariamente è divisa in settori che si occupano di affari diversi: tecnologia, biotecnologie (Calico), investimenti finanziari (Google Ventures, Google Capital) e ricerca (Google X Lab e Nest Labs)*, in [https://it.wikipedia.org/wiki/Alphabet_\(azienda\)#Caratteristiche](https://it.wikipedia.org/wiki/Alphabet_(azienda)#Caratteristiche), ultimo aggiornamento 8 Aprile 2017.

riguarda la limitazione di compimento di queste stesse azioni da parte dei concorrenti, che è una pratica sicuramente illecita.

Naturalmente, l'Antitrust UE ha concesso del tempo a Google per esprimere la propria difesa e prenderla in considerazione da tutti i punti di vista.

Ma se la conclusione dovesse portare a una violazione delle norme antitrust UE, la Commissione avrà il dovere di prendere provvedimenti per tutelare i consumatori e la concorrenza leale sui mercati europei.¹²⁰

Questo primo filone di accuse è separato sia dal caso Android, sia dalla guerra Google vs Microsoft, che dal caso YouTube.

Andando per ordine. Il 15 Aprile del 2015 l'Antitrust UE ha avviato un'indagine, che si protraeva avanti ormai da anni, sulla possibile violazione delle norme antitrust da parte di **Android**, sistema operativo di Google per smartphones e tablets. Tale pratica ha subito un cambiamento improvviso con il passaggio dall'ex commissario alla concorrenza, Joaquin Almunia, che sembrava essere prossimo all'assoluzione di Google; al cambio dell'Esecutivo Ue da novembre 2015 con il nuovo commissario alla concorrenza, Margrethe Vestager, che ha drasticamente cambiato il verso legale dell'accusa.

Vi è il sospetto che Google sfrutti il sistema Android, che è tra i più diffusi al mondo, per ampliare il suo mercato di riferimento, verso settori adiacenti. E' lecito scorrere indietro nel tempo a qualche anno fa e pensare all'accusa dell'Antitrust UE nei confronti di Microsoft, in posizione dominante nel mercato dei computer.

La similarità dei casi è evidente.

L'azienda di Larry Page viene identificata come manipolatrice di scelte, che costringe i produttori di *smartphones* e *tablets* ad accettare la pre-installazione esclusiva di applicazioni e servizi di Google.

Le authority europee stanno andando a fondo in questa questione e potrebbero chiedere una sanzione del 10% sui ricavi annui (circa 6 miliardi di dollari).¹²¹

Tale mossa è considerata il più grosso attacco a un gruppo multinazionale USA dopo l'ingente multa (497,2 milioni nel Marzo del 2004), accusata di aver limitato la libertà di scelta dei browser ai consumatori di *Windows*.

¹²⁰ *Abuso di posizione dominante, Google di nuovo nel mirino dell'Ue*, cit. http://www.adnkronos.com/soldi/economia/2016/07/14/google-ancora-nel-mirino-dell-ostacolo-concorrenza_7oEmCNRMTpsEATEtMxeq7O.html?refresh_ce, 14 Luglio 2016.

¹²¹ M. VALSANIA, *L'Europa accusa Google: «Abuso di posizione dominante e indagine su Android»*, in *Il Sole 24 Ore sezione Mondo*, 15 Aprile 2015.

Microsoft e Google sono troppo simili per non ritrovarsi in conflitto.

Ed infatti nel Maggio del 2013 i due “monopolisti” si sono trovati a dover combattere una vera e propria guerra, per certi versi non lontana da quella “*Microsoft vs Apple*”, che in quella circostanza vide prevalere il colosso informatico di Bill Gates.¹²²

In questo caso è rappresentata da *YouTube*, piattaforma web di condivisione e visualizzazione di video acquistata da Google Inc. nel Novembre del 2006 per 1.7 miliardi di dollari, la scintilla che ha riacceso questa battaglia, che sembrava ormai sopita con l’arrivo dell’app *YouTube 3.0* su Windows Phone, sviluppata in comune accordo tra Google e Microsoft.¹²³

Secondo *The Verge*, sito web giornalistico statunitense, Google avrebbe chiesto a Microsoft l’eliminazione dell’app di YouTube dal proprio Marketplace, essendo stata sviluppata contro le regole di Google, aggirando le API (*application programming interface*), e riproducendo i filmati in assenza di pubblicità.

Tra le due imprese americane la tensione era alta ormai da tempo: nel 2010 Microsoft aveva infatti accusato Google di ostacolare l’approdo sulla propria piattaforma dell’app di Mountain View. Proprio per questo in molti pensano che l’accendersi di questa guerra non solo sia stata una scelta inevitabile, ma addirittura provocata volontariamente dall’azienda del magnate americano Gates, come prova ulteriore della propria forza. Ipotesi non infondata, dato l’evidente piacere di Bill per le sfide.

Google è il motore di ricerca più sviluppato e diffuso in tutto il mondo seguito al secondo posto dal sito web francese *Dailymotion*.

Secondo Giuseppe De Martino, dirigente di Dailymotion, «*nulla è stato fatto per aziende come noi che sfidiamo le sussidiarie di Google*», ha affermato de Martino all'*Independent* «*un terzo del nostro traffico, almeno, proviene da Google*».¹²⁴

Il pensiero del dirigente Italiano fa riferimento ad un gioco sporco da parte del motore di ricerca Americano, che durante una ricerca riguardante un video di Dailymotion da parte di un utente medio, afferma che Google non faccia comparire le scelte desiderate dall’utente e le indirizzi verso alternative simili presenti su *YouTube*.

¹²² A. SIANO, *Microsoft vs Google – Comincia la guerra*, in <http://www.surface-phone.it/microsoft-vs-google-comincia-la-guerra/>, 22 Agosto 2016.

¹²³ G. DOTTA, *Google vs Microsoft: è guerra su YouTube*, in <http://www.webnews.it/2013/05/16/google-vs-microsoft-e-guerra-su-youtube/>, 16 Maggio 2013.

¹²⁴ M. DE AGOSTINI, *Dailymotion: Google favorisce Youtube, l’Antitrust UE dorme*, in <https://www.tomshw.it/dailymotion-google-favorisce-youtube-antitrust-ue-dorme-57471>, 28 Aprile 2014.

Un comportamento sospetto che il motore di ricerca californiano nega di attuare, ma su cui la Commissione Europea dovrebbe concentrarsi, secondo il dirigente.

A fronte della troppa leggerezza di controlli e sanzioni nei confronti del gigante della Silicon Valley, De Martino afferma che *«l'Europa dovrebbe essere consapevole del fatto che gli Stati Uniti stanno governando il mondo digitale e l'Europa deve reagire»*.

Al momento la Commissione Europea sembra non aver ancora dichiarato fondate le affermazioni di Dailymotion; ma con il cambio di commissario, che è sicuramente in linea con l'ultima dichiarazione di Giuseppe De Martino, le cose potrebbero senz'altro cambiare.

Tutti questi filoni di accuse, uniti a tutti i precedenti del sito di ricerca di Mountain View, sembrano rappresentare una base troppo concreta di violazione delle regole antitrust europee per credere alla buona fede di Google.

Una cosa è certa: l'Europa non sta più dormendo.

2.3 Il caso Amazon

A partire da Giugno 2015, Amazon è finita nel mirino dell'Antitrust UE, che su iniziativa del suo esecutivo ha aperto un'indagine sulla **vendita degli e-book** (libri elettronici) sull'azienda di commercio elettronico statunitense.¹²⁵

L'accusa si riferisce ad un abuso di posizione dominante sui **contratti** che Amazon stipula con i suoi **clienti**. Infatti, in tali contratti vi è la presenza di clausole vincolanti per gli editori che li stipulano, che obbligano questi ultimi a dover informare l'azienda di Jeff Bezos su eventuali condizioni più favorevoli offerte dalla concorrenza, permettendo ad Amazon di praticare le stesse condizioni, o renderle più favorevoli.¹²⁶

Secondo la Commissione Europea, *«queste clausole potrebbero rendere più difficile competere con Amazon per gli altri distributori di e-book»* e, per questo, l'esecutivo indagherà per scoprire se possono *«limitare la competizione nel settore e la scelta per i consumatori»*. Queste clausole possono infrangere le regole UE riguardanti l'abuso di posizione dominante nel mercato di riferimento e sulle pratiche commerciali restrittive.

¹²⁵ C. GUIMARAES, *L'antitrust Ue apre un'indagine su Amazon per gli accordi con gli editori sugli e-book*, Bruxelles, in *Rai News*, 11 Giugno 2015.

¹²⁶ REDAZIONE WEB, *Amazon, indagine Ue sulla distribuzione di e-book: abuso di posizione dominante?*, in <http://lapresse.it/amazon-indagine-ue-sulla-distribuzione-di-e-book-abuso-di-posizione-dominante.html>, 11 Giugno 2015.

Il numero uno dell'Antitrust UE, Margrethe Vestager, ha spiegato: «*Amazon ha sviluppato un business di successo che offre ai consumatori un ampio servizio, compreso quello degli e-book. La nostra indagine non mette in discussione questo aspetto. Tuttavia è mio dovere assicurarmi che gli accordi di Amazon con gli editori non rechino danni ai consumatori, impedendo ad altri distributori di e-book di innovare e competere con efficacia. L'indagine dimostrerà se tali preoccupazioni sono giustificate.*»

Il sito e-commerce di Seattle¹²⁷ si è mostrato disponibile nel cercare una soluzione, impegnandosi nella non-applicazione di queste «**clausole restrittive**». La Commissione Europea sta valutando la sufficienza di tali impegni, prima di renderli vincolanti per 5 anni con la pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale UE.¹²⁸

Del resto, per Bruxelles questa tipologia di clausole è dichiarata assolutamente illegale, facendo forza sulla vittoria, riscontrata pochi mesi prima, in seguito all'indagine condotta su **Booking.com**,¹²⁹ sito web leader per le prenotazioni online di hotel e viaggi.¹³⁰ In quella circostanza, il sito con sede a Amsterdam, costringeva appunto gli albergatori di offrire alla sua piattaforma condizioni uguali o migliori rispetto ai concorrenti. La sentenza dell'Antitrust costrinse il gruppo a modificare alcuni aspetti delle sue prenotazioni online, pur senza l'approvazione morale della sentenza da parte del CEO Darren Huston: «*con noi internet è uno straordinario strumento di tutela dei consumatori*».¹³¹

L'attenzione dell'Antitrust UE si focalizza anche sui precedenti di Amazon, da cui possono emergere indizi, prove e similarità per la determinazione del caso.

Nel novembre 2014, Amazon e l'editore francese **Hachette Book Group** hanno raggiunto un accordo sulle vendite di e-book e di libri tradizionali, mettendo fine a una delle battaglie editoriali, durata un anno intero, più dure degli ultimi anni, i cui termini economici non sono mai stati rivelati.

Inizialmente, la guerra era riservata e segreta tra le parti, poi è diventata pubblica, coinvolgendo un numero elevatissimo di lettori e autori.

¹²⁷ Città principale dello Stato di Washington degli Stati Uniti d'America, in <https://it.wikipedia.org/wiki/Seattle>, aggiornato al 19 Aprile 2017

¹²⁸ *E-book, Ue: Amazon risponda su abuso posizione dominante*, in *Milano Finanza*, 24 Gennaio 2017.

¹²⁹ *Booking.com è colpevole di abuso di posizione dominante?*, in <http://www.hotelcinquestelle.it/distribuzione/booking-com-abuso-di-posizione-dominante/>, 22 Novembre 2013.

¹³⁰ *Booking.com*, in <https://en.wikipedia.org/wiki/Booking.com>, aggiornato al 30 Aprile 2017.

¹³¹ F. FUBINI, *Booking.com: "Grazie a noi c'è la concorrenza sui viaggi"*, in *Repubblica.it sezione Economia e Finanza*, 25 Maggio 2015.

In questa circostanza, il sito e-commerce di Seattle ha fatto pressione sui suoi autori, secondo la stampa francese, invitandoli a prendere una posizione in questo scontro. In un articolo pubblicato nel giugno 2015, *Nicholas Hirst* di Politico.eu afferma che proprio tale accordo segreto tra Amazon e Hachette avrebbe insospettito i segugi dell'Antitrust UE. Inoltre, in passato, già si era verificato uno scontro tra l'azienda di Jeff Bezos e l'Unione Europea, ma sul piano fiscale.

Nell'Ottobre 2014, la Commissione UE aveva aperto un'inchiesta su Amazon per capire se vi fossero *agevolazioni fiscali* per il colosso americano in *Lussemburgo*, dove è situata la sua sede europea. L'Unione Europea pensava che tale regime fiscale potesse essere non conforme alle regole antitrust europee. In particolare, si poneva l'attenzione su una filiale del gruppo: *Amazon Eu Sarl*, che avendo sede a Lussemburgo, registrava i profitti europei del sito e-commerce. Tale filiale pagava una quota fiscalmente deducibile a una Sas, società in accomandita semplice, stabilita sempre in Lussemburgo, ma aggirando il pagamento di imposta sulle società.

Nel Maggio 2015 la resa. La Commissione Europea ha stretto la morsa, costringendo il colosso americano ad un cambiamento di strategia, che sa tanto di vittoria per l'Unione Europea. Amazon ha, infatti, annunciato l'apertura di sedi in diversi Stati dell'Unione Europea, compresa l'Italia, dove avrà l'obbligo di sottoporsi ai rispettivi regimi fiscali nazionali, senza più far affidamento al paradiso fiscale della sua filiale lussemburghese.

2.4 Difficoltà del caso

I tre casi menzionati, hanno luogo in situazioni differenti, ma sono simili nella loro essenza: l'Unione Europea si sente sfavorita dai comportamenti dei social media americani, che ricoprono una posizione di "*monopolisti scorretti*" nel mercato di riferimento.

Già con questa prima definizione si possono notare diverse complicità che non aiutano di certo a definire e delineare il caso.

La *prima difficoltà* che si pone in essere è la *disciplina normativa riguardante l'antitrust*, che sembra non andare di pari passo con l'evoluzione del mondo digitale e delle tecnologie in generale. Gran parte delle regole antitrust si basano sulle aziende fisiche, e ad esempio il concetto di e-commerce (che rappresenta il cambiamento) sembra non avere una delineazione

vera e propria in ambito giuridico. In particolare, la Direttiva sul commercio elettronico 2000/31/CE del Parlamento europeo e del Consiglio dell'8 giugno 2000¹³² sancisce alcuni punti chiave per la sua regolazione, ma non subisce modifiche a riguardo da ben diciassette anni. E' vero che all'inizio del ventunesimo secolo, nel 2007, la quantità di transazioni commerciali elettroniche era molto bassa (solo il 2% delle transazioni totali europee), ma è pur vero che il 15 settembre 2016 è stata divulgata dalla CE una relazione preliminare, che affermava una crescita sempre più progressiva del commercio elettronico nell'Unione Europea e individuava le pratiche commerciali che rischiavano di limitare la concorrenza e le scelte dei consumatori. Dopo solo otto anni da quei primi dati, emergeva che nel 2015 almeno la maggioranza dei cittadini adulti dell'UE aveva ordinato beni o servizi online e in alcuni Paesi il numero saliva a più di otto su dieci.¹³³ Questa circostanza evidenzia la diacronia tra adattamento normativo e sviluppo tecnologico.

In secondo luogo, vi è un *problema di responsabilità giuridica*. Appare naturale il confronto con gli Stati Uniti D'America in cui i titolari dei diritti d'autore e gli *internet service providers*¹³⁴ si sono coalizzati per spostare la responsabilità giuridica nei confronti dei singoli utilizzatori.¹³⁵

L'assenza nel sistema europeo di questo "*safe-harbor*"¹³⁶, potrebbe spostare la responsabilità giuridica in capo agli internet providers o altri intermediari finanziari, con un aumento del rischio di soluzione giuridica in caso di contesa con gli utenti. Questo comporta un'ambiguità nell'interpretazione dei comportamenti consequenziali alle attività digitali.

Inoltre, analizzando le varie cause poste in essere, tra i primi comportamenti dei legislatori ci sono sicuramente quelli fondati sul ragionamento analogico, che consiste nel ricavare un'interpretazione per quel caso concreto che non risulti espressamente disciplinato dalla legge, tramite l'applicazione della norma prevista per un caso che appaia simile per ratio (*analogia*

¹³² Per consultare nel dettaglio la direttiva si veda: R. JULIA'-BARCELO' - K. J. KOELMAN, *Intermediary liability: intermediary liability in the e-commerce directive: so far so good, but it's not enough*, Computer Law & Security Review, Vol. 16, Issue 4, 2000.

¹³³ UNIONCAMERE EUROPA ASBL, *La legislazione europea d'interesse per le Camere di commercio*, in http://asbl.unioncamere.net/index.php?option=com_content&view=article&id=120:il-commercio-elettronico&catid=107:commercio&Itemid=170, aggiornato al 2 Dicembre 2016.

¹³⁴ E' una struttura commerciale che offre agli utenti (residenziali o imprese), dietro la stipulazione di un contratto di fornitura, servizi inerenti a Internet, in https://it.wikipedia.org/wiki/Internet_service_provider, aggiornato al 4 Marzo 2017.

¹³⁵ N. LUCCHI, *I contenuti digitali: tecnologie, diritti e libertà*, Ferrara, 25 Settembre 2009, pp. 1-6.

¹³⁶ Letteralmente "porto sicuro", indica una norma secondo cui alcuni comportamenti non sono considerati come violazioni di una regola più generale, in [https://it.wikipedia.org/wiki/Safe_harbor_\(diritto\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Safe_harbor_(diritto)), aggiornato al 10 Febbraio 2016.

legis).¹³⁷ Quì la difficoltà: *i precedenti o casi simili non esistono*. E' infatti la prima volta che l'Antitrust UE si trovi in competizione con i *Big Data*. Questo limite proviene sicuramente dalla loro recente esplosione¹³⁸, avvenuta appena dopo il 4 Febbraio 2004¹³⁹ (data di lancio di Facebook) ma è pur sempre un limite che rende difficili le manovre legislative. Il primo scontro tra le parti risale soltanto a Novembre del 2010, quando Google fu accusata dall'Antitrust UE di limitare la possibilità ai concorrenti di immettere *search adverts* sui siti di terze parti. Troppo recente per considerarlo un "vantaggio analogico".

Altro fattore da tener conto è *l'evoluzione del mondo digitale*. Attualmente le materie giuridiche stanno cercando di adattarsi al rapido cambiamento dei social media, con l'obiettivo di regolarne ogni singolo aspetto. E' ormai noto, come già detto precedentemente, la maggiore velocità di crescita dei secondi, ma il problema è un altro: consideriamo il caso che la normativa europea riuscisse a regolare gran parte dei già noti cambiamenti digitali. Tra due, tre, forse cinque anni un'innovazione come ad esempio l'intelligenza artificiale¹⁴⁰ trasformerà il mercato digitale, con la possibilità che Google non sarà più il primatista dei motori di ricerca (posizione dominante) o il dubbio di immaginare i futuri Facebook e Amazon con nuove tecnologie a disposizione. Ecco, la domanda che sorge spontanea è se tutti questi sforzi di adattamento del sistema normativo valgano davvero la pena, visto che potrebbero risultare inutili in futuro. Nel dubbio, la soluzione rappresenta il legislatore comunitario, che dovrebbe velocizzare l'adeguamento ai *Big Data*, in modo da non sentirsi spiazzato in caso di "rivoluzione". Spesso, non è facile comprendere quali siano le previsioni sulle future innovazioni. Tuttavia, bisogna osservare e studiare nei minimi dettagli la situazione attuale e i cambiamenti che avvengono ogni giorno, per essere pronti a tutelarsi in caso di rivoluzione.

A tal proposito, **Martin Lindstrom**, racconta nel suo libro, che trascorre 300 notti all'anno nelle case degli sconosciuti, osservando attentamente ogni dettaglio per scoprire i loro desideri nascosti e, in definitiva, gli indizi per un multi-milionario prodotto. Egli ha osservato «*come un magnete trovato in un frigorifero in Siberia ha provocato una rivoluzione del supermercato negli Stati Uniti*» o ancora «*come un braccialetto ordinario ha aiutato Jenny Craig a incrementare la fedeltà del cliente del 159% in meno di un anno.*»¹⁴¹

¹³⁷ Analogia, in [https://it.wikipedia.org/wiki/Analogia_\(diritto\)#Caratteristiche](https://it.wikipedia.org/wiki/Analogia_(diritto)#Caratteristiche), aggiornato al 3 gennaio 2016

¹³⁸ A. FURLANI e F. LUTMAN, *Social Innovation. Reti sociali: le nuove protagoniste dell'innovazione. Una guida pratica per le aziende italiane*, 2012, p. 91.

¹³⁹ V. par. 1.1 Facebook: la storia.

¹⁴⁰ Cfr. Par. 1.3 Facebook: sfide per il futuro, Par. 1.6 Google: sfide per il futuro, Par. 1.9 Amazon: sfide per il futuro.

¹⁴¹ M. LINDSTROM, *Small Data: The Tiny Clues That Uncover Huge Trends*, New York, 23 Febbraio 2016, cit.

Quindi, non sappiamo cosa accadrà nei prossimi anni, ma monitorare e intervenire continuamente sul presente, può essere efficace per prevedere al meglio il futuro.

Ultima difficoltà che appare evidente agli occhi del quadro legislativo è la **definizione di mercato di riferimento**, ma soprattutto di **mercato rilevante**.

Secondo la comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza (97/C 372/03), testo rilevante ai fini del SEE¹⁴², la definizione di mercato rilevante è sia dal lato geografico che del prodotto, ed in particolare ai paragrafi 7 e 8 della già citata comunicazione:

7) Il mercato del prodotto rilevante è definito come segue:

«Il mercato del prodotto rilevante comprende tutti i prodotti e/o servizi che sono considerati intercambiabili o sostituibili dal consumatore, in ragione delle caratteristiche dei prodotti, dei loro prezzi e dell'uso al quale sono destinati.»

8) Il mercato geografico rilevante è definito come segue:

«Il mercato geografico rilevante comprende l'area nella quale le imprese in causa forniscono o acquistano prodotti o servizi, nella quale le condizioni di concorrenza sono sufficientemente omogenee e che può essere tenuta distinta dalle zone geografiche contigue perché in queste ultime le condizioni di concorrenza sono sensibilmente diverse.»

Il problema principale in questo caso è definire e quantificare realmente i consumatori che giovino di una particolare innovazione e soprattutto monitorare i cambiamenti di questi numeri in un periodo temporale ristretto. Non è un lavoro facile per la Commissione Europea che basa su questi valori gran parte del suo lavoro in merito al caso in questione. Di fatto, **l'abuso di posizione dominante** nasce da una posizione dominante di un'impresa, ad esempio quando detiene quote elevate nel mercato di riferimento e che sfrutti tale dominio per limitare la concorrenza o la scelta dei consumatori in generale.

Appare evidente che prima di qualsiasi accusa di questo tipo è necessario comprendere la presenza o meno di un determinato dominio di un attore in un determinato mercato. Ma in questo caso la difficoltà è stabilire il mercato rilevante, per cui conseguenzialmente si complica la definizione di posizione dominante dell'azienda.

¹⁴² Comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza, Gazzetta ufficiale n. C 372 del 09/12/1997 pp. 5 – 13.

Infine è necessario precisare che per l'ordinamento non è illegale avere una posizione dominante, ma abusare di essa.¹⁴³

All'Unione Europea non può che far piacere la presenza di grandi aziende che favoriscano le scelte dei consumatori e lo sviluppo tecnologico con ingenti investimenti, ma se questo limita la concorrenza o la libertà nelle scelte dei consumatori allora ci si trova di fronte ad una violazione del sistema normativo e occorre prendere dei provvedimenti.

2.5 Difesa dell'Antitrust UE

Le vicende, separatamente analizzate, denotano *tre caratteristiche particolari in comune* che comportano l'annessione ad un unico *mega-caso*.

Innanzitutto, è interessante notare che i tre giganti del mondo digitale sono *tutte società americane*, con sedi rispettivamente a *Menlo Park, California (Facebook Inc.)*, *Mountain View, California (Google Inc.)* e *Seattle, Washington (Amazon)* e già questo non è un caso.

In secondo luogo, altro tratto in comune da tener conto è il soggetto giuridico dell'accusa: *l'Antitrust UE*.

Queste considerazioni ci portano a comprendere come i tre casi apparentemente differenti confluiscono in un'unica situazione giuridica che vede contrapposte due fazioni, armoniche negli anni passati, ma in stato di tensione allo stato attuale.

E' un capriccio dell'Unione Europea? La risposta è nello strumento di difesa utilizzato, che rappresenta tra l'altro la terza caratteristica in comune: *abuso di posizione dominante*, che mostra come la Comunità Europea abbia concepito una situazione sfavorevole nei suoi

¹⁴³ Secondo l'ordinamento consolidato della Corte di giustizia Ce, fatto proprio dall'Autorità garante, la posizione dominante consiste in una «posizione di potenza economica grazie alla quale l'impresa che la detiene è in grado di ostacolare la persistenza di una concorrenza effettiva sul mercato in questione ed ha la possibilità di tenere comportamenti alquanto indipendenti nei confronti dei suoi concorrenti, dei suoi clienti e, in ultima analisi, dei suoi consumatori», vedi CORTE DI GIUSTIZIA CEE, 9-11-1983, n. 322/81, in *Foro it.*, 1985, IV, 65; CORTE DI GIUSTIZIA CE, 14-11-1996, n. C-333/94, in *Foro it.*, 1997, IV, 71; CASS., 17-5-2000, n. 6368, in *Giust. civ.*, 2001, II, 3178; AUTORITÀ GARANTE PER LA CONCORRENZA, 15-2-2006, n.15174, in *Bollettino Autorità Garante*, 2006, n. 5,8; CONS. STATO, 2-10-2007, n. 5070, in *Giur. dir. ind.*, 2007, 1113.

confronti, che da anni andava a vantaggio delle aziende della Grande Mela, limitando la competizione e la concorrenza addirittura per le aziende interne.¹⁴⁴

Un esempio è caratterizzato da **Zalando GmbH**, società di e-commerce fondata in Germania e diretta concorrente di Amazon, in netta crescita nel mercato di riferimento,¹⁴⁵ che in condizioni legislative più favorevoli potrebbe sicuramente crescere più rapidamente, ma di fronte ad un abuso di posizione dominante da parte del sito e-commerce di Seattle si vede privata dalle sue opportunità.

La **difesa** si serve quindi del quadro normativo in materia di abuso di posizione dominante per contrastare quello che reputa un attacco allo sviluppo delle aziende degli Stati Membri e un risveglio dalla troppa libertà concessa al mondo digitale americano negli anni precedenti. Bisogna osservare che la disciplina di regolazione della concorrenza nell'Unione Europea in caso di abuso di posizione dominante è sancita ai sensi dell'**articolo 102 TFUE** (ex articolo 82 del Trattato che istituisce la Comunità europea, TCE¹⁴⁶) e recita come segue: *«È incompatibile con il mercato interno e vietato, nella misura in cui possa essere pregiudizievole al commercio tra Stati membri, lo sfruttamento abusivo da parte di una o più imprese di una posizione dominante sul mercato interno o su una parte sostanziale di questo. Tali pratiche abusive possono consistere in particolare:*

- a) nell'imporre direttamente od indirettamente prezzi d'acquisto, di vendita od altre condizioni di transazione non eque;*
- b) nel limitare la produzione, gli sbocchi o lo sviluppo tecnico, a danno dei consumatori;*
- c) nell'applicare nei rapporti commerciali con gli altri contraenti condizioni dissimili per prestazioni equivalenti, determinando così per questi ultimi uno svantaggio per la concorrenza;*
- d) nel subordinare la conclusione di contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari, che, per loro natura o secondo gli usi commerciali, non abbiano alcun nesso con l'oggetto dei contratti stessi.»¹⁴⁷*

Il primo step fondamentale è quello di valutare se l'impresa sia dominante nel mercato di

¹⁴⁴ E' orientamento consolidato che in presenza di un gruppo di imprese la posizione dominante deve essere valutata considerando unitariamente il comportamento del gruppo cui la singola imprese appartiene (molto importante nel caso di Facebook Inc., Google Inc., Amazon.com e imprese digitali annesse), vedi CORTE DI GIUSTIZIA CEE, 8-12-1977, n. 68/78, in *Giur. dir. ind.*, 1987, 1117.

¹⁴⁵ Con un utile netto salito a 51 milioni di euro nel secondo trimestre del 2016, da 23 milioni nello stesso periodo del 2015, in M. MONTI, *Zalando, fatturato e utili in crescita oltre le aspettative*, in *Il Sole 24 ore sezione Finanza e Mercati*, 12 Agosto 2016.

¹⁴⁶ A partire dal 1° Gennaio 2009, con il trattato di Lisbona, il TCE cambia nome e natura in TFUE, in L. DANIELE, *Diritto dell'Unione Europea*, Italia, 2014, pp. 32-34.

¹⁴⁷ Articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea, (ex articolo 82 del TCE).

riferimento.¹⁴⁸ Bisogna quindi definire il suo mercato rilevante sia in termini di prodotti che dell'area geografica in cui sono venduti. La regola generale applicata in ambito economico esprime che se la quota di mercato è inferiore al 40 %, è improbabile che si possa parlare di posizione dominante.¹⁴⁹ Naturalmente nella valutazione del mercato vengono presi in considerazione tanti altri fattori, come ad esempio la presenza di barriere all'entrata o il grado di integrazione verticale e orizzontale.

Il passo successivo è quello di capire se l'impresa ha abusato di questa posizione dominante a causa di qualsiasi manovra che rendi illecito il comportamento, ad esempio l'utilizzo di prezzi predatori che limitino la concorrenza.

Le autorità garanti della concorrenza hanno gli stessi poteri di avviare, proseguire e abbandonare un'indagine, come per le procedure di cui all'articolo **101 TFUE**. Vi sono vari aspetti identici tra i due articoli, come i diritti riguardanti la difesa, il sistema per comunicare gli addebiti, le decisioni concernenti gli impegni e il periodo per giungere all'accordo, le sanzioni e i risarcimenti.

Infine, l'Unione Europea gode di una fitta rete di informazioni, comprese quelle riservate, che vengono scambiate continuamente tra le autorità nazionali e la Commissione, facilitando sicuramente il ruolo di far rispettare le violazioni delle regole antitrust.

Andando per ordine, possiamo notare come ognuno dei punti cardine dell'articolo 102 TFUE in questione, rifletta l'accusa per ognuno dei social media.

In particolare, il **caso Facebook** affiora nei **punti c) e d)**, in base ai quali, le condizioni di utilizzo dei dati personali, sottoscritte dagli utenti, sono sfruttate per fini non meramente accettati dai consumatori stessi, e che portano all'accettazione da parte dei clienti di condizioni differenti per prestazioni equivalenti o prestazioni supplementari non legate all'uso di Facebook in generale.

Questo favorisce il colosso americano e/o i suoi partner, limitando la concorrenza e ponendo in essere una situazione di abuso di posizione dominante.

Google è accusato, *de jure o de facto*, **in toto all'art. 102 TFUE**, essendo il suo capo d'accusa tanto esteso quanto complesso, sia per l'Antitrust UE che per i legali del motore di ricerca. I

¹⁴⁸ Cfr. Par. 2.4 Difficoltà del caso, in particolare l'ultima considerazione personale.

¹⁴⁹ Articolo 102 Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea - Procedure per abuso di posizione dominante, cit.

punti in questione sono talmente tanti e simili tra loro, da poter far crollare il castello con un lampo geniale della difesa, o edificare grattacieli con la determinazione e la perseveranza della Commissione UE.

Google, attraverso il monopolio delle ricerche, indirizza tale posizione di dominio a vantaggio delle sue aziende (Android e YouTube) creando squilibri nella concorrenza con transazioni non eque¹⁵⁰, limitando lo sviluppo tecnico a danno dei consumatori¹⁵¹, applicando, a parità di prestazioni, condizioni differenti per contraenti differenti¹⁵², e stipulando contratti con partner, subordinati a particolari condizioni¹⁵³ che vanno a favore del colosso americano.¹⁵⁴

I punti a), c) e d) rispecchiano anche la causa di **Amazon**, che con le clausole restrittive per gli editori impone indirettamente i prezzi d'acquisto, applica condizioni dissimili per i contraenti a seconda delle offerte dei concorrenti, e infine subordina la conclusione dei propri contratti con clausole che non hanno alcun nesso con l'oggetto dei contratti stessi.

In materia di difesa dell'Antitrust UE è importante considerare anche i comportamenti che la Commissione può utilizzare ai sensi dell'**articolo 101 TFUE** (ex articolo 81 del TCE) enunciato dal seguente testo:

«1. Sono incompatibili con il mercato interno e vietati tutti gli accordi tra imprese, tutte le decisioni di associazioni di imprese e tutte le pratiche concordate che possano pregiudicare il commercio tra Stati membri e che abbiano per oggetto o per effetto di impedire, restringere o falsare il gioco della concorrenza all'interno del mercato interno ed in particolare quelli consistenti nel:

a) fissare direttamente o indirettamente i prezzi d'acquisto o di vendita ovvero altre condizioni di transazione;

b) limitare o controllare la produzione, gli sbocchi, lo sviluppo tecnico o gli investimenti;

c) ripartire i mercati o le fonti di approvvigionamento;

d) applicare, nei rapporti commerciali con gli altri contraenti, condizioni dissimili per prestazioni equivalenti, così da determinare per questi ultimi uno svantaggio nella concorrenza;

e) subordinare la conclusione di contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di

¹⁵⁰ Cfr. caso Android, in nt. 121.

¹⁵¹ Cfr. limitazione di piazzare *search adverts* da parte dei concorrenti, in nt. 116.

¹⁵² Cfr. il comportamento di Google nei confronti di Dailymotion, in nt. 124.

¹⁵³ V. caso YouTube, in nt. 123 e nt. 124.

¹⁵⁴ V. par. 2.2 il caso Google.

prestazioni supplementari, che, per loro natura o secondo gli usi commerciali, non abbiano alcun nesso con l'oggetto dei contratti stessi.

2. Gli accordi o decisioni, vietati in virtù del presente articolo, sono nulli di pieno diritto.

3. Tuttavia, le disposizioni del paragrafo 1 possono essere dichiarate inapplicabili:

- a qualsiasi accordo o categoria di accordi fra imprese,

- a qualsiasi decisione o categoria di decisioni di associazioni di imprese, e

- a qualsiasi pratica concordata o categoria di pratiche concordate, che contribuiscano a migliorare la produzione o la distribuzione dei prodotti o a promuovere il progresso tecnico o economico, pur riservando agli utilizzatori una congrua parte dell'utile che ne deriva, ed evitando di:

a) imporre alle imprese interessate restrizioni che non siano indispensabili per raggiungere tali obiettivi;

b) dare a tali imprese la possibilità di eliminare la concorrenza per una parte sostanziale dei prodotti di cui trattasi.»¹⁵⁵

Dal testo dell'articolo possiamo estrapolare le procedure in materia antitrust che la Commissione Europea può utilizzare per **avviare un'indagine**. Di fatto, si evince che un'autorità nazionale garante della concorrenza o la Commissione può avviare indagini di propria iniziativa o in seguito ad una denuncia o, in determinati casi, attraverso una domanda nell'ambito di un programma di clemenza.

Una volta avviata l'indagine, la Commissione UE gode di ampi poteri. Questi includono il diritto di richiedere informazioni alle imprese, ma anche di entrare nei loro locali, sequestrare i loro registri e interrogare i suoi rappresentanti. Nel caso in cui la Commissione decida di continuare l'indagine, attraverso maggiori approfondimenti, invierà un comunicato con gli addebiti alle aziende accusate. D'altro canto, le imprese indagate hanno la possibilità di accedere alla documentazione della Commissione e rispondere agli addebiti.

¹⁵⁵ Articolo 101 Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea.

Ulteriore strumento della difesa è l'audizione, ovvero l'assunzione della prova testimoniale che si svolge dinnanzi all'autorità giudiziaria.¹⁵⁶

Dopo questa fase vi sono due possibilità:

1) La Commissione comprende la caduta del capo d'accusa e assolve l'imputato.

2) La Commissione crede fortemente nella presenza di un'infrazione della controparte e può emettere una decisione di infrazione, che può comprendere l'imposizione di una sanzione pecuniaria.

La Commissione può decidere di non comminare alcuna ammenda alla controparte e adottare una scelta riguardante l'impegno. In questo caso (che rappresenta la maggior parte dei casi), le parti si impegnano a trovare una soluzione alla violazione delle norme antitrust, sollevata dalla Commissione UE.¹⁵⁷ Tale fase si svolge in un periodo determinato e non troppo lungo. Se le parti giungono ad un accordo parziale, la Commissione può chiedere al paese interessato di comunicarle le misure adottate entro un termine preciso, in genere due mesi. Se la controparte continua a non conformarsi alla legislazione, la Commissione può decidere di deferirlo alla Corte di Giustizia e chiedere alla Corte di imporre sanzioni.

Infine, secondo la ***Direttiva 2014/104/UE*** del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 26 Novembre 2014, relativa a determinate norme che regolano le azioni per il risarcimento del danno ai sensi del diritto nazionale per violazioni delle disposizioni del diritto della concorrenza degli Stati membri e dell'Unione europea, «*per una piena efficacia¹⁵⁸ degli articoli 101 e 102 TFUE, ed in particolare per realizzare l'effetto concreto dei divieti da essi previsti, è necessario che chiunque, compresi consumatori e imprese o autorità pubbliche, possa richiedere un risarcimento dinanzi alle autorità giudiziarie nazionali per i danni subiti a causa di una violazione di tali disposizioni.*»¹⁵⁹

¹⁵⁶DIZIONARIO GIURIDICO, *Audizione di testimone*, tratto da <http://www.brocardi.it/dizionario/3848.html>, aggiornato al 2017.

¹⁵⁷ *Fasi della procedura di infrazione*, in https://ec.europa.eu/info/infringement-procedure_it, aggiornato al 2017.

¹⁵⁸ Par. 3 della Direttiva 2014/104/UE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 26 Novembre 2014.

¹⁵⁹ Direttiva 2014/104/UE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 26 Novembre 2014, cit.

2.6 Big Data vs Italia

I Big Data stanno sempre più prendendo il sopravvento nelle attività di tutti i giorni e in quelle professionali. A tale proposito, i manager di tutto il mondo, anche italiani, li prendono in considerazione anche per agevolare il proprio lavoro e i processi decisionali, a confermare la loro necessità nel contesto odierno.¹⁶⁰ L'Italia conosce l'importanza dei loro servizi, ma naturalmente si è uniformata alle linee guida dell'azione Europea, e sta agendo legalmente contro l'illiceità dei comportamenti dei social media americani.

2.6.1 Facebook

Con il *provvedimento n. 26597 dell'11 Maggio 2017*, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) ha sanzionato *Whatsapp Inc.* con una multa di 3 milioni di euro, per trasferimento dei dati a *Facebook*, vietandone la continuazione.¹⁶¹

Il procedimento istruttorio è iniziato in data 27 Ottobre 2016, comunicando alla Parte di aver commesso una pratica commerciale scorretta per possibile violazione degli artt. 20, 24 e 25 del Codice del Consumo.¹⁶²

Ai sensi dell'art. 20, comma 2: *«una pratica commerciale è scorretta se è contraria alla diligenza professionale, ed è falsa o idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta o del membro medio di un gruppo qualora la pratica commerciale sia diretta a un determinato gruppo di consumatori.»*¹⁶³ La sanzione è scaturita in seguito all'accertamento della condotta, posta in essere da WhatsApp nei confronti dei propri utenti consumatori, consistente nell'aver indotto gli utenti ad accettare integralmente le modifiche apportate ai Termini di utilizzo dell'applicazione WhatsApp Messenger (WM), in data 25 agosto 2016, con l'opzione pre-impostata di condividere i dati personali del proprio account di messaggistica con Facebook, con conseguente utilizzo da parte di quest'ultimo alcuni per finalità di profilazione e uso commerciale e pubblicitario. In caso di mancata accettazione di tali condizioni, veniva

¹⁶⁰ K. PRIES – R. DUNNIGAN, *Big Data Analytics: A Practical Guide for Managers*, London, 2015, pp. 4-12.

¹⁶¹ PS10601, Provvedimento n. 26597, WHATSAPP-TRASFERIMENTO DATI A FACEBOOK, Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, Adunanza dell'11 maggio 2017.

¹⁶² Per consultare nel dettaglio l'iter del procedimento: <file:///C:/Users/Win7/Downloads/p26597.pdf>

¹⁶³ Il Codice del Consumo, artt. 4-32.

prospettata l'interruzione di utilizzo dell'app.¹⁶⁴ Nei fatti, la richiesta era accompagnata «dall'informazione sulla necessità di tale accettazione, entro 30 giorni, a pena di dover interrompere la fruizione del servizio».¹⁶⁵

Di contro, dalle indagini è emersa «l'inadeguata evidenziazione della possibilità di poter negare il consenso alla condivisione dei dati con Facebook» e anche la difficoltà di scegliere concretamente questa via, una volta accettati i termini.

E' comunque importante dire che in seguito alle pressioni delle diverse authority europee, l'azienda di Mark aveva fatto marcia indietro e già a Novembre aveva sospeso il passaggio e la condivisioni di informazioni tra le due piattaforme.¹⁶⁶ Ma questo comportamento sa tanto di rimedio a qualcosa che si è cercati di fare fino in fondo, in segreto. Davanti alla AGCM, WhatsApp ha cercato di dimostrare di aver fornito agli utenti di WM un' informativa dell'aggiornamento «adeguata e prominente», «trasparente e comprensibile», all'interno dell'applicazione e tramite numerosi altri mezzi.

Inoltre, la società americana, dopo aver rappresentato «WhatsApp è stata costituita e ha sede nello Stato della California, negli Stati Uniti d'America ed è soggetta alle leggi degli Stati Uniti d'America ed alla giurisdizione della **U.S. Federal Trade Commission (FTC)**, l'autorità statunitense garante della tutela dei dati e del consumatore», eccepisce, in via preliminare, la possibile incompetenza dell'Autorità sulle fattispecie oggetto di approfondimento istruttorio, evidenziando che il Codice del Consumo è basato sulla Direttiva 2005/29, una normativa di applicazione generale volta a colmare ogni lacuna nell'ambito della tutela del consumatore, laddove non esista nessun altra legislazione settoriale dell'UE sempre rivolta alla tutela dei singoli contro comportamenti scorretti. In merito alla fattispecie in esame, un'autorità garante europea in materia di protezione dei dati personali potrebbe rivendicare una competenza esclusiva o concorrente. Tuttavia, tale comportamento non trova divieto e riscontro alcuno nel Decreto Legislativo in materia di protezione dei dati personali n.196 del 30 giugno 2003, bensì integra una fattispecie di pratica commerciale scorretta, il cui accertamento, ai sensi del combinato disposto di cui agli artt. 19, comma 3 e 27, comma 1-bis, del Codice del Consumo spetta, in via esclusiva, all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. L'ammontare della sanzione è scaturito ai sensi dell'articolo 27, comma 9: «con il

¹⁶⁴ LA REDAZIONE, *Whatsapp sanzionato dalla AGCM con 4 milioni di euro. Una analisi del provvedimento*, in <https://ilmerchant.com/2017/05/15/whatsapp-sanzione-agcm-facebook-4-milioni-euro/>, 15 Maggio 2017.

¹⁶⁵ *Antitrust, multa da 3 milioni a WhatsApp: "Utenti indotti a condividere i dati con Facebook"*, in *Repubblica.it*, in http://www.repubblica.it/economia/2017/05/12/news/antitrust_multa_da_3_milioni_a_facebook_-165255725/, 12 Maggio 2017.

¹⁶⁶ A. ANDRIOLO, *Whatsapp, tre milioni di euro di multa dall'Antitrust italiano*, in <http://www.ictbusiness.it/cont/news/whatsapp-tre-milioni-di-euro-di-multa-dall-antitrust-italiano/39343/1.html#.WSnJWevyIU>, 12 Maggio 2017.

provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l’Autorità dispone inoltre l’applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000,00 euro a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.»

Ma non è finita qui. Il secondo faro dell’Autorità Italiana è puntato sul procedimento istruttorio inerente alla **«presunta presenza di alcune clausole vessatorie»** sul modello contrattuale sottoposto agli utenti.

In particolare sono ritenute vessatorie: le disposizioni relative alle esclusioni e limitazioni di responsabilità per l’app *«molto ampie e assolutamente generiche»*;¹⁶⁷ la possibilità di interrompere il servizio *«senza motivo e senza preavviso»* da parte di WhatsApp; il diritto esercitabile da WhatsApp di risolvere il contratto unilateralmente o quello di introdurre modifiche, anche economiche, dei Termini di Utilizzo, senza giustificazioni; l’applicazione della legge della California per risolvere le controversie; un generico diritto esercitabile da WhatsApp di recedere dagli “ordini” e di non fornire rimborsi per i servizi offerti; e la prevalenza della lingua inglese nel contratto su quella italiana, senza prevedere la prevalenza dell’interpretazione più favorevole per il consumatore.

Dopo aver ascoltato il parere delle associazioni dei consumatori e le osservazioni dell’azienda americana, l’AGCM ha accertato la violazione degli artt. 33 e 35 del Codice del Consumo.¹⁶⁸ L’Autorità Garante ha quindi imposto a WhatsApp di pubblicare un estratto del provvedimento sul sito ufficiale italiano per 20 giorni consecutivi e ad inviare a tutti gli utenti italiani una notifica sull’app di messaggistica istantanea relativa all’avvenuta pubblicazione. In caso di inottemperanza verrà applicata una sanzione amministrativa compresa tra 5.000 e 50.000 euro.

Da un **punto di vista finanziario**, l’ammontare delle multe, facendo riferimento soprattutto alla prima (3 milioni) e a quella di 110 milioni di euro da parte dell’Antitrust UE¹⁶⁹, non è affatto elevato, per una società che nel 2016 ha messo a segno profitti netti per 10,2 miliardi di dollari. Ma la rilevanza è in ottica politica e legislativa. Attraverso tale decisione, infatti, Bruxelles ha voluto avvertire le società con cui ha a che fare che è attenta non solo alla sostanza dell’operazione da giudicare, ma anche alle informazioni che riceve dalle aziende, ponendo in essere, tramite questo punto di partenza, che nulla sarà più come prima. E’ senz’altro la

¹⁶⁷ L’Antitrust ha multato WhatsApp per 3 milioni di euro, accusandola di avere indotto gli utenti a condividere i loro dati con Facebook, in <http://www.ilpost.it/2017/05/12/whatsapp-multa-agcm/>, 12 Maggio 2017.

¹⁶⁸ Per vedere nel dettaglio la normativa, consultare “Il Codice del Consumo”, cit., artt. 33-101.

¹⁶⁹ V. Par. 2.1 Il caso Facebook.

dimostrazione del risveglio delle Istituzioni Europee nei confronti delle lobby delle società della Grande Mela.

2.6.2 Google

La Corte di Giustizia dell'Unione Europea ha innovato¹⁷⁰ i principi di regolamentazione del settore internet attraverso la sentenza del contenzioso del **13 Maggio 2014**, nella *causa C-131/12*, tra Mario Costeja Gonzales e AEPD contro Google Spain SL e Google Inc.).¹⁷¹

Tuttavia l'esame delle motivazioni della decisione porta a ridimensionare la pretesa novità della soluzione della Corte riguardo al tema centrale della controversia, ossia quello del c.d. *diritto all'oblio* (*right to be forgotten*) in relazione alle attività dei motori di ricerca su Internet. La Corte ritiene giusta la tutela di un soggetto che non vuole comparire tra i risultati delle ricerche web, soprattutto su *Google*. Ancor più meritevole, quando queste ricerche associno la persona a contenuti che gli arrechino pregiudizio e sia trascorso abbastanza tempo dall'accaduto, in modo da non giustificare più la permanenza nel pubblico dominio della notizia. Con la sentenza, la Corte UE riconosce il diritto della persona all'oblio, ai sensi della direttiva 95/46/CE in materia di trattamento dei dati personali. In virtù di tale normativa, Google, responsabile e titolare dei dati degli utenti, ha l'obbligo di evitare che le informazioni vengano elencate negli indici delle ricerche, se i fatti riguardanti le persone non sono più ritenuti di cronaca attuale. Tuttavia, la Corte, tiene a precisare che questo intervento censorio di Google, resta comunque subordinato a una disposizione preventiva di un'autorità amministrativa o giudiziaria di controllo, che nel caso specifico era l'Agencia Española de Protección de Datos (l'equivalente del nostro Garante per la protezione dei dati personali). Pertanto, questo tiene a precisare che è sempre necessario il vaglio di una autorità, amministrativa o giudiziaria, che valuti l'equo contemperamento tra gli interessi pubblici e privati. Quindi, di fatto, la sentenza, non modifica gli obblighi del gestore del motore di ricerca, che dovrà, secondo la prassi, limitarsi rimuovere le informazioni dalla piattaforma, non appena tale esecuzione venga emessa e comunicata dall'autorità.

¹⁷⁰ M. CONSONNI, *Il diritto all'oblio per la Corte di Giustizia Europea nella recente decisione del caso Google Spain*, in *Il Sole 24 Ore sezione Diritto* 24, 23 Giugno 2014.

¹⁷¹ Cfr. Corte di Giustizia UE, Grande Sezione, sentenza 13 maggio 2014, causa C-131/12.

Resta comunque indenne, anzi confermato, il regime di esenzione da responsabilità del provider previsto dalla direttiva sul commercio elettronico e dalla norma italiana di recepimento (il D. Lgs. 70/2003)¹⁷².

Tutto questo segue perfettamente la linea della giurisprudenza nazionale, che nel noto *caso* “*Google – Vividown*”, Corte di Cassazione, sez. III Penale, sentenza 17 dicembre 2013 – 3 febbraio 2014, n. 5107,¹⁷³ aveva assolto i tre manager¹⁷⁴ di Big G¹⁷⁵, accusati per un video choc pubblicato da una ragazzina su YouTube¹⁷⁶, nel quale un bambino con sindrome di Down veniva picchiato e deriso dai suoi compagni di scuola. I giudici di Piazza Cavour concludono la vicenda sentenziando che «*i reati di cui all’art. 167 del Codice della Privacy, per i quali qui si procede, devono essere intesi come reati propri, trattandosi di condotte che si concretizzano in violazioni di obblighi dei quali è destinatario in modo specifico il solo titolare del trattamento e non ogni altro soggetto che si trovi ad avere a che fare con i dati oggetto di trattamento senza essere dotato dei relativi poteri decisionali.*» Questa decisione conferma l’iter di richiesta ad un’autorità competente per porre fine a certi contenuti, che di certo non sono di responsabilità del gestore del motore di ricerca.

D’altro canto, la sentenza della Corte della Giustizia è innovativa, nella parte in cui Google è qualificato come responsabile del trattamento dei dati personali. Per il giudice europeo il provider¹⁷⁷, in ogni caso effettua una determinante e qualificante attività di indicizzazione di tali pagine che equivale ad un trattamento dei dati contenuti. Tuttavia, le conclusioni della Corte di Giustizia rimandano ad una serie di riflessioni, poichè si pone in essere che il gestore del motore di ricerca, in quanto responsabile del trattamento, dovrebbe chiedere il consenso a tutti i soggetti menzionati nei siti indicizzati: ma questa è un’attività oggettivamente impraticabile, e la conclusione della sentenza ha rimarcato il ruolo delle autorità nazionali per la protezione dei dati dei soggetti, che dovranno agire nel caso in cui il motore di ricerca non accolga la richiesta di cancellazione dei dati dell’interessato.

¹⁷² A. INGRASSIA, *La sentenza della cassazione sul caso Google*, *Diritto Penale Contemporaneo*, in <http://www.penalecontemporaneo.it/d/2817-la-sentenza-della-cassazione-sul-caso-google>, 6 Febbraio 2014.

¹⁷³ Corte di Cassazione, sez. III Penale, sentenza n. 5107/14, depositata il 3 febbraio 2014.

¹⁷⁴ Si tratta dei due amministratori delegati di Google Italy s.r.l. e del responsabile della policy sulla privacy per l’Europa.

¹⁷⁵ E. MELIGRANA, *Il caso Vividown e l’assoluzione di Google*, in <http://www.ilfattoquotidiano.it/2014/02/04/il-caso-vividown-e-l-assoluzione-di-google/868850/>, 4 Febbraio 2014.

¹⁷⁶ Ricordiamo che è di proprietà di Google Inc., Cfr. Par 1.4 Google: la storia.

¹⁷⁷ Chiamato anche Internet Service Provider (ISP), è un fornitore di servizi a privati e ad aziende che a pagamento consente l’accesso a internet, disponendo di differenti punti all’interno di un certo territorio, in <http://www.sapere.it/sapere/strumenti/domande-risposte/scienza-tecnologia/cosa-e-provider.html>, aggiornato al 2017.

Google, e così gli altri motori di ricerca, hanno lavorato con le diverse autorità per la privacy nei vari paesi europei per migliorare il sistema per richiedere la rimozione dei link, in modo tale da rispondere alla sentenza della Corte ed evitare sanzioni.¹⁷⁸

Con la *sentenza n. 23771 del 3 dicembre 2015*, il Tribunale di Roma, sez. I, ha applicato i principi stabiliti dalla sentenza del 13 Maggio 2014 della Corte di Giustizia UE.¹⁷⁹ Il 17 dicembre 2014 un avvocato, chiedeva a Google di «*deindicizzare*»¹⁸⁰ 14 URL risultanti da una ricerca concernente il proprio nominativo con riferimento a vicende giudiziarie nelle quali era stato coinvolto. Si trattava di notizie di cronaca relative a una vicenda giudiziaria risalente agli anni 2012/2013 che lo vedeva implicato insieme ad altri personaggi romani, esponenti del clero e soggetti riconducibili alla c.d. “banda della Magliana” in merito a presunte truffe e guadagni illeciti che sarebbero stati realizzati da costoro. Il professionista si doleva che tali informazioni riferite dai risultati del motore di ricerca facessero riferimento a «*una risalente vicenda giudiziaria nella quale era rimasto coinvolto senza che mai fosse stata pronunciata alcuna condanna*» e chiedeva la condanna della controparte al risarcimento derivante da detto illegittimo trattamento dei suoi dati da quantificarsi nella misura non inferiore a 1000,00€. La domanda è stata tuttavia integralmente respinta, poiché, nell’ottica del sopra menzionato bilanciamento¹⁸¹, Il Tribunale ritiene prevalente, il diritto di informazione di interesse pubblico a rinvenire sul web, attraverso il motore di ricerca, notizie circa il ricorrente, sul diritto all’oblio dello stesso, quale diritto a che non vengano ulteriormente divulgate notizie che per il trascorrere del tempo risultino ormai dimenticate o ignote alle generalità dei consociati.¹⁸² In conclusione, si può osservare che il diritto all’oblio non deve essere utilizzato per abbellire o smacchiare il profilo pubblico di un soggetto che svolge ruoli di rilevanza pubblica. Per tale ruolo pubblico ci si riferisce non solo al «*politico*», ma anche agli «*alti funzionari pubblici, agli uomini d'affari e agli iscritti in albi professionali*», come precisato dal giudice capitolino. Si tratta di una opinione condivisibile, poiché esiste non solo il diritto dell’opinione pubblica di conoscere le vicende riguardanti un professionista che, svolgendo le sue mansioni, ricopre un

¹⁷⁸ Il modulo di Google per il “diritto all’oblio”, in <http://www.ilpost.it/2014/05/30/google-modulo-diritto-oblio/>, 30 Maggio 2014.

¹⁷⁹ E. FALLETTI, *Google e diritto all’oblio: la prima sentenza dei tribunali italiani*, in <http://www.altalex.com/documents/news/2016/01/12/google-e-diritto-oblio-prima-sentenza-tribunali-italiani>, 22 Gennaio 2016.

¹⁸⁰ La *deindicizzazione* è l’operazione per impedire ai *search engine* l’indicizzazione di una pagina web o di una risorsa online di un sito web, in <http://www.andreaminini.com/seo/deindicizzazione/>, aggiornato al 2017.

¹⁸¹ Per vedere nel dettaglio i fatti e le conclusioni, si consulti la Sentenza n. 23771/2015, pubblicata il 03/12/2015, RG n. 79860/2014, Repert. n. 23353/2015 del 03/12/2015.

¹⁸² *Il Tribunale di Roma sul diritto all’oblio*, Diritto Civile Contemporaneo, in <http://dirittocivilecontemporaneo.com/2015/12/il-tribunale-di-roma-sul-diritto-alloblio/>, 9 Dicembre 2015.

ruolo di importanza istituzionale, ma anche il dovere del professionista di essere responsabile, e quindi trasparente, verso i consociati delle scelte relative alla sua attività professionale.

Questa continua guerra, ha trovato una pace, dal punto di vista fiscale. Infatti, il motore di ricerca americano era stato protagonista di una disputa durata oltre un anno e mezzo di trattative. Google ha definitivamente chiuso il *contenzioso con il fisco italiano*.¹⁸³ La compagnia di Mountain View pagherà all'Agenzia dell'Entrate 306 milioni di euro per sanare le tasse non pagate dal 2002 al 2015, un periodo superiore a quello, dal 2009 e il 2013, finito sotto la lente della Procura di Milano, che aveva aperto un'inchiesta su cinque manager di Google accusando la compagnia di non aver dichiarato l'Ires su 800 milioni di utili, evadendo imposte per quasi 100 milioni.

Oggi non è semplice far emergere la base imponibile di una multinazionale in un singolo paese. Ma è l'obiettivo da raggiungere. A partire da una proposta di direttiva del Consiglio europeo del 16 Marzo 2011: la *Common corporate consolidated tax base (Ccctb)* che, non a caso, non si cura dei redditi dichiarati dalla stabile organizzazione ma ripartisce la base imponibile consolidata comune (europea) per l'imposta sulle società,¹⁸⁴ esclusivamente in relazione ad alcuni parametri, il più rilevante dei quali è proprio il luogo di produzione dei flussi economici.¹⁸⁵

Ed in tale direzione si muovono anche alcune proposte italiane. Ultima in ordine di arrivo e rilevanza è il *disegno di legge AS n. 2526/2016* presentato il 14 Settembre 2016 dal senatore Massimo Mucchetti, che riflette e regola le misure in materia fiscale per la concorrenza nell'economia digitale.¹⁸⁶

¹⁸³ *Google paga 306 milioni e chiude la lite col fisco italiano*, in http://www.agi.it/economia/2017/05/04/news/google_chiude_il_contenzioso_con_il_fisco_italiano-1739922/, 4 Maggio 2017.

¹⁸⁴ Per vedere nel dettaglio la proposta di direttiva, consultare: Proposta di Direttiva del Consiglio relativa alla Base imponibile consolidata comune per l'imposta sulle società, Bruxelles, 16/3/2011, COM(2011) 121 definitivo.

¹⁸⁵ T. DI TANNO, *Google cede al fisco, ma lo ha deciso la giustizia o la legge?*, in *Il Fatto Quotidiano*, 11 Maggio 2017.

¹⁸⁶ Per seguire l'iter del disegno di legge nel dettaglio, consultare: Disegni di legge, Atto Senato n. 2526, XVII Legislatura, sulle misure in materia fiscale per la concorrenza nell'economia digitale.

2.6.3 Amazon

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) ha multato *Amazon* per *violazione della nuova normativa sui diritti dei Consumatori*, ai sensi degli artt. 49 e 51, comma 2, del Codice del Consumo.¹⁸⁷ Si tratta di violazioni relative agli obblighi di informazione da fornire ai consumatori nell'ambito di transazioni concluse tramite servizi di e-commerce.¹⁸⁸

L'AGCM dichiara con *provvedimento n. 25911 del 9 Marzo 2016*, che l'esito è *Violazione Consumer Rights*¹⁸⁹, e che tale caso è uno dei primi casi di rilievo di applicazione della nuova disciplina introdotta dal D.lgs. 21/2014¹⁹⁰, sui diritti dei consumatori nei contratti,¹⁹¹ che ha recepito la direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori e che ha modificato radicalmente il regime applicabile al cosiddetto settore "*e-commerce*".

Infatti, lo scopo della Direttiva UE è triplice:¹⁹²

- 1) Incrementare la tutela dei consumatori attraverso l'armonizzazione di vari aspetti chiave del diritto nazionale in materia di contratti tra consumatori e venditori;
- 2) Incoraggiare gli scambi commerciali tra i paesi dell'UE e in particolare i consumatori che acquistano online.
- 3) Proposta da parte della Commissione di un'armonizzazione completa delle disposizioni in materia di tutela dei consumatori nel diritto contrattuale dei consumatori, al fine di favorire offerte competitive nel mercato interno, garantendo nel contempo ai consumatori un elevato livello di tutela.¹⁹³

¹⁸⁷ C. TAMBURRINO, *Amazon, 300mila euro di sanzioni italiane*, in <http://punto-informatico.it/4311287/PI/News/amazon-300mila-euro-sanzioni-italiane.aspx>, 8 Aprile 2016.

¹⁸⁸ MASCHIETTO MAGGIORE BESSEGHINI STUDIO LEGALE, *AGCM sanziona Amazon: poca trasparenza nei confronti dei consumatori*, in <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=34b07db3-cfb7-4089-bfe9-35b23747689e>, 8 Aprile 2016.

¹⁸⁹ PS9353 AMAZON-MARKET PLACE-GARANZIA LEGALE, *Provvedimento n. 25911*, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua Adunanza del 9 marzo 2016.

¹⁹⁰ Decreto Legislativo 21 febbraio 2014 n. 2, Attuazione della direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori, recante modifica delle direttive 93/13/CEE e 1999/44/CE e che abroga le direttive 85/577/CEE e 97/7/CE. (14G00033) (GU Serie Generale n.58 del 11-03-2014).

¹⁹¹ Per vedere il decreto legislativo nel dettaglio, consultare: Decreto Legislativo 21 febbraio 2014, n. 21, Diritti dei consumatori, Gazzetta Ufficiale n. 58 11-3-2014.

¹⁹² Direttiva 2011/83/UE sui diritti dei consumatori.

¹⁹³ Sintesi del Diritto dei consumatori, tratto da <http://eur-lex.europa.eu/summary/IT/uriserv:co0003>, aggiornato al 2017.

Sulla base dell'attività preistruttoria, in data 15 luglio 2015, è stato avviato un procedimento istruttorio nei confronti delle società di Amazon, ai sensi dell'articolo 27 del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante Codice del Consumo.¹⁹⁴ Siamo di fronte ad un'indagine avviata giù nella scorsa estate, infatti, dichiara l'AGCM: «*dal mese di febbraio 2014 e fino al mese di giugno 2015 sono pervenute all'Autorità numerose richieste di intervento da parte di singoli consumatori volte a rappresentare la possibile violazione del Codice del Consumo da parte di Amazon, in merito alla confusione delle informazioni fornite sull'identità del professionista nonché sulla mancata assistenza in caso di richiesta di applicazione della garanzia di conformità*».

Ma non è la prima volta che il sito e-commerce di Seattle si trova ad avere problemi con le autorità italiane, già finita sotto inchiesta in **materia fiscale**. Nel dettaglio di questo ultimo procedimento l'AGCM ha irrogato due sanzioni rispettivamente di 80 mila euro e 220 mila euro a *Amazon EU Sarl* e *Amazon Services Europe Sarl*, due controllate dell'azienda di Jeff Bezos che operano in Italia, per un totale di 300 mila euro in capo al colosso di Seattle. La decisione deriva dall'aver **omesso o fornito in modo non adeguato le informazioni rilevanti** nel corso del processo di acquisto del consumatore. In particolare, l'Autorità Garante Italiana ha contestato alle due società del gruppo Amazon: «*quelle precontrattuali obbligatorie e quelle sulla garanzia legale di conformità previste dal Codice del Consumo, sia nel caso di vendita diretta da parte di Amazon sia nell'ipotesi in cui la compravendita intervenga sulla piattaforma di Amazon marketplace (e, quindi, tra il consumatore e un venditore terzo rispetto ad Amazon)*».

Questo comportava per il consumatore-utente una mancata trasparenza e chiarezza nel comprendere i propri diritti e nell'identificazione della reale controparte, con la conseguenza, in alcuni casi, di venire a conoscenza dell'identità di quest'ultima solo in caso di problemi, ovvero solo nel caso in cui avesse riscontrato «*un difetto di conformità del prodotto ovvero disservizi nella fruizione del bene*». L'Antitrust ha comunque reso noto nel corso del procedimento che le due società «*si sono adoperate per apportare misure correttive che hanno migliorato il set informativo a disposizione del consumatore nel processo di acquisto*».

La nuova ratio dell'art. 49 del Codice del Consumo, in materia di obblighi di informazione nei

¹⁹⁴ PS9353 AMAZON-MARKET PLACE-GARANZIA LEGALE, Provvedimento n. 25911, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nella sua Adunanza del 9 marzo 2016, cit.

contratti a distanza e nei contratti negoziati fuori dei locali commerciali¹⁹⁵, segue e si uniforma alla **Direttiva 2011/83/UE**, che sottolinea che è necessario «*garantire che, nei contratti a distanza conclusi tramite siti web, il consumatore sia in grado di leggere e comprendere nella loro interezza i principali elementi del contratto prima di inoltrare l'ordine. A tal fine è opportuno che la [...] direttiva disponga che detti elementi siano visualizzati nell'immediata prossimità della conferma necessaria per l'inoltro dell'ordine*», ha sicuramente aumentato in modo rilevante il numero e il genere di dati da comunicare al consumatore prima della stipulazione di un contratto: in particolare, oltre alle informazioni sul diritto di recesso (ivi inclusi eventuali esclusioni), sull'effettiva identità del professionista e sulle caratteristiche dei beni e servizi venduti, è altresì previsto l'obbligo di inserire un promemoria sull'esistenza della garanzia legale di conformità per i beni.

Queste informazioni devono essere date con buona evidenza ed «*in prossimità della conferma necessaria per l'inoltro dell'ordine*». Pertanto, questo rappresenta un significativo cambiamento nella struttura della pagina del sito e-commerce, non essendo ritenuti sufficienti dall'AGCM link o semplici avvisi riportati in calce alle pagine o rimandi ai termini e condizioni di vendita.

L'obiettivo, non troppo celato della norma, è quello di colmare la «*spersonalizzazione*¹⁹⁶ del rapporto d'acquisto che avviene a distanza» e che «*indebolisce sensibilmente la posizione del consumatore acquirente e ne accresce ulteriormente l'asimmetria informativa rispetto al professionista*».

Infine, va sottolineato che Amazon nel corso del procedimento aveva presentato una proposta di impegni, non accettati dall'AGCM e che prima della chiusura del procedimento Amazon stessa ha adottato e si è impegnata a modificare le pagine del proprio sito alla luce delle contestazioni dell'autorità. Questa seconda circostanza, non ha permesso ad Amazon di evitare la sanzione, ma è stato tenuto in considerazione dall'AGCM in sede di quantificazione della multa, poi comminata.

Come Google,¹⁹⁷ anche Amazon è stata accusata, il 28 Aprile 2017, dalla Guardia di Finanza Italiana di presunta **evasione fiscale**. In particolare, nel quinquennio fino al 2014, su un giro di affari da 2,5 miliardi di euro, Amazon, che come sede legale fino al 2015 aveva il Lussemburgo, è accusata di aver evaso tasse in Italia per circa 130 milioni. La somma risulta inferiore rispetto

¹⁹⁵ Decreto legislativo 21 febbraio 2014, n. 21, per vedere nel dettaglio tutti i cambiamenti nel Codice del Consumo, consultare: http://www.interlex.it/2testi/dlgs14_21i.pdf.

¹⁹⁶ Privare una persona dell'identità che la distingue.

¹⁹⁷ V. Par. 2.6.2 Google.

a quanto contestato a Google, semplicemente perché i margini di guadagno sulle vendite, sono inferiori.¹⁹⁸

L'azienda di Jeff Bezos risponde: «*Amazon paga tutte le imposte che sono dovute in ogni Paese in cui opera. Le imposte sulle società sono basate sugli utili, non sui ricavi, e i nostri utili sono rimasti bassi a seguito degli ingenti investimenti e del fatto che il business retail è altamente competitivo e offre margini bassi*». E sottolinea: «*abbiamo investito in Italia più di 800 milioni di Euro dal 2010 e attualmente abbiamo una forza lavoro a tempo indeterminato di oltre 2.000 dipendenti*».¹⁹⁹

Questa ultima dichiarazione fa riflettere. Amazon sembra auto-dichiararsi come un bene della nostra Nazione, e questo forse le permette di pensare di sorvolare alcune dinamiche che invece sono fermamente rispettate da gran parte delle aziende italiane. Il mondo digitale è molto complesso nella determinazione dei comportamenti e nella rilevanza del mercato di riferimento, per cui appare molto difficile quantificare la misura delle azioni e non, e di conseguenza dell'evasione.

Ma quello che resta un fatto concreto è che l'Italia non è più ferma ad aspettare e si sta uniformando alla "linea dura" dell'Antitrust UE.

2.6.4 Proposte di legge

La Camera dei Deputati ha approvato, con modificazioni, il 20 Settembre 2016 **la proposta di legge n. 3139**²⁰⁰ già sottoposta al Senato²⁰¹ e approvata definitivamente il 17 Maggio 2017.

¹⁹⁸ E. RANDACIO, *Amazon accusata di aver evaso tasse per 130 milioni*, in *Repubblica.it*, in http://www.repubblica.it/economia/finanza/2017/04/28/news/amazon_accusata_di_aver_evaso_tasse_per_130_milioni-164091769/, 28 Aprile 2017.

¹⁹⁹ *Amazon nel mirino del fisco: è accusata di aver evaso 130 milioni di tasse*, in *La Stampa sezione Economia*, 28 Aprile 2017.

²⁰⁰ Per seguire l'iter e vedere il disegno di legge nel dettaglio, consultare: Disegni di legge, Atto Camera n. 3139, XVII Legislatura, sulle Disposizioni a tutela dei minori per la prevenzione e il contrasto del fenomeno del cyberbullismo, approvato con il nuovo titolo «*Disposizioni per la prevenzione e il contrasto dei fenomeni del bullismo e del cyberbullismo*».

²⁰¹ L.N. MEAZZA, *Cyberbullismo e bullismo, proposta di legge approvata alla Camera*, Giurisprudenza Penale, in http://www.giurisprudenzapenale.com/2016/09/21/bullismo_cyberbullismo/, 21 Settembre 2016.

Tale legge è volta ad una serie di disposizioni²⁰² a tutela dei minori per la prevenzione e il contrasto del fenomeno del *cyberbullismo*.²⁰³

Il provvedimento introduce nel nostro ordinamento una serie di misure di carattere educativo e formativo contro le minacce del mondo digitale, con lo scopo di aumentare la consapevolezza tra i giovani dei possibili comportamenti dei persecutori che, generando spesso isolamento ed emarginazione, possono portare a conseguenze anche molto gravi su vittime in situazione di particolare fragilità. Il testo originario prevedeva misure che ponevano in essere una sola tutela dal cyberbullismo e che introduceva strumenti a disposizione unicamente dei minori di 14 anni. I nuovi emendamenti della Camera, invece, hanno esteso le maglie di azione di tali tutele. Vi è una prima parte, ai commi 2 e 3 *dell'art.1*, dopo la "ormai legge" fornisce le prime definizioni normative di bullismo e bullismo informatico, o cyberbullismo. In cui è utile menzionare la definizione di quest'ultimo, derivante dalla norma: *«con il termine cyberbullismo si intende qualunque comportamento o atto, anche non reiterato, rientrante fra quelli indicati al comma 2 e perpetrato attraverso l'utilizzo della rete telefonica, della rete internet, della messaggistica istantanea, di social network o altre piattaforme telematiche. Per cyberbullismo si intendono, inoltre, la realizzazione, la pubblicazione e la diffusione on line attraverso la rete internet, chat-room, blog o forum, di immagini, registrazioni audio o video o altri contenuti multimediali, effettuate allo scopo di offendere l'onore, il decoro e la reputazione di una o più vittime, nonché il furto di identità e la sostituzione di persona operati mediante mezzi informatici e la rete telematica al fine di acquisire e manipolare dati personali, ovvero di pubblicare informazioni lesive dell'onore, del decoro e della reputazione della vittima»*. Dalla nuova norma emerge poi la concessione di facoltà al soggetto che abbia subito un atto di cyberbullismo, che nella nuova versione emendata è rappresentato anche da una persona di maggiore età, personalmente o per mezzo di un genitore o di un esercente la responsabilità del minore, di formulare un'istanza volta all'oscuramento, alla rimozione e al blocco dei contenuti che lo riguardano, da inoltrarsi direttamente al gestore del sito web o del social media (Facebook, Instagram ecc), del servizio di messaggistica istantanea (Whatsapp, Skype, iMessage, Snapchat Telegram) o di qualsiasi rete di comunicazione elettronica, che dovranno dotarsi di specifiche procedure per la gestione di tali istanze. L'istanza potrà essere inoltrata anche al Garante della Privacy, il quale avrà il compito di verificare l'intervento del gestore e potrà adottare i rimedi di oscuramento, rimozione e blocco ai quali non si sia provveduto entro 24 ore dall'istanza (*art.2*) e in casi estremi ammonire il gestore della piattaforma digitale.

²⁰² Camera dei Deputati, XVII LEGISLATURA, PROPOSTA DI LEGGE n. 3139, APPROVATA DAL SENATO DELLA REPUBBLICA il 20 maggio 2015 (v. stampato Senato n. 1261).

²⁰³ Atto aggressivo, prevaricante o molesto compiuto tramite strumenti telematici.

All'art.6 si fa riferimento ai fatti di bullismo e cyberbullismo che non siano giudicabili come ipotesi di reati procedibili d'ufficio. In tal caso è previsto un iter che comporta l'ammonimento della controparte, già prevista per l'ipotesi di atti persecutori (c.d. *stalking*, ai sensi dell'art.612 bis c.p)²⁰⁴. Vi è, poi, l'introduzione di una specifica aggravante al reato di cui all'art.612bis c.p. nel caso in cui il fatto è commesso attraverso strumenti informatici o telematici o utilizzando tali strumenti mediante la sostituzione della propria all'altrui persona e l'invio di messaggi o la divulgazione di testi o immagini, ovvero mediante la diffusione di dati sensibili, immagini o informazioni private, con una pena della reclusione da uno a sei anni). Ultima novità, è la disposizione della confisca obbligatoria per gli strumenti informatici o telematici che risultano essere stati utilizzati per tali fattispecie di *stalking* telematico.

Con il dilagare del mondo digitale, appare una legge di certo sempre più urgente, vista la sempre più diffusa presenza del bullismo online e di fenomeni incontrollabili come il sexting, i ricatti a sfondo sessuale che sfrecciano su Facebook, Instagram, Snapchat, Whatsapp e Skype, dove due milioni di adolescenti italiani trascorrono ormai gran parte delle loro giornate.²⁰⁵ Si calcola che il cyberbullismo²⁰⁶, corroborato dall'anonimato sui social e in rete, sia attivo h24 e coinvolga il 7-8% della popolazione scolastica: e per chi lo subisce, rappresenta un vero e proprio maltrattamento psicologico. Il presidente dell'Autorità Garante per la *Privacy*, *Antonello Soro* commenta così l'avvento dell'approvazione della proposta di legge: «è fondamentale garantire la tutela di una generazione tanto più iperconnessa quanto più fragile, se non adeguatamente responsabilizzata rispetto all'uso della rete.»²⁰⁷

D'iniziativa di alcuni Senatori, vi è la comunicazione alla Presidenza il 7 Febbraio 2017 della **proposta di legge «antibufale» n. 2688**, con disposizioni per prevenire la manipolazione dell'informazione online, garantire la trasparenza sul web e incentivare l'alfabetizzazione mediatica.²⁰⁸

Tale proposta di legge, prova a sanzionare con multe fino a 10 mila euro e reclusione fino a due

²⁰⁴ Cfr. art. 612 bis Codice Penale, Atti persecutori.

²⁰⁵ M. DI FAZIO, *Bullismo e cyberbullismo, cosa prevede la proposta di legge in discussione alla Camera*, in *L'Espresso* sezione *Attualità*, 12 Settembre 2016.

²⁰⁶ Legge del 29/05/2017 n° 71, Gazzetta Ufficiale 03/06/2017, sulle Disposizioni a tutela dei minori per la prevenzione ed il contrasto del fenomeno del cyberbullismo. (17G00085) (GU Serie Generale n.127 del 03-06-2017).

²⁰⁷ ALTALEX, *Cyberbullismo, sì definitivo alla legge*, in <http://www.altalex.com/documents/news/2016/09/21/bullismo-e-cyberbullismo>, 5 Giugno 2017.

²⁰⁸ Senato della Repubblica, XVII LEGISLATURA, Disegno di legge n. 2688, Comunicato alla Presidenza il 7 Febbraio 2017, sulle Disposizioni per prevenire la manipolazione dell'informazione online, garantire la trasparenza sul web e incentivare l'alfabetizzazione mediatica.

anni chiunque pubblici o diffonda in Internet (ma non su testate giornalistiche) «*notizie false, esagerate o tendenziose*» o si renda responsabile di campagne d'odio».²⁰⁹

Il Presidente della Camera Laura Boldrini afferma che «*il Web stesso dimostra così di poter sviluppare anticorpi per reagire e contrastare il fenomeno dell'hate speech*». Gli esecutori della proposta puntano sul precedente della già approvata legge, molto simile, in Germania, dove in vista delle elezioni, la coalizione di governo ha pensato di introdurre una nuova legge: prevedendo multe fino a 500mila euro alle aziende che, operando nel settore dei social media, non provvedono a rimuovere una notizia falsa entro 24 ore dalla segnalazione.²¹⁰ E' palese il tentativo di sfruttare l'emotività a proposito dell'elezione di Trump o della Brexit, dove si pensa che le idee-bufala siano state responsabili dei populismi, per raccogliere consenso bipartisan.²¹¹

Tuttavia questa proposta di legge sembra non aver futuro e si è dimostrato un intervento molto difficile, soprattutto nel valutare il campo d'azione, e quando una notizia sia una bufala, o rappresenti un semplice pensiero con differente punto di vista.

La nostra Costituzione, ai sensi dell'**art. 21** recita: «*tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione. La stampa non può essere soggetta ad autorizzazioni o censure.*»²¹²

Da questo articolo, emerge come sia difficilmente realizzabile la proposta di legge sopra menzionata, soprattutto perché non è facile comprendere quando si tratti di libertà di pensiero, o sfruttamento del pensiero per alimentare un trend.²¹³

Tuttavia, è apprezzabile il tentativo di controllare la diffusione di notizie false sulle piattaforme digitali; ed è ancor più apprezzabile il tentativo di sorvegliare la libertà di azione dei Big Data. La nostra nazione si sta muovendo nel verso giusto, dando un chiaro segnale a quello che per anni è stato un monopolio da parte dei social media americani.

²⁰⁹ M. PENNISI, *Il disegno di legge contro le fake news: "Multe e carcere fino a 2 anni"*, in *Corriere della Sera*, 15 Febbraio 2017.

²¹⁰ R. RIJTANO, *Ddl contro le fake news, multe e carcere per chi diffonde bufale. Gambaro: "Non è un bavaglio"*, in *Repubblica.it* sezione *Tecnologia*, in http://www.repubblica.it/tecnologia/2017/02/15/news/depositato_in_senato_ddl_trasversale_contro_le_fake_news-158362109/, 15 Febbraio 2017.

²¹¹ M. VIVIANI, *La folle proposta di legge anti bufale*, in <http://www.webnews.it/2017/02/16/folle-proposta-legge-bufale-senato/>, 16 Febbraio 2017.

²¹² La Costituzione, Parte I, Diritti e doveri dei cittadini, Titolo I, Rapporti civili, Art. 21.

²¹³ Cfr. caso elezione Trump o caso Brexit, in cui vi sono state una serie di notizie-bufala da parte dei giornali e dei media, che hanno alimentato il populismo e hanno invertito la direzione del trend. Tuttavia, non vi è stata nessuna contestazione, perchè non si può affermare con certezza quando si tratti di bufale o di semplici pensieri giornalistici.

CAPITOLO III

Rimedi e Soluzioni

Nell'ultimo capitolo, si propongono dei rimedi e delle soluzioni alla possibile esplosione del conflitto digitale. Essi provengono da un'accurata analisi dei caratteri in comune e in contrasto delle super potenze. Ricercando la stessa situazione negli altri big del panorama mondiale, notiamo grosse divergenze rispetto alla nostra condizione, che diverranno essenziali per trarre utili spunti per l'attuazione di una strategia vincente, che ci permetta di primeggiare ed affermare la nostra economia digitale a livello mondiale.

3.1 Differenze a confronto

Analizziamo ora tutti i tratti divergenti delle due parti, in modo da conoscere le motivazioni che le portano ad essere in una differente posizione nel conflitto.

3.1.1 Corporate Governance

L'analisi della *Corporate Governance*²¹⁴ permette di trovare tratti in comune e in contrasto tra quello che è l'ambiente dei maggiori social media (Usa) e l'ambiente in contrapposizione (UE), che è per certi aspetti invasa da questo fenomeno.

La corporate governance tra le due parti è differente:

1) Nel caso Americano è di tipo verticale, con la caratteristica della proprietà diffusa, in cui vi sono tanti azionisti dispersi, con l'affidamento della gestione (proprietà) ai manager²¹⁵, che sono supervisionati dagli azionisti, con la paura che facciano i propri interessi (c.d. problema di

²¹⁴ DIANE K. DENIS AND JOHN J. MCCONNELL, *International Corporate Governance*, The Journal of Financial and Quantitative Analysis, Vol. 38, No. 1 (March 2003), pp. 1-36.

²¹⁵ EUGENE F. FAMA AND MICHAEL C. JENSEN, *Separation of Ownership and Control*, The Journal of Law & Economics, Vol. 26, No. 2, Corporations and Private Property: A Conference Sponsored by the Hoover Institution (June 1983), pp. 301-325.

agenzia), perdendo il punto di vista dall'obiettivo principale: la creazione del valore per gli azionisti.²¹⁶

La proprietà di Bill Gates di Microsoft è l'eccezione; General Motors, invece, senza un'azionista dominante, è la norma.

2) Nell'Unione Europea Continentale, in Asia e in America Latina vi è una corporate governance di tipo orizzontale, caratterizzate da grande imprese con un'azionista dominante, per trasferire il valore dagli azionisti di minoranza a se stesso. Il ruolo dei self-dealing²¹⁷ è centrale per lo sviluppo delle transazioni tra il finanziamento delle grandi imprese e i mercati.²¹⁸

3.1.2 Società

Negli Stati Uniti le *forme societarie* più diffuse, in ordine decrescente, sono:²¹⁹

1) **Società per azioni di tipo C (Corporation):** essa è considerata, sia ai fini legali che fiscali, come un soggetto giuridico avente personalità giuridica separata da quella dei soci. Gli utili, le deduzioni, le perdite ed i crediti sono attribuiti alla società e non agli azionisti. La gestione della società spetta a chi detiene la maggioranza del pacchetto azionario. Una *Corporation* può emettere diversi tipi di azioni al fine di modificare il controllo del pacchetto azionario, variando la tipologia dei potenziali azionisti. Questa società ha un'amministrazione centralizzata. La politica aziendale viene decisa dal Consiglio d'Amministrazione, mentre la gestione ordinaria è di responsabilità dei dirigenti. Dal punto di vista fiscale non impedisce la doppia tassazione dei redditi in capo ai soci e alla società. Equivale alla nostra classica società per azioni (S.p.a) per le imprese di grandi dimensioni.

2) **Società per azioni di tipo S (Inc.):** sotto l'aspetto giuridico le società di tipo S sono identiche a quelle di tipo C. Ai fini della tassazione si rilevano, invece, notevoli differenze. Infatti, dal punto di vista della tassazione federale sui redditi societari la società S è assimilata alla società in nome collettivo, cioè un'entità i cui profitti e perdite passano attraverso gli azionisti. Il che

²¹⁶ M.J. ROE, *THE INSTITUTIONS OF CORPORATE GOVERNANCE*, Discussion Paper No. 488, Harvard Law School, Agosto 2004, pp. 3-4.

²¹⁷ *Self-dealing*, in <https://en.wikipedia.org/wiki/Self-dealing>, aggiornato al 5 Ottobre 2016.

²¹⁸ M.J. ROE, *THE INSTITUTIONS OF CORPORATE GOVERNANCE*, Discussion Paper No. 488, Harvard Law School, Agosto 2004, op. cit., pp. 4-6.

²¹⁹ FLORIDA DEPARTMENT OF REVENUE, *Comparazione delle società americane e imposte per le corporation negli USA, con particolare rilievo alla Florida e al Massachusetts*, SMAF Associates, in <http://www.smaf-legal.com/ITA/Usa2.htm>, aggiornato al 2017.

significa la possibilità di evitare la doppia tassazione, che colpisce solo il reddito degli azionisti. Infine, la società S può emettere solo una classe di azioni, ma il pacchetto azionario può avere diritti diversi di voto. Gli azionisti non possono essere più di 20. Rappresentano le S.p.a semplificate italiane.

3) Società a responsabilità limitata (*Limited Liability Company*):²²⁰ essa è un'entità ibrida che contiene caratteristiche importanti come: responsabilità limitata per proprietari e gestione centralizzata. Inoltre, come nel caso della società di tipo S, sono colpiti solo i redditi dei soci dalle tasse federali. La costituzione di questo tipo di società non è molto diffuso. Infatti non è chiaro se la LLC rientri nella tipologia delle società di capitali o in quella delle società di persone. Inoltre molti Stati non hanno ancora una regolamentazione specifica per questo tipo. Essa identifica la S.r.l italiana.

4) *Limited Partnership*: simili alle nostre società in accomandita semplice.

5) *Sole Proprietorship*: simili alle società semplici.

I principali Big Data (nel caso specifico *Facebook*²²¹, *Google*²²² e *Amazon*²²³) sono caratterizzati da una composizione societaria di tipo Incorporation (Inc.) ma ad azionariato diffuso, anche detto ***Public Company***, che è un modello d'impresa a proprietà diffusa (o frazionata) ed è tipico della realtà anglo-statunitense. In generale, l'assetto di governance di un'impresa di dimensione medio-grande, tipico del mondo anglosassone, si definisce *market oriented o outsider system* e si identifica con la *public company*, una tipologia di impresa in cui si verifica una netta separazione tra proprietà, cioè tra i possessori di diritti residuali e di controllo, e chi gestisce l'impresa per conto di questi.²²⁴ Tale denominazione indica le aziende che consentono la vendita al pubblico dei loro titoli mobiliari (azioni, obbligazioni, ecc).²²⁵ Di solito ciò avviene attraverso una borsa valori, oppure, attraverso i sempre più diffusi mercati

²²⁰ *Business e affari negli Stati Uniti - Stati Uniti, Forme societarie americane*, in <http://www.statiuniti.cc/forme-societarie-americane.html>, aggiornato al 2017.

²²¹ *Facebook (azienda)*, Wikipedia, in [https://it.wikipedia.org/wiki/Facebook_\(azienda\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Facebook_(azienda)), aggiornato al 29 Maggio 2017.

²²² *Google (azienda)*, Wikipedia, in [https://it.wikipedia.org/wiki/Google_\(azienda\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Google_(azienda)), aggiornato al 29 Maggio 2017.

²²³ *Amazon.com*, Wikipedia, in <https://it.wikipedia.org/wiki/Amazon.com>, aggiornato al 31 Maggio 2017.

²²⁴ A. PUGLIESE, *Percorsi Evolutivi della Corporate Governance*, 2008, p.37.

²²⁵ *Public company*, Wikipedia, in https://it.wikipedia.org/wiki/Public_company, aggiornato al 21 Giugno 2016.

over the counter (OTC), tramite *market maker*²²⁶ che non utilizzano servizi di quotazione degli scambi come ad esempio gli Over-The-Counter Bulletin Board²²⁷.

In America il problema principale di corporate governance verticale deriva dalla dispersione degli azionisti. Una soluzione a riguardo potrebbe essere la costruzione o fusione di grandi blocchi di azionisti: c.d. *blockholding*.²²⁸

Il blockholding fonde anche gli interessi degli azionisti.²²⁹ Infatti, un grande investitore prende un grosso blocco di azioni e spesso siede in sala del consiglio. In entrambi i casi ha i mezzi e la motivazione per rendere il lavoro dei manager migliore e più profittevole per gli azionisti.²³⁰ Egli è quindi intenzionato a risollevare i problemi di governance orizzontale: sarebbe molto più efficace se i sistemi minimizzassero i problemi orizzontali, così che i blockholders potrebbero agire sui problemi verticali. Per molte grandi imprese, solo le persone molto ricche o molto grandi finanziariamente potrebbero svolgere questo ruolo. Negli USA, la presenza di persone molto ricche è relativamente piccola rispetto al numero di imprese che potrebbero avere blockholding²³¹, ma tuttavia, vi è una grande fetta di persone particolarmente ricche, che permettono la presenza di questo tipo di fenomeno.²³²

Negli Stati Uniti, ci sono due grandi fondamenti per gli azionisti per *citare in giudizio* amministratori e dirigenti: violazione dei doveri fiduciari dello stato di legge e violazione degli obblighi dei titoli di legge federali. Questi ultimi si riferiscono alla divulgazione di informazioni della società (es: *insider trading*²³³). In America, le cause derivanti dal diritto societario, in gran parte, provengono da doveri fiduciari: controller, che mirano a interessi individuali, e rubano

²²⁶ Soggetto, che grazie alla notevole quantità di titoli trattati, si impegna a garantire costantemente dei prezzi di acquisto e di vendita di un titolo posseduto, Borsa Italiana, in <http://www.borsaitaliana.it/notizie/sotto-la-lente/intermediari-finanziari.htm>.

²²⁷ È un servizio di trading elettronico fornito dal National Association of Securities Dealers (NASD), in <http://www.investopedia.com/terms/o/otcbb.asp>.

²²⁸ M.J. ROE, *THE INSTITUTIONS OF CORPORATE GOVERNANCE*, Discussion Paper No. 488, Harvard Law School, Agosto 2004, op. cit., pp. 9-12.

²²⁹ STUART C. GILSON, *Bankruptcy, boards, banks, and blockholders: Evidence on changes in corporate ownership and control when firms default*, Journal of Financial Economics, Volume 27, Issue 2, October 1990, pp. 355-387.

²³⁰ BETHEL - LIEBESKIND - OPLER, *Block Share Purchases and Corporate Performance*, in *The Journal of Finance*, Aprile 1998.

²³¹ MILLER – SERAFIN, *The 400 Richest Americans*, in *Forbes*, in https://www.forbes.com/lists/2007/54/richlist07_The-400-Richest-Americans_Rank.html, aggiornato al 21 Settembre 2016.

²³² Cfr. con esempio *BlackRock*, che è la più grande società di investimento nel mondo e gestisce un patrimonio totale di 5.100 miliardi di dollari, in <https://www.blackrock.com/>.

²³³ Si intende la compravendita di strumenti finanziari da parte di una persona, l'insider, che, in virtù della posizione che ricopre, è a conoscenza di informazioni privilegiate, utilizzate per ottenere un profitto, Borsa Italiana, in <http://www.borsaitaliana.it/notizie/sotto-la-lente/insidertrading.htm>, aggiornato al 2017.

dall'azienda.²³⁴

In **Europa**, e in Italia soprattutto, con prevalenza di società in cui vi è coincidenza tra proprietà, amministrazione e gestione, società con capitale sociale rappresentato da quote e non da azioni, la presenza di molteplici piccole-medie-imprese (PMI), vi è stato un lungo processo di cambiamento in una forma di *domestic corporate governance*, che inevitabilmente ha condotto alla fine (o forse mai inizio) del fenomeno di blockholding.

La società per azioni **Americana** (Corp. o Inc.) si differenzia per la caratterizzazione di molte meno incombenze burocratiche e meno obblighi formali rispetto alla medesima società europea²³⁵ (nel caso specifico consideriamo la società italiana, essendovi diversa legislazione in ogni Paese Europeo, ma con tratti simili tra loro).

Di fatto, le **principali differenze** sono le seguenti:

- 1) negli Stati Uniti D'America non esiste l'obbligo del Collegio dei Sindaci; obbligatorio invece per le s.p.a italiane, ai sensi dell'art. 2477;
- 2) non esiste l'obbligo di versare un capitale sociale minimo; al contrario, le s.p.a italiane sono soggette all'obbligo di versamento di un capitale non inferiore a 50mila euro, ai sensi dell'art. 2327;
- 3) vi è la possibilità di costituzione della società con un solo socio; condizione uguale anche in Italia, ma solo di recente, dopo la riforma del diritto societario con il D.Lgs. 17 gennaio 2003 n. 6;
- 4) nel caso di nazionalità non americana del socio o amministratore è molto rapido il procedimento di iniziazione dell'attività; diversamente, in Italia è necessario seguire un lungo iter, composto dalla condizione di reciprocità (art. 16 preleggi) e il possesso del permesso di soggiorno²³⁶;

²³⁴ M.J. ROE, *THE INSTITUTIONS OF CORPORATE GOVERNANCE*, Discussion Paper No. 488, Harvard Law School, Agosto 2004, op. cit., p.13.

²³⁵ *Export USA sezione Servizi Export*, in: <http://www.exportusa.us/costituzione-societa-stati-uniti.php>.

²³⁶ Per analizzare nel dettaglio questa caratteristica, consultare: <http://www.mi.camcom.it/cittadini-extracomunitari>, aggiornato al 2017.

5) l'apertura di una società in America non è subordinata ad alcun visto; allo stesso modo anche in Europa, ma per avviare una nuova impresa o espandere una già esistente in un altro paese dell'UE bisogna contattare lo sportello nazionale pertinente e scoprire quali regole si applicano in quel determinato paese, e adeguarsi al diverso sistema legislativo, che si ricorda è differente in ogni Paese Membro.²³⁷

Grazie a queste caratteristiche, si giunge alla constatazione che dare vita ad una nuova società negli USA è molto più semplice e veloce.²³⁸ Allo stesso tempo, nella Grande Mela è più agevole sviluppare finanziariamente una nuova impresa in via di sviluppo (ad es: Facebook nel 2004)²³⁹, fermo restando che è anche più rischioso l'investimento in un'impresa di questo genere. Poiché bisogna osservare entrambi i lati della medaglia. Le società italiane essendo soggette a maggiori controlli, dagli organi di vigilanza interni ed esterni, riducono il rischio per l'investitore di puntare i propri risparmi su aziende, che potrebbero andare in *defalut*.

Tuttavia, appare evidente che l'eccessivo controllo funge da agente inibitore per lo sviluppo dell'economia del Paese.

3.1.3 Populismo Americano

Una caratteristica distintiva del Paese a stelle e strisce è caratterizzata da una forte presenza di **Populismo**²⁴⁰, che instaura «una relazione diretta, non tradizionale, tra le masse e il leader, che porta a quest'ultimo sia la fedeltà delle prime, sia il loro sostegno attivo nella sua ricerca del potere, e questo in funzione della capacità carismatica del leader di mobilitare la speranza e la fiducia delle masse nella rapida realizzazione delle loro aspettative sociali nel caso in cui egli acquisti un potere sufficiente.»²⁴¹ Esso ha portato alla straordinaria rimonta e vittoria di Trump, nei confronti della Clinton²⁴², e ha fatto forti istituzioni finanziarie come *JP Morgan*.²⁴³

²³⁷ Avviare un'impresa, la tua Europa, in http://europa.eu/youreurope/business/start-grow/start-ups/index_it.htm.

²³⁸ V. MACIS, *Come aprire una società negli Stati Uniti?*, in <http://italiandistrict.com/florida/guida-residenti/come-aprire-societa-usa/>, 2015.

²³⁹ V. Par. 1.1 Facebook: la storia.

²⁴⁰ Per comprendere la storia del Populismo Americano, consultare: L.GALLESI, *Una guida per comprendere il vero populismo americano*, in <http://www.ilgiornale.it/news/spettacoli/guida-comprendere-vero-populismo-americano-1355848.html>, 26 Gennaio 2017.

²⁴¹ *Populismo*, Wikipedia, in <https://it.wikipedia.org/wiki/Populismo>, aggiornato al 27 Maggio 2017.

²⁴² T. BONAZZI, *Un populismo molto americano*, in *la Rivista il Mulino*, n. 1/2017, pp. 91-99.

²⁴³ M.J. ROE, *THE INSTITUTIONS OF CORPORATE GOVERNANCE*, Discussion Paper No. 488, Harvard Law School, Agosto 2004, op. cit., p. 18.

Questo comporta una maggiore tendenza verso le novità, e un maggiore successo da parte di rappresentazioni soggette ad attrazione populistica.

3.1.4 Orientamento politico

L'*orientamento politico*, anche svolge un ruolo importante nell'analisi dello sviluppo dei Big Data.

Poiché esso colpisce le istituzioni di governo, e a seconda dell'orientamento politico di governo, è palese aspettarsi differenti “aiuti economici” alle aziende con orientamenti simili. Attraverso un'analisi storica, la tendenza sembrerebbe confermare gli Stati Uniti verso la sinistra, e l'Unione Europea, complessivamente più orientati verso la destra.²⁴⁴ *Nazioni di sinistra* tenderebbero a distruggere alleanze gestionali-azionisti e promuovere attività che favoriscano i dipendenti con posti di lavoro esistenti. Tali pressioni favoriscono le imprese ad essere più concentrate.²⁴⁵

Nazioni di destra (UE negli ultimi 10 anni), invece, consente alla politica di incoraggiare l'impresa ad espandersi e impedirebbe il suo ridimensionamento quando le sue capacità sono disallineate con il mercato.²⁴⁶

Tuttavia, le recenti elezioni hanno drasticamente cambiato questa distinzione, negli Stati Uniti D'America. La grande svolta è rappresentata dall'*elezione di Donald Trump*, che rappresenta il partito Repubblicano di destra. Obama infatti era stato eletto dal Partito Democratico, di orientamento di sinistra.²⁴⁷

A prescindere dallo schieramento politico e da tutte le varie circostanze che hanno portato contrasti del popolo nelle scelte di legge di Trump (es: il caso del decreto per i musulmani, che bloccava l'ingresso negli Usa degli immigrati musulmani), non sembra essere una coincidenza lo schieramento di tutti i Big social media contro il magnate degli USA, con in prima linea il numero uno di Facebook: Mark Zuckerberg.

E' da precisare infatti, che il mondo digitale Americano, si è consolidato al massimo grazie

²⁴⁴ G. RIVA, *In Europa la sinistra è sparita: ormai è destra contro estrema destra*, in *L'Espresso*, 14 Dicembre 2016.

²⁴⁵ M.J. ROE, *THE INSTITUTIONS OF CORPORATE GOVERNANCE*, Discussion Paper No. 488, Harvard Law School, Agosto 2004, op. cit., pp. 18-19.

²⁴⁶ M.J. ROE, *THE INSTITUTIONS OF CORPORATE GOVERNANCE*, Discussion Paper No. 488, Harvard Law School, Agosto 2004, op. cit., pp. 19-21.

²⁴⁷ *Barack Obama*, Wikipedia, in https://it.wikipedia.org/wiki/Barack_Obama, aggiornato al 27 Maggio 2017.

all'*amministrazione di Barack Obama*. Otto anni fa, e più precisamente dal 2009 al 2017, il politico statunitense afroamericano, è stato presidente degli Stati Uniti d'America. Grazie ad un'alleanza strategica con i Big di Silicon Valley, quartier generale dei Big Data, egli è stato il primo presidente americano ad aver condotto le sue campagne elettorali con una *manovra digital first* e che ha aperto le porte della Casa Bianca ai big della tecnologia.²⁴⁸ Non è un caso, che ora, che non è più presidente, il suo futuro sembra destinato alla prestigiosissima carica di supervisore della Silicon Valley.²⁴⁹ L'utilizzo dei primi social media durante le sue campagne elettorali, la presenza a suo sostegno di personaggi come Bill Gates, Steve Jobs, Larry Page e Sergey Brin e le conseguenti vittorie (con post su Facebook e Twitter in primis), unito ad un favoritismo legislativo da parte del Governo Americano verso il loro sviluppo, con piena libertà d'azione, ha portato all'affermazione dei Big Data. Fenomeno, che in Europa è totalmente mancato, anche perché mancava e manca letteralmente una Silicon Valley europea. Ma Obama, non ha fatto altro che gli interessi del suo Paese, ed ora, ammirando questo successo, sarà fiero di come è cambiato il mondo.

Ma cosa lega politica e mondo digitale? Innanzitutto non si vincono le elezioni (e non si gestisce il potere) senza il dominio della vita digitale. Poi, la crescita sempre più rapida della nuova economia digitale (vi è stata una crescita di Silicon Valley da zero a 100 miliardi in pochissimo tempo), è stata la molla esistenziale ed economica dei vari nerd privi di scrupoli che hanno infranto tutte le regole più consolidate delle borse valori di tutto il mondo.²⁵⁰ L'alleanza con la politica è quindi apparsa come una possibile scorciatoia per diventare più ricchi in modo ancora più veloce.

Dunque, con *Trump* c'è stata un'*inversione di tendenza*, al punto che la lobby della Silicon Valley si vede disarmata, essendosi spezzata quella catena di comando che dai quartier generali californiani dei colossi del *tech* arrivava direttamente nelle stanze della Commissione o del Parlamento europeo attraverso la Casa Bianca e il Dipartimento di Stato.²⁵¹

²⁴⁸ L. BENFATTO, *Il futuro di Obama? Superconsulente della Silicon Valley*, in *Il Sole 24 Ore sezione Mondo*, 27 Ottobre 2016.

²⁴⁹ M. HILTZIK, *President Obama schools Silicon Valley CEOs on why government is not like business*, in *Los Angeles Times*, 17 Ottobre 2016.

²⁵⁰ V. Par 1.1 Facebook: la storia, facendo particolare riferimento alla quotazione in borsa di Facebook.

²⁵¹ A. D' ARGENIO, *E ora Bruxelles fa tremare la lobby della Silicon Valley rimasta orfana di Obama*, in *Repubblica.it sezione Economia e Finanza con Bloomberg*, in http://www.repubblica.it/economia/2017/05/05/news/e_ora_bruelles_fa_tremare_la_lobby_della_silicon_valley_rimasta_orfana_di_obama-164654121/, 5 Maggio 2017.

In un'intervista, di recente, l'alto funzionario della Commissione UE, esperto in aiuti di Stato esclamava: «*Mi creda, noi non guardiamo alla nazionalità di un'azienda, colpiamo se non rispetta le regole europee a prescindere dal suo passaporto*». Dichiarazione, che lasciava intendere il ruolo marginale della politica. Invece la politica a Bruxelles esiste e come.

Per questo ora che alla Casa Bianca non c'è più Barack Obama *la Silicon Valley* (Facebook, Apple, Google e Amazon in particolare) *trema*.

A Bruxelles sono finiti i tempi in cui i CEO californiani erano in contatto diretto con la Casa Bianca, e poi tramite il Dipartimento di Stato facevano arrivare le direttive direttamente alla rappresentanza americana presso l'Unione Europea a Bruxelles. Bisogna poi considerare, gli Stati Uniti non hanno ancora nominato un nuovo rappresentante presso la UE, a Bruxelles. E sarà necessario del tempo prima che avvenga. I rapporti sembra si siano incrinati ancora di più dopo l'incontro della NATO, lo scorso 25 Maggio 2017 a Bruxelles. Qui, Trump aveva dichiarato, con un Tweet tra l'altro, che: «*abbiamo un deficit commerciale enorme con la Germania, inoltre paga molto meno di quanto dovrebbe alla Nato e in (spese) militari. Terribile per gli Stati Uniti. Questo cambierà.*»²⁵² Dura la reazione della cancelliera tedesca Angela Merkel, che dopo aver mantenuto le distanze dal numero uno statunitense durante il G7 a Taormina il 26 e 27 Maggio 2017, ha rotto gli indugi e, partecipando a un comizio in Baviera, ha annunciato la svolta: «*I tempi in cui potevamo fare pienamente affidamento sugli altri sono passati da un bel pezzo: questo l'ho capito negli ultimi giorni. Bisogna mantenere relazioni amichevoli con Usa, Gran Bretagna e Russia, ma è con Parigi che bisogna coltivare una relazione speciale. Noi europei dobbiamo prendere il nostro destino nelle nostre mani.*»²⁵³ Dichiarazione che esplicita una palese e voluta distanza tra UE e USA e una consapevolezza da parte dell'Europa, che non siamo più obbligati a dipendere da quel Paese che per anni hanno dettato legge nella nostra comunità. Queste parole sembrano essere accettate dalla maggior parte dei numeri uno dell'Unione Europea, il che non aiuta di certo le aziende americane che con l'Europa, e in particolare la Commissione UE, hanno a che fare ogni giorno.

Basti pensare che *Google* nel 2016 ha speso più di 4 milioni per le attività di lobby a Bruxelles, il 240% in più rispetto al 2014. *Amazon* ha investito sulla capitale europea 1,7 milioni, *Facebook* un milione. Del resto, ci sono in gioco tanti privilegi. In primis, gli aiuti di Stato, sui quali l'attuale commissario UE Margrethe Vestager stringe la morsa. Il 30 Agosto 2016, ha comminato ad Apple una multa di 13 miliardi per i vantaggi fiscali illegali in Irlanda a scapito

²⁵² REDAZIONE ONLINE, *Trump attacca di nuovo la Germania su commercio e spese Nato*, in *Il Sole 24 Ore sezione Mondo*, 30 Maggio 2017.

²⁵³ A. FARRUGGIA, *Strappo Europa-Usa, Merkel contro Trump: di lui non mi fido*, in <http://www.quotidiano.net/esteri/merkel-trump-1.3157724>, 29 Maggio 2017.

degli altri paesi dell'Unione²⁵⁴; ed il 18 Maggio 2017, una multa di 110 milioni di euro per informazioni fuorvianti riguardo l'acquisto di WhatsApp.²⁵⁵

E di cronaca attuale la ribellione legale a tutto il mondo dei Big Data, con una moltitudine di cause in corso per abuso di posizione dominante, violazione della privacy, limiti di concentrazione, limitazioni della concorrenza e vantaggi fiscali.²⁵⁶ Per quanto riguarda la prima multa (Apple), essa risale al mandato di Obama, il quale nei suoi 8 anni di presidenza ha attaccato l'Europa in rarissime occasioni ma sempre e solo per difendere gli amici dell'industria californiana. Ecco perché in California c'è un timore generale, con la preoccupazione che, senza la grande catena di comando garantita da Obama e con un Presidente attuale che non auspica previsioni positive, il peggio debba ancora arrivare.

3.1.5 Sovranità, struttura e approccio legislativo

Rilevante caratteristica che differenzia le due fazioni è l'essenza compositiva, che determina una differente *sovranità*.

La denominazione di Stati Federati degli *Stati Uniti D'America* indica l'entità amministrative nei quali sono suddivisi.²⁵⁷ Essi sono cinquanta entità subnazionali federali (46 stati e 4 Commonwealth) che compongono la federazione, insieme anche con il District of Columbia e gli altri territori. I singoli governi statali e il governo federale condividono la sovranità, dal momento che un cittadino statunitense è allo stesso tempo cittadino del suo Stato di residenza e dell'entità federale. La cittadinanza a livello locale non è rigida, non sono richieste autorizzazioni per un eventuale cambiamento, e la circolazione delle persone da uno Stato all'altro è libera (eccezion fatta per i condannati messi in libertà condizionale). La Costituzione degli Stati Uniti è bilanciata dal punto di vista del potere tra i due livelli di governo, quello federale e statale. Ratificando la Costituzione, ogni Stato trasferisce al governo centrale una parte della sovranità e dei suoi poteri, concorda di dividerne alcuni, e mantiene la sovranità su altri (in genere quelli che riguardano l'educazione, la salute, i trasporti e le infrastrutture). La Costituzione Americana è cambiata notevolmente nel tempo, con una tendenza al centralismo, supportata principalmente dai sostenitori del federalismo. Ogni Stato ha una sua Costituzione

²⁵⁴ B. ROMANO, *La Ue: Apple deve risarcire 13 miliardi per vantaggi fiscali illegali in Irlanda. Cook: effetti negativi su investimenti e lavoro*, in *Il Sole 24 Ore sezione Finanza & Mercati*, 30 Maggio 2016.

²⁵⁵ V. Par 2.1 Il caso Facebook.

²⁵⁶ Cfr. con Par 2.1 Il caso Facebook e Par 2.2 Il caso Google e Par 2.3 il caso Amazon e ss.

²⁵⁷ *Stati federati degli Stati Uniti d'America*, Wikipedia, in https://it.wikipedia.org/wiki/Stati_federati_degli_Stati_Uniti_d%27America, aggiornato al 21 Maggio 2017.

scritta, un suo sistema di governo e un suo codice di leggi. Le differenze tra le normative dei vari Stati possono essere notevoli, anche in materie importanti come proprietà, salute, istruzione e diritto penale. In ogni Stato, la massima autorità è il Governatore, eletto direttamente. Tutti gli Stati hanno un organo legislativo (bicamerale in tutti tranne che in Nebraska, dove vige un parlamento monocamerale), i cui membri rappresentano gli elettori dello Stato. Infine, ogni stato ha un suo sistema giudiziario che, in genere, parte da un livello inferiore, costituito dai tribunali di contea e arriva fino ad una corte suprema statale (le denominazioni delle corti variano). In certi stati i giudici vengono eletti, in altri sono nominati, come accade nel sistema federale. La moneta unica dei 50 Stati è il dollaro statunitense, che è tra l'altro anche ampiamente utilizzata al di fuori delle mura degli USA.

L'Unione Europea (UE) è un'organizzazione internazionale politica ed economica a carattere sovranazionale, che comprende 28 paesi membri indipendenti e democratici.²⁵⁸ La sua nascita risale al trattato di Maastricht del 7 febbraio 1992 (entrato in vigore il 1° novembre 1993), punto di arrivo di un lungo percorso intrapreso dagli stati aderenti, attraverso la costituzione di differenti Comunità Europee e la stipulazione di numerosi trattati. Essa garantisce la libera circolazione di persone, merci, servizi e capitali all'interno del suo territorio attraverso un mercato europeo comune e la cittadinanza dell'Unione Europea, promuove la pace, i valori e il benessere dei suoi popoli, lotta contro l'esclusione sociale e la discriminazione, favorisce il progresso scientifico e tecnologico e mira alla stabilità politica, alla crescita economica e alla coesione sociale e territoriale tra gli stati membri, cercando di attenuare le differenze socio-economiche tra i vari stati membri e incrementarne il benessere socio-economico. Le politiche di unione economica e monetaria dell'Unione Europea hanno portato nel 1999 all'introduzione di una moneta unica, l'euro, attualmente adottato da 19 stati dell'Unione, che formano la cosiddetta Eurozona, con una politica monetaria comune regolata dalla Banca Centrale Europea (BCE). Per cui i singoli Stati dell'UE hanno ceduto la loro sovranità monetaria alla BCE. Quindi l'Unione è caratterizzata da una zona di libero mercato, detto mercato comune (unione economica), e delineata in parte da una moneta unica, l'euro, regolamentata dalla BCE e attualmente adottata da 19 dei 28 stati membri (unione monetaria); essa presenta inoltre un'unione doganale nata già con il trattato di Roma del 1957, ma completata fra i paesi aderenti agli accordi di Schengen, che garantiscono ai loro cittadini libertà di movimento, lavoro e investimento all'interno degli stati membri. L'Unione Europea è rappresentata, inoltre, da una comune politica agricola, commerciale e della pesca. Sono presenti anche dei meccanismi di

²⁵⁸ *Unione europea*, Wikipedia, in https://it.wikipedia.org/wiki/Unione_europea, aggiornato al 29 Maggio 2017.

coordinamento dell'UE sulla politica estera e di difesa. Ogni Stato possiede una propria Costituzione indipendente, ma per realizzare gli obiettivi stabiliti nei trattati, l'UE adotta diversi tipi di atti legislativi, che possono essere vincolanti o non, e applicati in tutti i Paesi Membri o meno.²⁵⁹ Alcuni si applicano in tutti i paesi dell'UE, altri solo in alcuni di essi. L'Unione Europea può emettere o pronunciare:

1) un regolamento, che è un atto legislativo vincolante e deve essere applicato in tutti i suoi elementi nell'intera Unione europea.

2) una direttiva è un atto legislativo che stabilisce un obiettivo che tutti i paesi dell'UE devono realizzare. Tuttavia, spetta ai singoli paesi definire attraverso disposizioni nazionali come tali obiettivi vadano raggiunti.

3) una decisione è vincolante per i suoi destinatari (ad esempio un paese dell'UE o una singola impresa) ed è direttamente applicabile.

4) una raccomandazione non è vincolante. Essa consente alle istituzioni europee di rendere note le loro posizioni e di suggerire linee di azione senza imporre obblighi giuridici a carico dei destinatari.

5) un parere è uno strumento che permette alle istituzioni europee di esprimere la loro posizione senza imporre obblighi giuridici ai destinatari. Esso non è vincolante.

L'Unione Europea ha quindi competenze esclusive e competenze che condivide con i suoi Stati membri.²⁶⁰

Questo differente **approccio legislativo**, comporta differenti iter di insediamento, riguardo alle novità sviluppate dalla tecnologia di un'impresa all'interno del mercato. Un'idea concreta e tecnologica di successo negli **USA**, è fondata e spinta dalla Silicon Valley; è appoggiata da gran parte della popolazione, per poi svilupparsi grazie all'onda populista e diventare di uso comune, una vera e propria tendenza o necessità. Essa riesce a svilupparsi rapidamente in tutta l'America grazie al complesso delle Federazioni. Giunge in Europa, a causa del legame imprescindibile

²⁵⁹ Unione europea - Regolamenti, direttive e altri atti, in https://europa.eu/european-union/eu-law/legal-acts_it, aggiornato all' 1 Giugno 2017.

²⁶⁰ Unione europea – Affari istituzionali, in http://eur-lex.europa.eu/summary/chapter/institutional_affairs.html?root_default=SUM_1_CODED%3D01&locale=it, aggiornato al 2017.

che lega le due controparti, e dell'incessante bisogno, fino a pochi anni fa, di interazione dell'UE con gli Stati Uniti per la crescita. L'idea diventa un business di successo. In *Europa*, questo non avviene, perché spesso un'idea si trova in contrasto con una sua simile (americana) che ne limita il suo sviluppo, e ancor prima, essa spesso non riesce a svilupparsi nei soli altri Paesi Membri dell'Europa, per via dei vari accordi riguardo all'insediamento che il Paese natale dell'innovazione dovrebbe stringere con i governi degli altri Paesi. Il vincolo della sovranità monetaria, tra l'altro non permette finanziamenti verso "un'azienda prediletta". Qualsiasi azienda con buone prospettive della Silicon Valley è spinta dal governo americano. Un'ipotetica azienda italiana, invece, non avrebbe lo stesso supporto da parte dell'Unione, perché si troverebbe a dover mettere d'accordo le decisioni di tutti gli altri Paesi decisori.

In ultima analisi, un complesso, caratterizzato da 50 Stati Federati (USA), quasi sempre in accordo con le proprie idee ha un potere a più ampio raggio di sviluppo per la crescita e l'affermazione di un'impresa, rispetto alla tempistica necessaria per mettere d'accordo 28 Paesi totalmente indipendenti (UE), e ognuno con differenti obiettivi e necessità. Per fornire un esempio. Quale sarebbe l'interesse dell'Italia nello sviluppo della società di e-commerce tedesca Zalando? O meglio quale sarebbe il suo vantaggio? Ma forse il problema risiede a monte, nell'idea di Unione Europea che tanto unita non è, nella contrapposizione tra i vari Stati Europei, in cui alcuni Paesi cercano sempre e comunque di primeggiare a discapito di altri, altri non rispettano e condividono l'Unione di cui fanno parte (es: Brexit), altri ancora traggono svantaggio dalle sventure altrui (es: caso banche tedesche nei confronti della crisi greca). Tutto questo è contrapposto alla completa armonia statunitense, che vede nell'affermazione di Facebook, motivo di orgoglio di un continente intero.

3.2 Scenario mondiale

Giunti a questo punto, nel vagliare la possibile soluzione a questo conflitto, che potrebbe estendersi oltre i confini dei due continenti (America e Europa), risulta necessario comprendere il ruolo delle altre potenze mondiali. Dal loro esame, infatti, è possibile estrapolare informazioni favorevoli circa le proporzioni e la rilevanza della terza guerra "digitale" e possibili analogie derivanti dai loro comportamenti nei confronti dei social media americani, da collegare alla nostra situazione attuale.

3.2.1 Cina e Asia

Nel considerare l'Asia, ci baseremo sulla Cina, che rappresenta il suo fulcro. La **Repubblica Popolare Cinese** è uno Stato sovrano situato nell'Asia orientale e il più popolato del mondo, con una popolazione di oltre 1,375 miliardi di persone.²⁶¹ La Cina è una Repubblica popolare in cui il potere è esercitato dal solo Partito Comunista Cinese. Il governo ha sede nella capitale Pechino ed esercita la propria giurisdizione su ventidue province. Nel 2014 è diventata ufficialmente la prima economia mondiale, superando il primato degli Usa che durava dal 1872.²⁶²

Dopo la recente crisi che ha investito il potente Paese Asiatico, il segretario generale del partito comunista cinese, **Xi Jinping**, ha compreso l'importanza di aprirsi al mondo, sotto tutti i punti di vista per poter mantenere i risultati da leader e durante il discorso di apertura del *World Economic Forum* a Davos a inizio anno, ha parlato di globalizzazione, difendendola così: «È come il tesoro di Alibaba, ma adesso è vista come il vaso di Pandora.»²⁶³ Quindi, di fronte alle pulsioni protezionistiche che investono l'Occidente, il Partito comunista cinese rifiuta questa forma di mercato e difende a spada tratta il libero mercato. «C'era un'epoca in cui anche la Cina era dubbiosa sulla globalizzazione» ha detto Xi, «ma siamo arrivati alla conclusione che l'integrazione è una tendenza storica, bisogna nuotare nel vasto mare del mercato globale. Così abbiamo avuto coraggio e ci siamo buttati, abbiamo incontrato tempeste ma abbiamo imparato a nuotare. Ogni tentativo di costringere questo mare in torrenti e fiumi è impossibile. Non si può scappare dall'oceano. Il protezionismo è come chiudersi in una stanza buia». La Cina di oggi non “si contiene”, ma si apre al mondo.

Ma non è proprio così, perché la Cina che abbiamo ammirato in questi anni, è un Paese che ha mirato alla crescita delle proprie imprese attraverso un ingente aiuto da parte del più grande investitore, che in molte nazioni manca del tutto: lo Stato. La Cina che ha raggiunto le vette del ranking mondiale; è quel Paese che faceva e fa dell'esportazione e del commercio internazionale materie prime per il suo vantaggio competitivo, non permettendo a nessuno di intaccare il ruolo delle sue aziende, e anzi sviluppandole sempre di più, traendo spunti e suggerimenti dalla tecnologia che proveniva dall'Occidente.

²⁶¹ Cina, Wikipedia, in <https://it.wikipedia.org/wiki/Cina>, aggiornato al 30 Maggio 2017.

²⁶² REDAZIONE, *È ufficiale: Cina sorpassa Usa, prima economia al mondo*, in *Wall Street Italia*, in <http://www.wallstreetitalia.com/ufficiale-cina-sorpassa-usa-prima-economia-al-mondo/>, 4 Dicembre 2014.

²⁶³ G. BATTAGLIA, *Globalizzazione, il presidente cinese la elogia e sfida Trump: “Protezionismo è come chiudersi in una stanza buia”*, in *Il Fatto Quotidiano sezione Economia*, 17 Gennaio 2017.

In questa situazione, quindi, Pechino imita gli USA per sviluppare le sue vie digitali, e non quelle Americane.²⁶⁴ L'obiettivo cinese è di sviluppare tutti i servizi Internet del Paese, ma senza perdere il controllo politico sulla popolazione.

Che ruolo hanno i principali **Big Data** in questo contesto? Sono soggetti a **censure**. *Facebook*, *Google* e *Amazon* non sono utilizzati in Cina, per via di scelte governative, che, tra le altre, seguono una strategia diretta allo sviluppo di aziende interne, piuttosto che arricchire le imprese della Grande Mela.

In Cina, *Facebook* è censurato in toto, o meglio bandito, dal 2009. *Google* è sostituito dal motore di ricerca cinese *Baidu*; *Amazon* dal sito di e-commerce cinese, ormai colosso mondiale *Alibaba*; *WhatsApp* da *Wechat* *Tencent*. I tre colossi internet “made in China” compongono l'acronimo **BAT** (**B**aidu, **A**libaba e **T**encent), che in meno di dieci anni hanno conquistato nel complesso 1,8 miliardi di utenti. Un successo straordinario che pone queste imprese, oggi, ad esercitare una rilevante e crescente influenza sulle scelte dei consumatori, sull'e-commerce, sulla finanza, sulla produzione manifatturiera e sull'economia nel suo insieme.²⁶⁵ Non è un caso che il numero uno di Alibaba, *Jack Ma*, sia riuscito in pochi anni a diventare la persona più ricca del Tech Business della Cina intera, con un patrimonio di 31,4 miliardi di dollari.²⁶⁶ Secondo i consulenti di *Pictet Asset Management* (gruppo bancario specializzato nella gestione dei patrimoni e di asset management), quando il governo cinese ha deciso di concedere cinque licenze bancarie nel 2015, Baidu, Tencent e Alibaba hanno risposto “presente”. Tencent, holding cinese che gestisce varie aziende, anche digitali, tra cui WeChat²⁶⁷, ha acquisito una partecipazione del 30% in WeBank mentre Alibaba oggi controlla MYbank, la prima banca online in Cina, che sta sviluppando una tecnologia di pagamento basata sui “selfie”, usando metodi di riconoscimento facciale. Alibaba, tra l'altro, è attivissima nel settore finanziario, fornendo credito ai consumatori e alle imprese. Si può affermare che la vera rivoluzione tecnologica sta avvenendo in Cina.

²⁶⁴ F. VITALI GENTILINI, *Pechino imita gli USA per sviluppare le sue vie digitali*, in <http://www.limesonline.com/cartaceo/pechino-imita-gli-usa-per-sviluppare-le-sue-vie-digitali?prv=true>, 25 Gennaio 2017.

²⁶⁵ FINANCE LOUNGE, *L'ombra BAT (Baidu, Alibaba, Tencent) su e-commerce e finanza*, in <http://www.financialounge.com/azienda/pictet/news/lombra-bat-baidu-alibaba-tencent-commerce-finanza/>, 15 Aprile 2016.

²⁶⁶ FORBES PROFILE, *JACK MA*, in *Forbes*, in <https://www.forbes.com/profile/jack-ma/>, aggiornato al 2 Giugno 2017.

²⁶⁷ Cfr. con sito ufficiale *Tencent*, in <https://www.tencent.com/en-us/index.html>, aggiornato al 2017.

Andando per ordine.

Facebook, come detto, è stato letteralmente “bandito” dalle reti cinesi a partire dal 2009, dopo una ribellione della popolazione Urumqi, i cui attivisti avevano utilizzato il social per comunicare e organizzarsi.²⁶⁸ Il 2009 è stato tra l’altro l’anno di esplosione del social network americano, che quindi non ha mai avuto modo di potersi affermare ai massimi livelli in Oriente. Ma a fine 2016, il numero uno del colosso americano, ha intrapreso delle trattative con il governo cinese per poter rientrare nel mercato. Facebook è così determinato a entrare nel mercato cinese che si sta organizzando per soddisfare il requisito principale: un solido impegno a favore della censura.²⁶⁹ Il *New York Times* rivela che gli uomini di Mark hanno sviluppato uno strumento per nascondere determinati contenuti in determinate aree geografiche, con risultati positivi provenienti dalle prove già effettuate in Pakistan, Russia e Turchia²⁷⁰, nella speranza di rassicurare le autorità cinesi. Citando fonti dell’azienda che vogliono rimanere anonime, il quotidiano dichiara che un team di progettisti, guidato dal vicepresidente Vaughn Smith, sta lavorando su un software capace di controllare le notizie e i contenuti, che possono arrivare nel feed degli utenti. Lo strumento si basa, almeno in parte, sulla provenienza geografica e potrà essere usato per nascondere e censurare, la pubblicazione di alcuni contenuti. Se non puoi combatterli, alleati con loro. E’ con questo spirito che Mark sta lavorando per il grande ritorno in Cina, per riconquistare l’enorme mercato di utenti, quasi un miliardo e mezzo²⁷¹, con gli occhi a mandorla. Il CEO di Facebook sta avviando una vera e propria “operazione simpatia” già da tempo, muovendosi per ingraziarsi i leader del Paese, con visite di cortesia anche al presidente Xi Jinping e aggiornandosi sulle continue evoluzioni del Paese Orientale. Comunque, non è sicuro che il colosso di Menlo Park riesca, una volta entrato, a conquistare tutto il mercato di utenti cinese, soprattutto per la concorrenza di WeChat, che si sta affermando come potenza nazionale e non. Per fare un semplice confronto. Facebook ha chiuso il 2016 con la registrazione di 1,86 miliardi di utenti al mese, con due iscritti su tre che utilizzano la piattaforma social ogni giorno.²⁷² **WeChat**, invece, che è il social media più diffuso e utilizzato in Cina, conta ben 762 milioni di utilizzatori attivi a maggio 2016 e controllarli,

²⁶⁸ M. ROVELLI, *Facebook vuole tornare in Cina a tutti i costi: anche con la censura?*, in *Corriere della Sera*, 25 Novembre 2016.

²⁶⁹ J. HORWITZ, *Facebook è pronto alla censura pur di entrare in Cina*, in <https://www.internazionale.it/notizie/josh-horwitz/2016/11/29/facebook-censura-cina>, 29 Novembre 2016.

²⁷⁰ M. ISAAC, *Facebook Said to Create Censorship Tool to Get Back Into China*, in *The New York Times*, 22 Novembre 2016.

²⁷¹ Per l’esattezza 1.388.232.692 di abitanti, in <http://www.populationpyramid.net/it/cina/2017/>, aggiornato al 2 Giugno 2017.

²⁷² Dati tratti da http://www.repubblica.it/economia/2017/02/01/news/facebook_chiude_il_2016_oltre_le_attese_1_86_miliardi_di_utenti_al_mese-157400216/, 1 Febbraio 2017.

anche per la security, è molto impegnativo. La cifra, che equivale quasi alla metà della popolazione cinese e un po' meno della metà degli utenti attivi di Facebook, rende WeChat un vero e proprio colosso a livello mondiale.²⁷³

Questi numeri rendono troppo appetibile e incentivante la sfida lanciata dallo spietato Mark Zuckerberg. Avendo analizzato le vicende che hanno contraddistinto il numero uno di Facebook²⁷⁴, la perseveranza verso l'obiettivo e il desiderio di vincere e primeggiare sono da sempre sue caratteristiche distintive. E, considerando questi fattori e un mercato fertile per la diffusione del colosso americano, sembra difficile che egli distolga l'attenzione dalla realizzazione del suo progetto.

Google e Amazon sono entrambi censurati, a vantaggio dei competitors cinesi, che hanno strada libera per il loro sviluppo.

Ma rifacendoci al discorso del numero uno cinese Xi Jinping «*il protezionismo è come chiudersi in una stanza buia*», possiamo notare una certa anomalia, dato che tutta questa strategia adottata dal governo orientale sa di **protezionismo** e come. Di fatto, le autorità, censurando i Big Data americani, costringono la popolazione ad affidarsi ai servizi di aziende “*made in China*”.²⁷⁵ Favoriscono così lo sviluppo di social network, motori di ricerca, client di mail cinesi che, oltre a essere più controllati, possono contare sul primo risultato delle politiche governative sul controllo di internet. Una *posizione dominante* su un mercato di oltre 648 milioni di *internauti*.²⁷⁶

Tutta questa politica di censura è basata sul **Great Firewall o Grande Muraglia Digitale**, termine ironico per far riferimento al **Golden Shield Project**, progetto di censura e sorveglianza, che blocca dati potenzialmente sfavorevoli in entrata, provenienti dai Paesi stranieri. Il tutto gestito dal Ministero della Pubblica Sicurezza (MPS) Cinese.²⁷⁷ Il progetto è stato avviato nel 1998, entrando in funzione in via sperimentale nel novembre 2003 e definitivamente nel 2006. Riassumendo e implementando quanto detto, la lista dei siti web bloccati al momento in Cina è la seguente:

²⁷³ R. FATIGUSO, *La Cina e il dilemma di WeChat*, in *Il Sole 24 Ore*, 17 Novembre 2016.

²⁷⁴ Cfr. Par. 1.1 Facebook: la Storia, Par 1.2 Facebook: vision e mission e Par. 1.3 Facebook: sfide per il futuro.

²⁷⁵ C. ATTANASIO GHEZZI, *Cina, quando la censura diventa protezionismo*, in *Il Fatto Quotidiano*, 30 Gennaio 2015.

²⁷⁶ Navigatore della rete.

²⁷⁷ *Great Firewall*, Wikipedia, in https://it.wikipedia.org/wiki/Great_Firewall, aggiornato al 31 Maggio 2017.

Social: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Tumblr, Snapchat, Picasa, WordPress.com, Blogspot, Blogger, Flickr, SoundCloud, Google+, Google Hangouts, Hootsuite.

Apps: Google, Line, KaKao Talk.

Motori di Ricerca: Google (sia Google.com che la maggior parte delle versioni locali quali Google.com.hk, Google.fr, ecc), Duck Duck Go, diverse versioni estere di Baidu e Yahoo.

Media: The New York Times, The Wall Street Journal, The Economist Bloomberg, Reuters, LeMonde, L'Equipe, Netflix, Youtube, Vimeo, Google News, Daily Motion, molte pagine di Wikipedia, Wikileaks.

Strumenti di Lavoro: Google Drive, Google Docs, Gmail, Google Calendar (più in generale, quasi tutti i servizi Google), Dropbox, Shutterstock, iStockPhotos, WayBackMachine, Scribd, Xing, Android.

Ma esiste un modo per scavalcare la grande muraglia digitale: la **Virtual Private Network (VPN)**.

Essa è una rete di telecomunicazioni privata, instaurata tra soggetti che utilizzano²⁷⁸, basata su un software che maschera l'indirizzo IP del computer cinese, in modo tale che il PC risulti connesso in un Paese Occidentale, dove tali Big Data non sono censurati. Per cui, per assurdo, utilizzando tale software, un ragazzo che sta scrivendo su Facebook da Pechino, risulterebbe ad esempio connesso a Roma. La maggior parte dei ragazzi cinesi utilizza le VPN per seguire le vicende occidentali o essere connessi con chi utilizza i social media americani (ad es: Facebook). In aggiunta, non è difficile trovarle ed installarle, per cui negli ultimi anni sono diventate uno strumento diffusissimo in Cina, soprattutto tra i ragazzi. Si può facilmente intendere, come questo strumento cerchi di evadere le regole e norme del Partito Comunista, e sia quindi contro la legge. Di fatto, durante l'ultimo periodo è uscito allo scoperto il suo forte utilizzo. Le autorità cinesi, ovviamente, non hanno gradito l'utilizzo della VPN ed hanno deciso di renderle illegali.²⁷⁹ A partire dal 2017, l'utilizzo delle VPN all'interno della Cina è considerato un vero e proprio crimine. Questo nuovo restrittivo regolamento è stato annunciato dal Ministro dell'Industria e dell'Informazione Tecnologica Cinese. Il nuovo regolamento in materia di VPN è entrato immediatamente in vigore ed avrà efficacia sino al prossimo 31 marzo

²⁷⁸ *Virtual Private Network*, Wikipedia, in https://it.wikipedia.org/wiki/Virtual_Private_Network, aggiornato al 6 Maggio 2017.

²⁷⁹ F. VENDRAME, *La Cina rende illegali le VPN*, in <http://www.webnews.it/2017/01/25/la-cina-rende-illegali-le-vpn/>, 25 Gennaio 2017.

del 2018. Durante questo lungo intervallo di tempo c'è un grosso evento che Pechino vuole proteggere: il 19° Congresso Nazionale del Partito Comunista. Chi volesse, comunque, provare ad utilizzare le VPN, per motivi diversi da quelli elencati, dovrà farne espressamente richiesta per ricevere un eventuale autorizzazione governativa. Tuttavia, questa situazione sta diventando ancora più restrittiva. Infatti, di recente, le forze dell'ordine cinesi stanno arrivando a chiedere di visionare i telefonini durante le ispezioni ai posti di blocco autostradali e, se trovano una chat aperta di *WhatsApp* o *Telegram*, oppure un software di cifratura, che renda l'idea di una VPN, li possono anche sequestrare. E per di più se sei di etnia Uigura²⁸⁰, perché questo fa del proprietario un soggetto doppiamente pericoloso, potenzialmente sovversivo per ragioni etniche, in alcuni casi viene accreditato addirittura come possibile fenomeno di terrorismo.²⁸¹

3.2.2 Russia

La **Federazione Russa** è un paese transcontinentale, composto da 85 soggetti federali, che si estende tra l'Europa e l'Asia, rappresentando il più vasto Stato del mondo con una superficie di 17.098.242 km² (per oltre la metà quasi disabitato).²⁸² Come la Cina, è lo Stato con il maggior numero di Stati limitrofi (14) al mondo.

Essendo il principale successore dell'Unione Sovietica, la Russia continua ad essere membro permanente del Consiglio di Sicurezza delle Nazioni Unite. Possiede una forma di governo di tipo semipresidenziale, di cui il presidente è il capo di Stato ed è eletto a suffragio universale. Attualmente è governata da Vladimir Vladimirovič *Putin*. Nei primi anni del XXI secolo l'economia ha presentato tassi di crescita tra i più elevati a livello globale, tanto che la Russia è considerata un Paese dei BRICS, e una delle più grandi potenze mondiali. Con circa 144 milioni di abitanti la Russia è il nono Paese più popoloso del mondo. L'economia russa, è stata reduce da un biennio di dura recessione, ma a inizio anno sembra essere in netta ripresa, grazie alla risalita delle quotazioni del petrolio, le cui vendite finanziano quasi la metà delle entrate statali insieme a quelle del gas, nonché rappresentano i due terzi delle esportazioni. In questo modo, il governo di Mosca ha alzato le stime sul PIL di quest'anno, che comunque restano negative.

²⁸⁰ Sono un'etnia turcofona di religione islamica che vive nel nord-ovest della Cina, soprattutto nella regione autonoma dello Xinjiang, insieme ai cinesi Han, Wikipedia, in <https://it.wikipedia.org/wiki/Uiguri>, aggiornato al 30 Maggio 2017.

²⁸¹ A. DI CORINTO, *Internet, la censura cinese si spinge oltre: vietate le chat nei telefonini*, in *Repubblica.it*, in http://www.repubblica.it/tecnologia/sicurezza/2016/01/11/news/censura_cinese_smartphone-131018689/, 11 Gennaio 2016.

²⁸² *Russia*, Wikipedia, in <https://it.wikipedia.org/wiki/Russia>, aggiornato al 31 Maggio 2017.

Alla base del rallentamento della crescita dei prezzi c'è sempre l'ascesa delle quotazioni del petrolio, che stanno trainando da tempo il rublo, che nel 2017 mette a segno un rialzo contro il dollaro di quasi il 17%, passando da un cambio di inizio 2016 di 73 a uno attuale di 61. Quindi, se da un lato i prezzi del petrolio e dell'energia hanno colpito duramente le aziende russe, allo stesso tempo hanno dato all'industria alcuni dei più alti profitti nella storia recente, con il rafforzamento del rublo (tenuto sotto controllo dalle autorità governative, dopo la dura recessione) che compensa il processo.

L'ambasciatore dell'Unione Europea in Russia, Vygaudas Ušackas, di recente, ha dichiarato: *«la Russia adotta misure protezionistiche come priorità. Da poco ha adottato un'ampia serie di misure che influenzano tutti i settori economici principali, distorcendo la parità di accesso al mercato. Sembra che la Russia voglia isolare la propria economia dal commercio globale invece di integrarsi in una catena di approvvigionamento»* ha dichiarato l'ambasciatore, aggiungendo che l'UE *«è il più grande partner commerciale della Russia, che comprende il 46% del suo commercio estero.»*²⁸³

Quindi, si può notare la forte interdipendenza tra l'UE e il Paese transcontinentale e la strategia politica di quest'ultimo.

In Russia, per quanto riguarda i **Social Media**, non ci sono mai stati problemi fino a quando, il 17 Novembre 2016, si apprende la notizia della chiusura definitiva di **LinkedIn**, il social network di proprietà di Microsoft, per lo sviluppo dei contatti professionali, che conta oltre 400 milioni di utenti e che si propone di offrire soluzioni-ponte tra imprese e aspiranti lavoratori. La decisione diventa rilevante e determinante nelle ultime ore dopo una sentenza del tribunale di Mosca, aprendo le porte a possibili conseguenze per le altre piattaforme occidentali presenti nel territorio, come Twitter e Facebook.²⁸⁴ La sentenza ha scatenato numerosi proteste, dovute al timore che la Russia stia avviando una campagna di censura simile a quella della Cina.²⁸⁵ Tuttavia le autorità russe affermano che non si tratta affatto di censura, bensì dell'applicazione di una legge del 2014, ed entrata in vigore solamente a Settembre del 2016, che *«prevedeva l'obbligo, a partire da Settembre 2015, di trattare e registrare i dati personali dei cittadini russi in server collocati fisicamente sul territorio della Federazione Russa, per una questione*

²⁸³ MONDO, *Ambasciatore UE si accusa economia russa di protezionismo*, in <https://it.sputniknews.com/mondo/201705304566513-Ambasciatore-UE-si-accusa-economia-russa-protezionismo/>, 30 Maggio 2017.

²⁸⁴ G. SGAMBATI, *La Russia contro i social. Chiuso LinkedIn, paura per Facebook e Twitter*, in <http://www.tecnosocial.it/2016/11/17/la-russia-blocca-linkedin-rischio-facebook-twitter-206209/>, 17 Novembre 2016.

²⁸⁵ F. PARODI, *Mosca vieta LinkedIn. "Non vogliamo dati personali dei russi a spasso fuori dai confini nazionali"*, in <http://www.ilfoglio.it/esteri/2016/11/18/news/linkedin-russia-blocco-censura-107178/>, 18 Novembre 2016.

di tutela del cittadino e dei suoi dati personali». La negazione del Cremlino di un caso di censura, desta comunque dei sospetti. L'agente diplomatico russo Dmitry Peskov dichiara di «*agire nello stretto limite della legge*». Ma la presenza di casi di società straniere a cui è stato bloccato l'accesso, per motivi non inerenti all'applicazione di alcuna legge lascia interpretazioni differenti. Partendo dalla chiusura del sito web di informazione Wikipedia, per colpa della voce sul consumo della cannabis. Blocco poi revocato. Blocco invece permanente per i siti web YouPorn e PornHub: da Settembre 2016, infatti, è impossibile accedere a questi siti se ci si trova in Russia. Ovviamente il paragone non è perfettamente assimilabile a LinkedIn, che non è un sito di pornografia ma un servizio professionale utilizzato da milioni di utenti. Ma ciò lascia intendere la direzione del governo russo. La società di Bill Gates, proprio in difesa degli iscritti russi, ha dichiarato di voler incontrare la *Roskomnadzor*, un'agenzia del governo federale russo che si occupa di supervisionare i media, tra cui in primis internet, per discutere la questione e trovare una soluzione.

Secondo il *Wall Street Journal*, alcune grandi società di internet statunitensi, *Facebook, Twitter e Google* in prima linea, stanno adottando nuove politiche rispetto alle richieste del governo russo di censurare certi contenuti pubblicati online.²⁸⁶ Negli ultimi due anni, Roskomnadzor aveva ottenuto in diverse occasioni la collaborazione più o meno esplicita delle società di internet riguardo ad alcune richieste di censura. E' importante precisare, che tale fenomeno di censura di internet in Russia è relativamente nuovo: fino al 2012 l'uso di internet era sostanzialmente libero, ha scritto Wired. Le cose sono cominciate a cambiare con la *rielezione di Putin, nel Marzo del 2012*, a cui fecero seguito numerose grandi manifestazioni a Mosca e in altre città russe.

Infatti, l'ultimo scontro tra i Big Data Americani e Roskomnadzor è iniziato quando molti attivisti russi hanno cominciato a postare informazioni su una *manifestazione* organizzata per il 15 Gennaio 2015 da *Alexei Navalny*, il più famoso oppositore politico del Presidente russo Vladimir Putin. Inizialmente alcune società si erano piegate alle richieste di censura del governo russo. Il 23 dicembre 2014, *Facebook* ha rimosso una pagina in cui si promuoveva la manifestazione indetta da Navalny. Lo stesso giorno, la piattaforma social aveva però specificato che erano arrivate diverse altre richieste per chiudere pagine simili. Uno dei numeri uno di *Twitter*, allo stesso modo, ha rivelato che la società ha ricevuto molte richieste di rimozione dei contenuti che facevano riferimento alla stessa manifestazione. Twitter, però, non

²⁸⁶ *Facebook, Twitter e Google contro la Russia*, in <http://www.ilpost.it/2014/12/27/censura-internet-russia/>, 27 Dicembre 2014.

ha rimosso i contenuti e ha soltanto notificato agli utenti, autori delle pubblicazioni, un avviso riguardo l'interesse di Roskomnadzor a quello che avevano scritto. **Google**, invece, ha deciso di non rimuovere i video di promozione dell'evento dalla sua piattaforma YouTube. Roskomnadzor, in quella occasione, ha trattato con tutte le società ed è riuscita a far rimuovere quasi tutti i contenuti.

La censura da parte dei governi è un grosso e difficile problema per le grandi società di internet. Da un lato vi è la **forte cultura della Silicon Valley**, che è fondamentalmente libertaria e ostile alla censura. La complicità con un regime oppressivo, inoltre, rischia di danneggiare l'immagine delle società e causare una perdita di profitti, oltre che un effetto domino, che potrebbe spingere gli altri Paesi ad adottare lo stesso comportamento nei loro confronti.

D'altro canto, per queste società è molto importante continuare ad espandersi e non deludere le enormi **aspettative degli azionisti** che hanno permesso loro di quotarsi in borsa e affermarsi a livello mondiale. Espandersi significa spesso aumentare gli utenti in paesi in via di sviluppo, come Russia, Cina e Turchia (dove la scorsa primavera erano stati bloccati Twitter e YouTube per brevi periodi di tempo). Google ha chiuso alcuni uffici in Russia e potrebbe abbandonare del tutto il paese nel caso di ulteriori sanzioni economiche o di un ulteriore rafforzamento della censura sull'informazione.

Il cambio di atteggiamento di cui parla il *Wall Street Journal* potrebbe essere connesso al recente **isolamento internazionale della Russia**, provocato da una serie di ritorsioni dell'Occidente per l'annessione della Crimea e per le interferenze negli affari interni dell'Ucraina.

Tuttavia, è lecito pensare che tutto questo sia ricondotto alla perenne guerra tra Russia e Stati Uniti, ed in particolare al conflitto delle **agenzie di servizi segreti**. Non vi è alcuna dichiarazione a riguardo, ma tanti, troppi indizi, portano a riflettere, che oltre al motivo della censura, della nazionalizzazione, dello sviluppo interno dell'economia, ci sia il timore di spionaggio da parte della *Central Intelligence Agency (CIA)* americana, attraverso i loro social network, che come detto precedentemente, hanno libero accesso ai dati e alle informazioni degli utenti. A questo vanno aggiunte le notizie che legano i Big Data americani all'intelligence di Langley (Virginia)²⁸⁷.

²⁸⁷ V. Par 2.1 Il caso Facebook.

Non è un caso, quindi, che, in Russia, Facebook e Google non siano usati come in Europa e America, anzi soccombono ad aziende digitali nazionali, che sono supportate dal Cremlino, per dare ancor più giustificazione alla loro possibile chiusura, ed evitare l'accREDITAMENTO del comportamento della Russia come emulativo della Cina. Ma in realtà è così. La Russia afferma che non si tratta di censura, ma sta comprendendo che il Partito Comunista Cinese sta adottando una giusta strategia, che non lascia spazio agli stranieri e predilige la sua popolazione.

Del resto, un famoso proverbio russo recita: «*l'ospite non chiamato è peggio di un tartaro*». Un chiaro avvertimento che i Russi sono abili nel respingere gli ospiti non desiderati.²⁸⁸ Circostanze che portano a pensare a questa riflessione sono determinate dal comportamento russo nei confronti dei principali Big Data Americani (*Google, Amazon, Facebook*). **Google**, in Russia non riesce a spingersi al massimo ed è sottomessa a **Yandex**, il motore di ricerca russo, che detiene il 64 % di tutta la ricerca online nel Paese e il 61% del mercato della pubblicità online. E' importante precisare che il sito web russo non ha ricevuto tanti appoggi da parte del governo, e funziona anche perchè è nato nel 1997, un anno prima di Google, ed è stato costruito sul linguaggio e gli algoritmi russi, dando ancora oggi agli utenti risultati di ricerca rilevanti. In secondo luogo, offre con l'utilizzo di una sola *app*, una serie di servizi, che vanno dall'e-mail allo shopping, fino alle auto a noleggio con conducente, nati e pensati nell'ottica della cultura russa, e che permettono di annientare più di un solo social network americano in un solo colpo.

Infatti, **Yandex** dà filo da torcere anche ad **Amazon**, attraverso **Yandex Market** (con 19 milioni di utenti mensili), a **Uber** con **Yandex Taxi** (60% delle corse in taxi a Mosca) e a **Paypal** con **Yandex Money**. Nel maggio 2011, la società è stata quotata a New York, ottenendo 1.3 miliardi di dollari, e nel giugno del 2014 è stata quotata alla Borsa di Mosca, aprendo negli ultimi anni uffici in Cina, Francia, Germania, Paesi Bassi, Svizzera e Turchia.

Ma la preoccupazione c'è anche per gli altri *Big di Silicon Valley*. Seppure oltre l'82% dei russi usi un social network, i social principali non sono **Facebook e Twitter** ma hanno nomi esotici come **Vkontakte** (*oggi semplicemente VK*) e **Odnoklassniki** (*Ok*). Il caso di **Vk** è emblematico: a gennaio ha compiuto i suoi primi 10 anni, e ha superato i 410 milioni di profili e, secondo *The Moscow Times*, i 95 milioni di utenti mensili, con circa 150 milioni di euro di profitti. A oggi è il sito più cliccato di tutta la Russia, prima di **Yandex**, di **Youtube** e di **Odnoklassniki**, social

²⁸⁸ E. SPAGNUOLO, *Google e Facebook? In Russia non li usa nessuno*, in <https://www.wired.it/economia/business/2017/04/19/google-facebook-russia-yandex/>, 19 Aprile 2017.

apprezzato soprattutto dagli utenti con più di 35 anni (mentre VK è rivolto soprattutto alla fascia tra i 18 e i 24 anni). Secondo una ricerca dell'Università Henrich Heine di Dusseldorf, il suo successo sarebbe dovuto al fatto che i social obbediscono e agiscono in chiave del contesto culturale e un sondaggio condotto tra i giovani, che utilizzano sia VK che Facebook, ha rivelato che VK in Russia era considerato più divertente, più facile da usare e in generale più affidabile, essendo modellato secondo gli usi e i costumi russi, e non standardizzato a livello mondiale come Facebook. Gli unici dati che preoccupano sono l'uso degli *smartphones* in Russia, che nel 2021 dovrebbero passare dal 60% all'86%, dando un vantaggio a *Google*, che nel sistema operativo *Android* ha il suo punto di forza per attrarre tutte le sue altre aziende. Tuttavia, non si arriverà mai a questo punto, perché il Governo Russo sembra orientato al raggiungimento della sua strategia, e adotterà misure e interventi legislativi pur di non lasciare il via libera a quelli che loro stessi chiamano stranieri: gli Americani.

La Russia si sta accorgendo che l'avvento dei Big Data rappresenta un nuovo pozzo di petrolio per le casse dello Stato e vuole ricavare questo vantaggio senza dover attingere alle “nazioni straniere”, ma utilizzando *l'oro nero nazionale*.²⁸⁹

Confrontando tale situazione con il *Paragrafo 3.2.1: Asia e Cina*, sembra di ripercorrere il medesimo percorso con tempistiche d'azione diverse: con la Cina che ha funto da leader e la Russia da follower, e una sostanziale differenza nello strumento di utilizzo, che nel Partito Comunista Cinese è rappresentato dalla palese ed esplicita censura come giustificazione, nella Federazione Russa, tale censura è implicita nelle azioni di legge governative. Ma il risultato per entrambi i Paesi è lo stesso: non c'è futuro per il mondo digitale americano nel loro territorio.

3.2.3 Previsioni

L'11 Dicembre 2001, *la Cina* è entrata nel *WTO (World Trade Organization)*²⁹⁰, spostando il baricentro dell'economia mondiale da Occidente a Oriente e affermandosi come potenza economica mondiale.²⁹¹ In tale data infatti, la Cina è uscita dall'isolazionismo che l'aveva

²⁸⁹ R. SMOLAN – J. ERWITT, *The Human Face of Big Data*, UK, op. cit. 20 Novembre 2012.

²⁹⁰ E' un'organizzazione internazionale creata allo scopo di supervisionare numerosi accordi commerciali tra gli stati membri, Wikipedia, in https://it.wikipedia.org/wiki/Organizzazione_mondiale_del_commercio, aggiornato al 2 Giugno 2017.

²⁹¹ E. CRUDA, *Cina: tra comunismo e capitalismo*, in <http://www.lindro.it/cina-comunismo-capitalismo/>, 5 Aprile 2017.

contraddistinta fino a quel momento, ed è divenuta una delle BRICS²⁹² (maggiori economie emergenti), attuando una rivoluzione straordinaria: infatti, abbiamo visto, come la Cina, che pur si configura, ancora oggi, come una nazione comunista e allo stesso tempo capitalista, si muove, in realtà, in modo del tutto simile alla prima potenza capitalistica e economica occidentale: gli Stati Uniti. Con l'elezione del Repubblicano Donald Trump, sembra di esser giunti ad un paradosso: gli Stati Uniti, primi fautori della globalizzazione, annunciano un ripiegamento protezionistico e politiche economiche atte a garantire la produzione americana rispetto ai suoi competitor. Mentre la Cina, da sempre stata contraria alla globalizzazione, ne diventa la prima portavoce,²⁹³ non mutando il suo punto di forza di libero scambio, ed anzi in grado di mascherarlo, all'evenienza.

La Cina, infatti, sembra proteggersi dietro il muro del protezionismo, soltanto quando sente che possa favorire gli interessi nazionali, come ad esempio con l'analizzato caso dello sviluppo di imprese digitali interne. Sembra esserci stato un cambio di tendenza nei rapporti internazionali tra il primatista Paese Orientale e il resto del mondo. Il 25 Maggio 2017, dopo l'incontro della Nato a Bruxelles tra le super-potenze mondiali, è emerso un rilevante rafforzamento dei rapporti tra la Cina, rappresentata dal suo Premier Li Keqiang e l'UE, nella figura della cancelliera tedesca Angela Merkel, dovuto all'intesa sul clima e sugli accordi di Parigi, fortemente respinti dal nuovo Presidente Americano.²⁹⁴ Inoltre, vi sono tanti programmi di sviluppo cinese, come la realizzazione della "via della seta tecnologica", la *One Belt One Road*, ed altre questioni importanti sul tavolo, come il riconoscimento dello status di economia di mercato alla Cina, che interessano a Pechino per portare avanti i propri progetti di sviluppo economico. La potenza asiatica, dunque, ha molto da guadagnare da un'alleanza con l'Eurozona, e quei rapporti che sembravano ormai sopiti, o meglio sopraffatti dal Paese a stelle e strisce, sembra che possano essere stravolti. Del resto alcuni palesi accordi tra Trump e il numero uno russo Putin, segnano l'evidenza di un cambio di trend da parte dell'America, che vede nella Russia l'emblema per poter isolare il suo nuovo nemico: la Cina. Tutto volge quindi verso il primo passo di un'alleanza che può far davvero comodo sia all'UE che al Paese Comunista.

L'analisi di questi accordi è fondamentale per comprendere le previsioni circa il conflitto digitale che può emergere. E' importante considerare, che la Cina nello sviluppare internamente

²⁹² Il BRICS in economia internazionale è un'associazione di cinque paesi tra le maggiori economie emergenti. Il nome è l'acronimo delle iniziali dei cinque stati: Brasile, Russia, India, Cina, Sudafrica, Wikipedia, in <https://it.wikipedia.org/wiki/BRICS>, 2 Giugno 2017.

²⁹³ Cfr. con Par 3.2.1 Cina e Asia, con particolare riferimento al discorso di Xi Jinping.

²⁹⁴ I. D'ANGELO, *Cina-UE: oltre il clima è possibile?*, in <https://www.lindro.it/cina-ue-quale-accordo-possibile/>, 1 Giugno 2017.

le sue aziende tecnologiche, non fa affidamento solo a strategie e norme provenienti dal governo. Infatti, di recente è stato reso noto, la disposizione di un **fondo da 100 miliardi di yuan**, che equivalgono approssimativamente a 14,5 miliardi di dollari, per supportare gli investimenti sulle attività collegate ad Internet in Cina.²⁹⁵ Ad annunciarlo è stata l'agenzia di stampa locale *Xinhua*, spiegando che il Governo di Pechino intende con questa mossa aiutare il Paese a diventare sempre più importante a livello mondiale nel campo dell'online e sul mercato delle tecnologie per il Web. Una prima parte del fondo, che ammonta a circa 30 miliardi di yuan, sarebbe già stata raccolta da Icbc, China Mobile e China Unicom. In totale sarà messo a disposizione delle aziende che si avvarranno del fondo per un credito fino a 150 miliardi di yuan. Intanto il **China Internet Network Information Center**, l'ente nazionale per le informazioni sulla penetrazione di Internet nel Paese, ha pubblicato i numeri degli utenti online del Paese per il 2016, attestando una crescita sostanziosa rispetto all'anno precedente. Sale infatti a 731 milioni il numero di utenti di internet in Cina nel 2016, con un +6,2% rispetto al 2015: 42,99 milioni di utenti in più in un anno. Oltre la metà della popolazione cinese, quindi, ha oggi accesso al web (53,2%) e il 27% degli utenti internet, 201 milioni di persone, risiede nelle aree rurali. Gli ultimi dati segnano un nuovo successo dei dispositivi mobili. Nel totale, circa la metà della popolazione cinese, 659 milioni di persone, accede a Internet attraverso dispositivi mobili, con un tasso di crescita annuo di oltre il 10%. 469 milioni di persone lo scorso anno hanno effettuato pagamenti on line usando gli smartphone, il 31,2% in più rispetto al 2015. Si afferma anche il trend dell'acquisto di cibo on line: nel 2016, sono stati in 208,6 milioni i cinesi che hanno ordinato pranzi o cene utilizzando lo smartphone. Crescono anche i giganti dell'internet cinese. Alla fine del 2016, le 91 le aziende di internet che sono quotate in Cina o sui mercati stranieri 'valevano' la cifra di 5.400 miliardi di yuan (788,2 miliardi di dollari). I giganti del settore sono due: **Alipay**, la società di pagamenti mobile del sito di e-commerce **Alibaba**, ha il 54,1% del mercato, e **WeChat**, e **QQ Wallet**, che fa parte della stessa conglomerata: **Tencent**, che detiene il 37,02%.²⁹⁶ La Cina è quindi determinata e spietata nel suo obiettivo di primeggiare nel mercato mondiale su tutti i fronti, e per Facebook, Google, Amazon e gli altri Big Data americani non sembra esserci margine di entrare. Considerati questi numeri e questi fattori, l'alleanza UE e Cina sembra essere sempre meno un'utopia, a patto che

²⁹⁵ WEB, *La Cina vuole aziende più digitali: pronto un fondo da 15 mld di dollari*, in http://www.corrierecomunicazioni.it/digital/45471_la-cina-vuole-aziende-piu-digitali-pronto-un-fondo-da-15-mld-di-dollari.htm, 23 Gennaio 2017.

²⁹⁶ F. COTUGNO, *Wallet digitali e app: perché la Cina è il gigante del cashless | Analisi*, in <http://smartmoney.startupitalia.eu/economi-digitale/60361-20170508-wallet-digitali-e-app-perche-la-cina-e-il-gigante-del-cashless-analisi>, 8 Maggio 2017.

ognuno preservi i propri interessi, e che la Cina tragga gli stessi vantaggi che riceveva dal mondo americano.

Come sempre la svolta futura è rappresentata dall'elezione del Presidente americano Donald Trump, che sembra aver rotto ancora di più i rapporti, già fragili, tra USA e **Russia**.²⁹⁷ L'attacco americano con il lancio di 59 missili cruise alla base Siriana di Shayrat²⁹⁸ è il più grande scossone alle relazioni internazionali impresso dal presidente Donald Trump dal giorno della sua elezione, che è stato definito dal numero uno russo Putin come: «*un'aggressione a uno Stato Sovrano, in violazione del diritto internazionale*».²⁹⁹ Le ripercussioni sulle relazioni con la Russia sono potenzialmente enormi. E' dimostrato dall'immediato annuncio con cui Mosca ha sospeso l'accordo con gli americani per la prevenzione degli incidenti e la sicurezza nello spazio aereo siriano. Questo lascia intendere che, se prima russi e americani potevano convivere in Siria in nome della comune lotta all'Isis, ora questo non basta più per tenere i rapporti stabili tra i due Paesi. L'ennesima goccia che ha fatto traboccare il vaso è rappresentata dalla già menzionata uscita degli Stati Uniti dall'accordo di Parigi, che tra gli altri, ha creato dissenso anche negli umori dei cittadini russi, rappresentati dal suo numero uno che ha commentato la decisione come «*un'uscita, che si poteva evitare*».³⁰⁰

Non sono da meno, comunque, i rapporti ai ferri corti tra Russia e UE.

La Russia era considerata un *partner strategico* dell'UE³⁰¹ e nonostante i rapporti non idilliaci, esse dividevano un rapporto di cooperazione quotidiano, tra cui il commercio, l'energia e le questioni internazionali, ad esempio le attività di contrasto al terrorismo, la non proliferazione e il processo di pace in Medio Oriente. Le relazioni hanno subito un'inversione di tendenza negli ultimi anni, quando vi è stata l'annessione illegale della Crimea da parte della Russia nel marzo 2014 e le prove secondo cui la Russia, da allora sosteneva i combattenti separatisti nell'Ucraina orientale. Tutto questo ha provocato una crisi internazionale, che ha portato l'UE a rivedere le sue relazioni bilaterali annullando i vertici UE-Russia e sospendendo il processo

²⁹⁷ R. CASTELLETI, *Putin: "Rapporti Usa-Russia peggiorati con Trump". Poi il presidente russo vede Tillerson*, in *Repubblica.it* sezione *Estero*, in http://www.repubblica.it/esteri/2017/04/12/news/putin_rapporti_peggiorati_russia-162806115/, 12 Aprile 2017.

²⁹⁸ A. SCOTT, *Putin e Trump sono già in rotta di collisione*, in *Il Sole 24 Ore* sezione *Mondo*, 7 Aprile 2017.

²⁹⁹ G. BELARDELLI, *L'ira di Putin contro Trump: "Attacco in Siria è un'aggressione premeditata". Mosca sospende l'intesa con gli Usa su sicurezza aerea*, in http://www.huffingtonpost.it/2017/04/07/lira-di-putin-contro-trump-attacco-in-siria-e-unaggressione_a_22029862/, 7 Aprile 2017.

³⁰⁰ T. TONIUTTI, *Clima, Juncker: "Non si torna indietro da accordi Parigi". Usa: "Dialogo", ma per Putin "uscita si poteva evitare"*, in *Repubblica.it* sezione *Ambiente*, in http://www.repubblica.it/ambiente/2017/06/02/news/clima_juncker_non_si_torna_indietro_da_accordi_parigi-167030915/, 2 Giugno 2017.

³⁰¹ F. GARCÉS DE LOS FAYOS, *Note sintetiche sull'Unione europea, Russia*, in http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/it/displayFtu.html?ftuId=FTU_6.6.3.html, Marzo 2017.

di liberalizzazione dei visti e dei negoziati relativi a un accordo quadro aggiornato tra UE e Russia.

Sebbene il 20 Febbraio 2017, la Commissione UE, nelle parole del suo portavoce Jean-Claude Juncker, dichiarava di proporre al Consiglio di adottare una posizione comune, ai sensi dell'*articolo J.2 del trattato di Maastricht*³⁰², concernente gli obiettivi citati e che in base a detta posizione, si tenga conto delle priorità che seguono:³⁰³

- una maggiore partecipazione della Russia allo sviluppo del sistema di sicurezza europeo;
- appoggio al processo di democratizzazione e rispetto dei diritti umani;
- ulteriori progressi nel campo delle riforme economiche;
- promozione della partecipazione russa nell'ambito dell'ordine economico e mondiale;
- maggiore cooperazione ad esempio per quanto riguarda la prevenzione di attività illecite, la prevenzione e la gestione di crisi;
- approfondimento del dialogo per garantire che i punti di vista di entrambe le parti siano presi in considerazione tempestivamente, al livello appropriato e con l'attenzione dovuta.

E, allo stesso tempo, la concezione che l'UE sia il principale partner commerciale della Russia e la Russia sia il terzo partner commerciale dell'UE; è palese affermare che le relazioni commerciali ed economiche sono complicate da una serie di aspetti problematici. L'UE ritiene che l'adesione della Russia al WTO rappresenti un'opportunità, ma è scesa in campo al fianco degli Stati Uniti dopo l'attacco del Governo del Cremlino dopo lo scoppio della crisi in Ucraina e le conseguenti vicende che hanno condotto alla conquista illegale della Russia dei territori vicini, senza considerare affatto tutti gli accordi di pace, precedentemente stipulati. Quindi, a livello politico ed economico possiamo affermare che la Russia conferma la sua posizione di isolazionista dal mondo, che mira al suo unico e principale obiettivo: primeggiare su tutti. Possiamo leggere questa strategia dal suo piano futuro per quanto riguarda il suo mondo digitale. Le ultime riforme contro i social network americani sono orientate al progresso e

³⁰² Trattato sull'Unione Europea (92/c 191/01), Titolo v, sulle Disposizioni relative alla politica estera e di sicurezza comune, art. J.2.

³⁰³ JEAN-CLAUDE JUNCKER, *La strategia prevista dalla Commissione europea*, 20 Febbraio 2017.

all'innovazione delle imprese digitali russe, ma hanno altri obiettivi: come quello di creare un polo di sviluppo tecnologico in grado di fare concorrenza alla Silicon Valley, o meglio annientarla.³⁰⁴

Dovrebbe essere ultimato *entro il 2019* lo *Sberbank Technopark*, la cosiddetta *Silicon Valley Russa*, polo di innovazione situato a Skolkovo, che sarà sede di laboratori e campus, dedicati alla ricerca tecnologica e biomedica e alle innovazioni energetiche, nucleari e spaziali, a breve distanza da Mosca.³⁰⁵ Voluto e finanziato interamente dalla *Sberbank*, leader del settore bancario russo, ospiterà circa 10-12 mila dipendenti, impiegati nei dipartimenti di tecnologia informatica e marketing. Con 131.000 m² del complesso, la struttura è stata progettata all'avanguardia della globalizzazione e sembrerà un vero e proprio quartier generale del futuro.

Le analisi della Cina e della Russia sono fondamentali per poter sviluppare una soluzione sperimentale in merito alla possibile *terza guerra "digitale" tra Stati Uniti e Europa*. In primis, emerge che, il conflitto vedrà protagonisti in modo attivo soltanto i due Paesi interessati, essendo state prese le giuste precauzioni dalle altre potenze mondiali.

In secondo luogo, il ruolo e le azioni delle due nazioni ci hanno permesso di comprendere due fattori molto importanti, preziose per la composizione dell'ultimo capitolo:

1) Le misure adottate dai due Paesi, che hanno permesso loro di essere indipendenti dal possibile conflitto, e utilizzarle come risorse di vantaggio competitivo e sviluppo tecnologico.

2) Le strategie alla base delle misure, che sono perfettamente adattate alla struttura del Paese, ed hanno una visione ben chiara del futuro.

Sembra, infatti, emergere una speranza da parte di Cina e Russia che lo scoppio della guerra digitale avvenga per davvero, perché i Paesi a trarne un grosso vantaggio sarebbero sicuramente loro. Questo sia per il possibile indebolimento dei competitors Big Data Americani; sia per i vantaggi che riceverebbero nell'aiutare una delle due parti, come avviene in tutte le guerre mondiali.

³⁰⁴ L. MARTINO, *La Russia sfida la Silicon Valley, tra centri di innovazione e investimenti di magnati*, in <http://startupitalia.eu/65443-20161112-russia-siliconvalley-innovazione>, 12 Novembre 2016.

³⁰⁵ G. MURA, *La Silicon Valley russa firmata Zaha Hadid Architects. Il nuovo Technopark a Skolkovo pronto nel 2019*, in <http://www.tribune.com/tribnews/2016/07/1a-silicon-valley-russa-firmata-zaha-hadid-architects-il-nuovo-technopark-a-skolkovo-pronto-nel-2019/>, 31 Luglio 2016.

In via sperimentale, ci sentiamo di dire, che in questo caso, vi sarebbe una propensione d'aiuto maggiore verso l'Europa, perché il monopolio degli Stati Uniti D'America ha da sempre rappresentato un problema per i due Paesi spettatori, e da questa situazione potrebbero ristabilirsi definitivamente gli equilibri.

3.3 Soluzioni per il conflitto

In questo paragrafo sarà presentata una soluzione sperimentale alla terza guerra digitale, prendendo suggerimenti dall'intero percorso di analisi e confronti soprammenzionati. E' importante precisare, che essa deriva da un'elaborazione puramente personale e con la mera considerazione delle potenzialità ancora inesprese dall'Unione Europea, che potrebbero rappresentare un vantaggio competitivo di tipo digitale.

3.3.1 Innovazione del quadro normativo europeo

Riprendendo il *Par. 2.4: Difficoltà del caso*, possiamo comprendere come l'esito positivo del caso (a favore dell'UE) propenda anche dalla risoluzioni di tali complicazioni. Più precisamente, facendo riferimento alla prima difficoltà: *disciplina normativa riguardante l'antitrust*, possiamo notare come un cambio di rotta in tal senso da parte dell'Antitrust UE sia avvenuto.

Nel gennaio 2017, in vista dell'undicesima edizione della giornata della protezione dei dati, il Comitato della Convenzione del Consiglio d'Europa per la protezione dei dati³⁰⁶, noto anche come *Convenzione 108*, ha pubblicato alcune Linee Guida per la protezione degli individui con riguardo al trattamento dei dati personali nell'era dei Big Data («*Guidelines on the protection of individuals with regard to the processing of personal data in a world of Big Data*»), nelle quali sono precisati alcuni dei principi e delle disposizioni vigenti in materia di protezione dei

³⁰⁶ CONSIGLIO D'EUROPA, *Giornata della protezione dei dati: linee guida per proteggere le persone dietro i Big Data*, in <https://www.coe.int/it/web/portal/-/data-protection-day-guidelines-to-protect-the-people-behind-big-data>, 27 Gennaio 2017.

dati personali in relazione ai rischi specifici derivanti dall'utilizzo dei Big Data, ponendo le persone al centro dell'economia digitale mondiale.

Il 14 Marzo 2017, il Parlamento Europeo approva un testo (P8_TA(2017)0076) sulle implicazioni dei Big Data per i diritti fondamentali: privacy, protezione dei dati, non discriminazione, sicurezza e attività di contrasto, che determina le linee guida che i Paesi Membri dovranno seguire nei confronti del mondo digitale americano.³⁰⁷

Nella prima parte del testo, molto generale, si determinano i soggetti in questione:
«Il Parlamento Europeo,

*A. considerando che i **Big Data** si riferiscono alla raccolta, all'analisi e all'accumulo ricorrente di ingenti quantità di dati, compresi i dati personali, provenienti da una serie di fonti diverse, che sono oggetto di un trattamento automatizzato mediante algoritmi informatici e tecniche avanzate di trattamento dei dati, che usano sia informazioni memorizzate sia in streaming, al fine di individuare determinate correlazioni, tendenze e modelli (analisi dei Big Data).»³⁰⁸*

Si fa poi riferimento al fatto che essi rappresentino un “valore aggiunto” per i consumatori, comunque costellati da tutti i pericoli e le difficoltà, precedentemente analizzati, e alla continua evoluzione del mondo digitale:

«K. considerando che il settore dei Big Data cresce del 40 % all'anno, sette volte più velocemente del mercato delle tecnologie dell'informazione; che la concentrazione di grandi insiemi di dati prodotti dalle nuove tecnologie offre informazioni essenziali per le grandi aziende, il che innesca cambiamenti senza precedenti nei rapporti di forza tra cittadini, governi e attori privati; che tale concentrazione di poteri nelle mani delle imprese potrebbe consolidare i monopoli e le pratiche abusive nonché avere un effetto dannoso sui diritti dei consumatori e su un'equa concorrenza di mercato; che l'interesse dei singoli e la protezione dei diritti fondamentali dovrebbero essere ulteriormente analizzati nell'ambito delle fusioni di Big Data.»

³⁰⁷ E' possibile consultare il testo integrale al seguente link: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2017-0076+0+DOC+XML+V0//IT>, aggiornato al 24 Marzo 2017.

³⁰⁸ Si ricorda che il testo è stato estrapolato nella sua essenza, e nella parti principalmente interessate per la tesi in questione.

La prima parte del testo conclude con una soluzione implicita:

«R. considerando che è opportuno favorire una maggiore cooperazione e coerenza tra le varie autorità di regolamentazione e di vigilanza della concorrenza, di tutela dei consumatori e di protezione dei dati a livello nazionale e dell'UE, al fine di garantire un approccio coerente alle implicazioni dei Big Data per i diritti fondamentali e la loro comprensione; che l'istituzione e l'ulteriore sviluppo di una struttura di coordinamento digitale (Digital Clearing House), in qualità di rete volontaria di organismi di contrasto, può contribuire a migliorarne le operazioni e le rispettive attività di contrasto nonché aiutare a rafforzare le sinergie e la tutela dei diritti e degli interessi degli individui;»

La seconda e la terza parte del testo è composta da una serie di direttive e di soluzioni in differenti campi interessati:

Condizioni generali:

«4. sottolinea che la scarsa conoscenza e comprensione da parte dei singoli della natura dei Big Data consente l'utilizzo di informazioni personali in modi non intenzionali; rileva che la formazione e la sensibilizzazione sui diritti fondamentali sono estremamente urgenti nell'Unione; esorta le istituzioni dell'UE e gli Stati membri a investire nell'alfabetizzazione digitale e nella sensibilizzazione in merito ai diritti digitali, alla privacy e alla protezione dei dati tra i cittadini, compresi i minori; sottolinea che questo tipo di formazione dovrebbe contemplare la conoscenza dei principi o delle logiche di funzionamento degli algoritmi e dei processi decisionali automatizzati nonché del modo per interpretarli in maniera significativa; evidenzia inoltre la necessità di formare promuovendo la conoscenza dei luoghi e delle modalità di raccolta dei flussi di dati (ossia web scraping, combinazione dei dati di streaming con i dati delle reti sociali e dei dispositivi collegati e aggregazione degli stessi in un nuovo flusso di dati);»

Privacy e protezione dei dati:

«11. riconosce che applicando la pseudonimizzazione, l'anonimizzazione o la crittografia ai dati personali è possibile ridurre i rischi per gli interessati quando i dati personali sono utilizzati in applicazioni di Big Data; sottolinea inoltre i vantaggi della pseudonimizzazione prevista dal regolamento generale sulla protezione dei dati, quale misura di sicurezza adeguata; ricorda che l'anonimizzazione è un processo irreversibile in virtù del quale i dati personali non possono più essere utilizzati da soli per identificare o isolare una persona fisica;

è del parere che gli obblighi contrattuali dovrebbero garantire che i dati anonimi siano reidentificati per mezzo di correlazioni aggiuntive che mettano insieme fonti di dati diverse; invita il settore pubblico e quello privato, come pure gli altri attori coinvolti nell'analisi dei Big Data a riesaminare periodicamente tali rischi alla luce delle nuove tecnologie e a documentare l'adeguatezza delle misure adottate; chiede alla Commissione, al Comitato europeo per la protezione dei dati e alle altre autorità di controllo indipendenti di elaborare orientamenti sulle modalità per rendere anonimi tali dati in modo adeguato, onde evitare abusi futuri di tali misure e monitorare le prassi;»

«29. sottolinea la necessità di linee guida e sistemi da integrare nelle gare pubbliche per i modelli, gli strumenti e i programmi di trattamento dei dati basati sui Big Data per fini di contrasto, onde garantire che il codice sottostante possa essere e sia controllato dalle stesse autorità di contrasto prima dell'acquisto finale e possano esserne verificate l'idoneità, la correttezza e la sicurezza, tenendo presente che la trasparenza e la responsabilità sono limitate dal software proprietario; evidenzia che taluni modelli di polizia predittiva sono più rispettosi della privacy di altri, per esempio laddove le previsioni probabilistiche sono effettuate su luoghi o eventi e non su persone singole;»

Sicurezza:

«18. ricorda che, conformemente all'articolo 15 della direttiva 2001/31/CE, gli Stati membri non impongono ai prestatori dei servizi di trasmissione, memorizzazione e hosting un obbligo generale di vigilanza sulle informazioni che trasmettono o memorizzano né un obbligo generale di ricercare attivamente fatti o circostanze che indichino la presenza di attività illecite; rammenta, in particolare, che la Corte di giustizia dell'Unione europea, nelle sentenze C-360/10 e C-70/10, ha respinto le misure di "sorveglianza attiva" della quasi totalità degli utenti dei servizi interessati (fornitori di accesso a Internet in un caso, rete sociale nell'altro) e ha precisato che è vietata qualsiasi ingiunzione che imponga al prestatore di servizi di hosting una sorveglianza generale;»

«30. pone l'accento sull'assoluta necessità di proteggere le banche dati delle autorità di contrasto da violazioni della sicurezza e dall'accesso illecito, dal momento che tale questione desta preoccupazione tra i cittadini; ritiene, pertanto, che per affrontare tali rischi è necessario una cooperazione concertata ed efficace tra le autorità incaricate di contrasto, il settore privato, i governi e le autorità di controllo della protezione dei dati indipendenti; insiste sulla necessità di garantire un'adeguata sicurezza dei dati personali, a norma del regolamento (UE)

2016/679 e della direttiva (UE) 2016/680, nonché di ridurre al minimo le vulnerabilità attraverso la progettazione di banche dati protette e decentrate;»

Non discriminazione:

«20. invita la Commissione, gli Stati membri e le autorità di protezione dei dati a individuare e adottare tutte le misure opportune per ridurre al minimo la discriminazione e la mancanza di imparzialità algoritmiche, nonché a sviluppare un solido quadro etico comune per la trasparenza nel trattamento dei dati personali e nel processo decisionale automatizzato, che possa orientare l'utilizzo dei dati e guidare la costante applicazione del diritto dell'Unione;»

«32. chiede alle autorità di contrasto degli Stati membri che ricorrono all'analisi dei dati di mantenere i più elevati standard etici nell'analisi dei dati e di garantire l'intervento umano e l'assunzione di responsabilità nelle varie fasi del processo decisionale, non solo per valutare la rappresentatività, la precisione e la qualità dei dati, ma anche per stabilire l'adeguatezza di ogni decisione da adottare sulla base di tali informazioni;»

I Big Data a fini scientifici:

«23. sottolinea che le analisi dei Big Data possono essere utili per il progresso scientifico e la ricerca; ritiene che lo sviluppo e l'impiego delle analisi dei Big Data a fini scientifici dovrebbero avvenire nel debito rispetto dei valori fondamentali sanciti nella Carta dei diritti fondamentali e in conformità della vigente legislazione dell'UE in materia di protezione dei dati;»

La **Risoluzione del Parlamento Europeo** si esprime con queste linee guida, strutturate a 3 livelli, per orientare la legislazione verso la corretta e giusta direzione e far fronte a tutti i problemi verificatisi. Analizzando il testo nel suo complesso, seppur esplicito in breve, emerge l'impegno del Consiglio d'Europa, ad offrire soluzioni interpretative e innovative, in linea con l'evoluzione dei Big Data.³⁰⁹ Si nota come vi sia stata una lunga riflessione a 360 gradi sul mondo digitale, e si sia voluto trovare un chiaro quadro normativo, che possa finalmente far fronte a tutti i conflitti e le difficoltà, che hanno coinvolto i consumatori europei e i social media americani. E' un importante intervento, perché bisogna considerare che è avvenuto, nonostante tutti i vincoli posti dal quadro normativo e in passato dalla Convenzione del 28 gennaio 1981,

³⁰⁹ A. MANTELERO, *Il Consiglio d'Europa adotta le prime linee guida internazionali su Big Data e tutela dei dati personali*, in <http://www.dimt.it/index.php/it/notizie/15857-il-consiglio-d-europa-adotta-le-prime-linee-guide-internazionali-su-big-data-e-tutela-dei-dati-personali>, 21 Febbraio 2017.

n. 108³¹⁰, strumento internazionale in materia di protezione dei dati personal. Ed in questa ottica l'Unione Europea ha fatto un importante passo avanti verso l'innovazione del quadro legislativo. Questo è soltanto il primo importante step, con l'auspicio che sia seguito da ulteriori decisive e originali azioni normative, per dare la giusta impronta alla nostra Unione.

3.3.2 Mercato unico digitale in Europa

Nel *Par. 3.1.5: Sovranità, struttura e approccio legislativo*, abbiamo analizzato come un grande *gap* tra le due fazioni sia rappresentato dalla differente sovranità. In Europa, a differenza degli Stati Uniti, è difficile sviluppare un'idea e proporla e insediarla rapidamente in tutti i Paesi dell'Unione Europea, per via della differente autonomia di questi ultimi. Ancor più difficile è per il proprietario di un'impresa digitale superare i suoi confini nazionali, senza dover andare in conflitto con le diverse normative dei Paesi Membri.

A tale proposito, il 6 Maggio 2015, Bruxelles pubblica la Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni riguardo la strategia per il *mercato unico digitale in Europa* (the *Digital Single Market*).³¹¹

La strategia³¹² consiste nel piano dell'Unione Europea di creare un mercato unico digitale libero e sicuro, in cui i cittadini possano fare acquisti on-line oltre frontiera e le imprese possano vendere in tutta l'UE, qualunque sia lo Stato Membro. Essa cerca di espandere l'economia digitale dell'UE per offrire ai consumatori servizi migliori a prezzi migliori e contribuire alla crescita delle imprese.³¹³

La strategia definisce 16 azioni mirate basate su *tre pilastri*:

1) Un migliore accesso per i consumatori ai beni e servizi digitali in tutta Europa, armonizzando le norme dell'UE per l'acquisto di contenuti digitali, quali le applicazioni o i libri elettronici; riformando le norme dell'UE per le vendite online oltre frontiera e la consegna dei

³¹⁰ Ratifica ed esecuzione della Convenzione n.108 sulla protezione delle persone rispetto al trattamento automatizzato di dati di carattere personale, adottata a Strasburgo il 28 gennaio 1981.

³¹¹ COMMISSIONE EUROPEA, Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale Europeo e al Comitato delle regioni, COM(2015) 192 final, sulla Strategia per il mercato unico digitale in Europa, Bruxelles, 6 Maggio 2015.

³¹² L'attuazione della strategia proviene dalla base giuridica ben definita dall' art. 4, paragrafo 2, lettera a), e artt. 26, 27, 114 e 115, del TFUE.

³¹³ Mercato unico digitale in Europa, *Cos'è la strategia per il mercato unico digitale?*, in <http://www.consilium.europa.eu/it/policies/digital-single-market-strategy/>, aggiornato al 24 Febbraio 2017.

pacchi; migliorando la legislazione europea in materia dei diritti dei consumatori, in primis d'autore. Vi sarà poi l'introduzione di una soglia IVA comune per aiutare le start-up nel loro inserimento online. Tutto questo comporterà la fine definitiva dei c.d. *geoblocchi*, vale a dire il rifiuto dell'accesso a siti web basati in un altro paese dell'UE o l'applicazione di prezzi diversi a seconda del luogo in cui è ubicato il cliente.

2) Creare un contesto favorevole e parità di condizioni per lo sviluppo di reti digitali e servizi innovativi, riformando la normative UE sulle telecomunicazioni e i media audiovisivi. Si procederà poi ad una valutazione del ruolo delle piattaforme, con specifico riferimento alla mancanza di trasparenza nei risultati delle ricerche e alle azioni per contrastare la presenza di contenuti illeciti su internet. Infine, l'emanazione di una serie di direttive e revisioni per promuovere la fiducia nella gestione dei dati personali nel quadro dei servizi digitali, ma soltanto dopo l'entrata in vigore delle nuove norme dell'UE in materia di protezione dei dati, che verranno applicate a partire dal 25 Maggio 2018.³¹⁴

3) Promuovere e massimizzare il potenziale di crescita dell'economia digitale, costruendo un'economia basata sul libero flusso dei dati; definendo delle priorità a livello normativo e di interoperabilità, basandosi sui settori d'importanza critica, quali ad esempio quello sanitario; infine, creando un mercato unico digitale inclusivo, che prevede un nuovo piano d'azione per l'*e-government 2016-2020*, che tra le altre cose, propone di realizzare uno *spportello digitale unico*.

La necessità, oltre che per i già menzionati problemi, nasce dalla consapevolezza che i mercati online siano per lo più nazionali: solo il 15 % dei cittadini acquista online da un altro paese dell'UE e solo il 7 % delle piccole e medie imprese vende in un altro paese dell'UE.³¹⁵ La presenza di numerosi ostacoli normativi e la frammentazione del mercato comportano che i cittadini perdano di vista alcuni beni e servizi, ne acquistino altri provenienti dall'estero (magari dagli Stati Uniti), e rallentino così la crescita economica del Paese. Secondo la Commissione, un mercato unico digitale pienamente funzionante potrebbe apportare fino a **415 miliardi di euro** all'anno all'economia dell'UE.

³¹⁴ Consiglio Europeo, Riforma della Protezione dei Dati, entrata in vigore il 24 Maggio 2016, essa unifica e aggiorna le norme sulla protezione dei dati personali.

³¹⁵ Mercato unico digitale in Europa, *Perché è necessaria?*, in <http://www.consilium.europa.eu/it/policies/digital-single-market-strategy/>, aggiornato al 24 Febbraio 2017.

Dati incoraggianti, che rappresentano più che un incentivo per perseguire questa linea. In settori politici specifici, l'adozione del *cloud computing*, ad esempio, potrebbe permettere all' 80% delle organizzazioni di conseguire riduzioni dei costi tra il 10% e il 20%.³¹⁶ Altri vantaggi includono una più forte mobilità del lavoro (+46%), maggiore produttività (+41%) e maggiore normazione (+35%), nonché nuove opportunità imprenditoriali (+33%) e la nascita di nuovi mercati (32 %). Il vantaggio potrebbe essere tratto anche da quella parte della popolazione più vulnerabile (persone anziane o con scarsa mobilità), che consentendo all'UE di affrontare meglio le sfide demografiche attuali. Il mercato unico digitale Europeo è un piano che parte dalla riunione di Bruxelles dei leader UE dell'ottobre 2013, e ribadito come una priorità nel giugno 2014.³¹⁷ La svolta c'è stata il 25 e 26 giugno 2015, quando i facenti parte alla riunione hanno espresso il loro sostegno alla strategia, affermando che dovrebbe essere utilizzata per promuovere una crescita inclusiva in tutte le regioni dell'UE ed era necessaria per poter crescere agli stessi ritmi delle altre potenze mondiali.

Il tutto è iniziato con la Comunicazione della Commissione *Europa 2020* di Bruxelles il 3 Marzo 2010 (*COM(2010) 2020 definitivo*), che proponeva sette iniziative faro, tra cui *l'Agenda digitale*³¹⁸, tese a «trasformare l'UE in un'economia intelligente, sostenibile e inclusiva caratterizzata da alti livelli di occupazione, produttività e coesione sociale». L'allora Presidente della Commissione UE José Manuel Durão Barroso vedeva il 2010 come il punto di partenza per il rafforzamento dell'Unione Europea dalla crisi economica e finanziaria e la realizzazione di un importante sviluppo futuro, tra cui quello digitale, per il prossimo decennio.³¹⁹

La strategia del mercato unico digitale europeo sta procedendo, ma molto lentamente. Una svolta in tal senso è avvenuta il 13 Dicembre 2016, quando Martin Schulz, Presidente del Parlamento europeo, Robert Fico, Presidente di turno del Consiglio dell'UE, e Jean-Claude Juncker, Presidente della Commissione europea, hanno firmato per la prima volta nella storia dell'Unione una dichiarazione comune che indica gli obiettivi e le priorità dell'iter legislativo

³¹⁶ MACIEJEWSKI - DANCOURT – DIMOVA, *Ubiquità del mercato unico digitale*, in http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/it/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.4.html, Marzo 2017.

³¹⁷ Mercato unico digitale in Europa, *In sede di Consiglio Europeo*, in <http://www.consilium.europa.eu/it/policies/digital-single-market-strategy/>, aggiornato al 24 Febbraio 2017.

³¹⁸ Lo scopo dell'Agenda Digitale è sfruttare al meglio il potenziale delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione per favorire l'innovazione, la crescita economica e la competitività, in <http://www.agid.gov.it/agenda-digitale>, aggiornato al 20 Ottobre 2016.

³¹⁹ COMMISSIONE EUROPEA, *EUROPA 2020 Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva*, COM(2010) 2020 definitivo, Bruxelles, 3 Marzo 2010.

dell'UE per il 2017.³²⁰ Essa si prefigge un iter, per raggiungere risultati migliori e concreti nel più breve tempo possibile, nel 2017, dato che molti degli obiettivi prefissati nel precedente comunicato sono ancora lontani, come ad esempio la perseverante presenza di «*geoblocchi ingiustificati*».

Il mercato unico digitale europeo rappresenta più di una semplice opportunità per integrare la tecnologia, i servizi digitali dei consumatori e dei venditori e la crescita economica della nostra Unione Europea. Come ogni sfida, è necessario un grande sforzo, da parte di tutti, per raggiungere gli obiettivi desiderati. Infatti, al momento, le aspettative sono state deluse, per il fatto che i risultati non hanno raggiunto i traguardi prefissati. Tuttavia, nel 2017 sembra esserci stata una scossa, dopo un periodo di lenti cambiamenti; scossa che deve rivoluzionare gli intenti di ogni singolo Stato dell'Unione Europea, affinché la nostra comunità non sia più soltanto un insieme di tante piccole potenze digitali, ma possa affermarsi a livello mondiale, senza dover più sottostare ai servigi ed alle regole del mondo digitale americano.

3.3.3 La terza guerra digitale

Abbiamo analizzato in toto le cause e le difficoltà del caso, che potrebbero sfociare in una terza guerra mondiale, dove l'Europa combatterebbe per la prima volta contro gli Stati Uniti, e non con armi o bombe, bensì a colpi di strumenti digitali.

Il mondo digitale americano ormai fa sempre più da padrone di questo scenario in continua evoluzione. Più il globo tende verso l'innovazione e più i Big Data traggono vantaggio dall'offerta dei loro servizi, trasformandoli in veri e propri bisogni per le persone. I Big Data Americani, in particolare, contano su un mercato di riferimento maggiore di qualunque altro social media in circolazione. Abbiamo infatti notato come essi abbiano una porta sbarrata in Oriente e soprattutto in Cina, una porta semi-chiusa in Russia, ma una totalmente aperta in Europa e in America, la cui unione li eleva a potenze economiche mondiali. Essi detengono una piccola fetta di mercato anche degli altri Paesi, ma Cina e Russia hanno ben compreso le prospettive future e sono corse ai ripari, intuendo che il futuro mondiale ha il nome di tecnologia. I due Paesi, seppur in modi differenti, mirano a sviluppare i loro gioiellini interni,

³²⁰ COMMISSIONE EUROPEA - COMUNICATO STAMPA, *Dall'Unione risultati migliori in tempi più brevi: firmata dalle tre istituzioni la dichiarazione comune sulle priorità legislative dell'UE per il 2017*, Strasburgo, 13 dicembre 2016.

senza essere scalfiti da nessuno «*straniero*» e, a lanciaarli nel mondo mondiale, una volta pronti. Tale strategia adottata si prefigge questo obiettivo comune, nonostante le due potenze abbiano una struttura istituzionale completamente differente.

Quindi, una *prima chiave di lettura* ci porterebbe a pensare di cogliere tutti i *punti di forza* di entrambe le Nazioni, per poter creare una strategia vincente europea.

Tuttavia, questa prima mossa potrebbe risultare fallimentare per due semplici motivazioni:

1) L'Unione Europea non è uno Stato unico, e nessuno dei singoli Stati Membri possiede la forza e il potere di azione di Cina e Russia, essendo comunque subordinato alle normative dell'Unione Europea.

2) L'Europa potrebbe censurare i Big Data americani, tramite l'introduzione di una qualsiasi legge in materia, visti i numerosi conflitti in corso. Ma siamo così sicuri che ne trarremmo vantaggio?

A differenza di Stati Uniti, Cina e Russia, infatti, non possediamo alcuna start-up o social media che possa sostituire i servizi offerti dal mondo digitale americano, che, va detto, offrono numerosi benefici alla popolazione europea. La censura ci farebbe precipitare nell'era in cui non esistevano i computer e gli smartphone; un'era, che, seppur per molti risultava migliore, è sicuramente più difficoltosa, ponderandola in riferimento al contesto attuale in cui ci troviamo.

Non è abbastanza la tutela e la difesa dei diritti della popolazione europea da parte dell'Antitrust UE, contro il continuo stato di conflitto per gli abusi che commettono i Big Data Americani. E' sicuramente un'importante direzione per ristabilire il potere e dimostrare che sono terminati i tempi, in cui tutto era permesso o dove si necessitava della dipendenza digitale degli Stati Uniti.

Ma, in questo mondo in continua innovazione, serve proprio un'innovazione per poterci realmente difendere e reagire. Le forze e il potere economico non mancano affatto all'Unione Europea, ma è necessario adottare una strategia vincente per poter affermare la nostra economia digitale a livello mondiale.

Una prima parte di risoluzione al problema è senz'altro rappresentata *dalla continua armonizzazione e aggiornamento del quadro legislativo e normativo Europeo al mondo digitale*. Le «*Linee Guida per la protezione degli individui con riguardo al trattamento dei dati*

personali nell'era dei Big Data» rappresentano la base della costruzione dell'innovativa architettura regolamentare europea. Una base che deve essere continuamente rivista e modificata, in linea con i cambiamenti che avvengono nel contesto di riferimento. E', infatti, inutile aggiornare l'ordinamento ogni 5 o 10 anni, perché le azioni dei social media nei nostri confronti si innescano in pochi secondi, e una manovra del genere perderebbe di senso. La Commissione dovrebbe quindi rivedere le norme ogni giorno, al fine di accelerare l'applicazione dei giusti cambiamenti, quando necessario, a seconda delle situazioni poste in essere. La velocità e l'integrazione dell'iter legislativo europeo rappresentano una componente fondamentale per una possente difesa.

Il ***Mercato Unico Digitale Europeo*** è da considerarsi come una spinta determinante per rimediare al conflitto. Rappresenta una novità sia in fase difensiva che d'attacco. *Difensiva*, perché permette maggiore coesione e aggregazione tra le aziende digitali europee e maggiore sviluppo della singola, in un mercato finalmente unito, dove un'idea di successo potrà interfacciarsi con un maggior numero di sostenitori e consumatori, permettendo così di poter controbattere ai colpi dei Big Data Americani (*d'attacco*). Un'accelerata verso il completamento degli obiettivi di tale strategia risulta fondamentale, per poter offrire anche alle imprese interne un chiaro segnale di svolta. Il mercato unico europeo, comunque, non deve intendersi solo nel campo digitale, ma unico nei valori, nelle azioni, nei risultati. Se ammiriamo ad un successo di un'azienda italiana, questa deve essere motivo di orgoglio dell'Unione Europea tutta, perché è di questa Unione che fa parte.

Il *paragrafo 3.3.1: Innovazione del quadro normativo europeo* e il *paragrafo 3.3.2: Mercato unico digitale in Europa* offrono un *assist* all'evoluzione digitale dell'UE, permettendo di realizzare un *mercato fertile e corretto*, dove la concorrenza possa svilupparsi ai sensi della legge e dell'innovazione. Ma è evidente che serve di più. Come in ogni guerra, non si vince mai senza una strategia puramente d'attacco che permetta l'affermazione di una potenza nostrana. Osservando i quartier generali americani in Europa, notiamo come essi si trovino tutti in Irlanda, e più precisamente a Dublino. Questa città è considerata la ***Silicon Valley Europea***, dove sono presenti anche forti acceleratori e incubatori di start-up, che una volta diventate di successo, passano sotto gli occhi vigili del mondo digitale americano con sede a Dublino: Facebook, Google, Twitter, Apple e gli altri Big. Questo permette agli *startupper* di poter trarre vantaggio dai loro suggerimenti, ma allo stesso tempo è un colpo al cuore per l'Unione Europea, perché il più delle volte avviene quella tanto conosciuta fuga verso l'America, che non è di cervelli ma

di innovazione, perché ovviamente appare palese la presenza di un mercato ed un contesto più prosperosi per poter crescere. Tuttavia, Dublino non rappresenta il *Quartier Generale D'Europa*, perché di Europeo non ha mantenuto tante cose. L'Irlanda, infatti, accoglie tutti i Big Data Americani, oltre che per l'altissimo livello di benessere e di vita, rispetto alla media europea, soprattutto grazie al mantenimento del *corporate tax*, agevolazione fiscale che permette alle aziende straniere che investono nel Paese di pagare solo il 12,5% di tasse, di gran lunga inferiore a qualsiasi tassazione Europea. Questo fenomeno ha comportato numerosi casi, che hanno inasprito ancor di più il conflitto tra Stati Uniti e UE, come ad esempio la comminazione della multa di 13 miliardi ad Apple, per i vantaggi fiscali illegali in Irlanda a discapito degli altri paesi dell'Unione.³²¹ Questi comportamenti mirano quindi agli interessi individuali del Paese e non sono di certo da intendersi come europei, non aiutando affatto la nostra comunità nel processo di crescita digitale.

L'idea di una *Silicon Valley Europea* è comunque uno straordinario progetto; traendo spunto, infatti, anche dalla già analizzata *Sberbank Technopark*, la c.d. *Silicon Valley Russa*, comprendiamo come potrebbe essere realmente un fattore chiave di successo.

Una mossa giusta in tal senso potrebbe essere la presenza di un acceleratore, che tramite fondi e servizi offerti alle start-up europee, permetta loro di potersi sviluppare nel maggior tempo possibile. E, se di successo, di potersi interfacciare subito con i consumatori europei. Un passo simile in questo senso è già stata presentata alla Germania, che ha ricevuto un importante *business plan* di investimenti dalla “*Internet Economy Foundation*”, gruppo di interesse che riunisce alcune importanti web companies tedesche. Le sue analisi infatti dimostrano che nel 2015 negli Stati Uniti sono stati investiti 53 miliardi in *venture capital*³²², mentre in Europa quasi un quarto di tale cifra: 15 miliardi. Il *piano di investimento* che la Internet Economy Foundation ha proposto alla Merkel e a Juncker prevede uno stanziamento di circa 50 miliardi di euro a favore delle *start-up digitali*. Potrebbe essere un chiaro segnale di incentivo per tutti gli imprenditori europei, che possono vedere in questo modo uno spiraglio per portare avanti un'idea tutta loro, che, chissà potrebbe essere innovativa come quella nel lontano 2004 di Mark Zuckerberg. Questa strategia è molto simile a quella adottata in Cina dal *China Internet Network Information Center*, che ha stanziato 100 miliardi di yuan per le imprese digitali cinesi in via di sviluppo.

³²¹ V. Par. 3.1.4 Orientamento politico.

³²² E' l'apporto di capitale di rischio da parte di un investitore per finanziare l'avvio o la crescita di un'attività in settori ad elevato potenziale di sviluppo, Wikipedia, in https://it.wikipedia.org/wiki/Venture_capital, aggiornato al 17 Maggio 2017.

Una **combinazione** formata da un **fondo di investimenti specializzato**, a supporto ed aiuto delle aziende digitali europee in sviluppo (o anche nuove start-up), reputate originali e innovative, in modo da farle crescere in breve tempo; unito al sostegno di una **Silicon Valley puramente Europea**, che provvederebbe ad accelerare il processo di sviluppo e di affermazione all'interno della nostra comunità, potrebbe essere la **key solution** per la creazione di un orgoglio “*made in Europe*” e l’attestazione del mondo digitale europeo.

CONCLUSIONI

La terza guerra digitale rappresenta un evento con altissima probabilità di attuazione e che potrà impegnare tutte le maggiori potenze mondiali. A tale proposito, è necessario analizzare nel dettaglio l'origine e la natura di tutte le cause che lo pongono in essere. Solo in questo modo si possono intuire le sue possibili soluzioni. Partendo da questo preambolo, si comprendono le motivazioni della struttura della tesi e la conseguente suddivisione in paragrafi, che hanno toccato tutti i campi d'interesse per la percezione dei fattori più importanti, in maniera da trarre le rispettive conclusioni.

Lo studio della storia, della vision, della mission e delle sfide per il futuro dei social media in questione è risultato fondamentale per comprendere gli atteggiamenti di ognuno dei numeri uno dei Big Data, e i loro conseguenti comportamenti, che riflettono i modi di agire nel conflitto. La strategia cambia, ma il modo di essere no, quello resta sempre lo stesso. E comprenderlo è risultato indispensabile per delineare le caratteristiche dei **Big Three**. La perseveranza, l'arroganza e la spietatezza di papà Facebook, Mark Zuckerberg, ad esempio, hanno mostrato come egli non si sia mai arreso nel lontano 2004, portando a compimento quell'idea che reputava vincente fin dall'inizio. Dimostrano che egli voglia apparire come un buonista di fronte all'Antitrust UE, promettendo aiuti nelle indagini, pur mirando segretamente al raggiungimento degli obiettivi individuali: il mercato degli utenti europei. Presentano, infine, le sue mosse future e lo spirito di combattimento fino alla fine per il raggiungimento dei propri obiettivi: il mercato della Cina e la consolidazione della Russia. Come Mark, anche Larry Page, Sergey Brin e Jeff Bezos sono connotati da peculiarità distintive, emerse lungo l'evoluzione dei propri gioiellini, che li contraddistinguono a seconda delle situazioni. Di fronte a menti così geniali è difficile conoscere fino in fondo i loro tratti chiave e prevedere i loro passi futuri; ma in alcuni casi, da tale analisi, potrebbero emergere intuizioni vincenti, per muoversi in anticipo su alcune mosse che attrarranno sicuramente il soggetto in questione.

L'analisi indipendente dei tre casi (Facebook, Google e Amazon) manifesta i diversi atteggiamenti dei Big Data americani nei confronti della medesima autorità (Antitrust UE), e la medesima linea dura del Commissario europeo per la concorrenza, Margrethe Vestager.

I tre social media sono accusati per diverse motivazioni, alcune in campi legislativi differenti, ma la maggior parte delle quali possono essere ricondotte in materia di abuso di posizione dominante, che è sancita ai sensi dell'articolo 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE).

Il caso Facebook, infatti, affiora nei punti *c)* e *d)* del suddetto articolo, in base ai quali, le condizioni di utilizzo dei dati personali, sottoscritte dagli utenti, sono sfruttate per fini non meramente accettati dai consumatori stessi, e che portano all'accettazione da parte dei clienti di condizioni differenti per prestazioni equivalenti o prestazioni supplementari non legate all'uso di Facebook in generale. Questo favorisce il colosso americano e/o i suoi partner, limitando la concorrenza e ponendo in essere una situazione di abuso di posizione dominante.

Google, invece, è accusato *in toto* all'art. 102 TFUE, essendo il suo capo d'accusa tanto esteso quanto complesso, sia per l'Antitrust UE che per i legali del motore di ricerca. I punti in questione sono talmente tanti e simili tra loro, da poter far crollare il castello con un lampo geniale della difesa, o edificare grattacieli con la determinazione e la perseveranza della Commissione UE. Google, attraverso il monopolio delle ricerche, indirizza tale posizione di dominio a vantaggio delle sue aziende (Android e YouTube) creando squilibri nella concorrenza con transazioni non eque, limitando lo sviluppo tecnico a danno dei consumatori, applicando, a parità di prestazioni, condizioni differenti per contraenti differenti, e stipulando contratti con partner, subordinati a particolari condizioni che vanno a favore del colosso americano.

La vicenda di Amazon, infine, è attribuita ai punti *a)*, *c)* e *d)*, che rispecchiano anche la causa del gigante di Seattle, che con le clausole restrittive per gli editori impone indirettamente i prezzi d'acquisto, applica condizioni dissimili per i contraenti a seconda delle offerte dei concorrenti, e infine subordina la conclusione dei propri contratti con clausole che non hanno alcun nesso con l'oggetto dei contratti stessi.

Nell'esaminare differentemente i colossi ci accorgiamo come le circostanze e le essenze che li rappresentano siano tanto diverse quanto simili. Innanzitutto, è interessante notare che i tre giganti del mondo digitale sono *tutte società americane*, con sedi rispettivamente a Menlo Park, California (Facebook Inc.), Mountain View, California (Google Inc.) e Seattle, Washington (Amazon). In secondo luogo, altro tratto in comune è il soggetto giuridico dell'accusa: *l'Antitrust UE*. Queste considerazioni ci portano a comprendere come i tre casi apparentemente differenti confluiscono in un'unica situazione giuridica che vede contrapposte due fazioni, armoniche negli anni passati, ma in stato di tensione allo stato attuale.

E' un capriccio dell'Unione Europea? La risposta è nello strumento di difesa utilizzato, che rappresenta tra l'altro la terza caratteristica in comune: *abuso di posizione dominante*, che mostra come la Comunità Europea abbia concepito una situazione sfavorevole nei suoi confronti, che da anni andava a vantaggio delle aziende della Grande Mela, limitando la competizione e la concorrenza addirittura per le nostre aziende interne. L'annessione ad un

unico mega-caso è fondamentale per svolgere un'analisi armonica e trovare una soluzione comune al problema. Tuttavia, la delimitazione del caso appare più complessa del previsto, e questo è un problema sia dalla parte di chi attacca o si difende, che dalla parte di chi giudica. In particolare dall'elaborato emergono le seguenti *difficoltà*:

- 1) *La disciplina normativa riguardante l'antitrust*, che sembra non andare di pari passo con l'evoluzione del mondo digitale e delle tecnologie in generale. La velocità del mondo giuridico è di gran lunga più lenta di quella dell'evoluzione del mondo digitale.
- 2) *Un problema di responsabilità giuridica*, che comporta un'ambiguità nell'interpretazione dei comportamenti consequenziali alle attività digitali.
- 3) Inoltre, vi è una difficoltà di interpretazione per il legislatore, che non può far affidamento sul *ragionamento analogico*, in quanto *i precedenti o casi simili non esistono*.
- 4) *L'evoluzione del mondo digitale*. Tra due, tre, forse cinque anni un'innovazione come ad esempio l'intelligenza artificiale trasformerà il mercato digitale, con la possibilità che Google non sarà più il primatista dei motori di ricerca (posizione dominante) o il dubbio di come dovremo immaginare Facebook tra 5 anni. L'aggiornamento delle norme ci tutelerà anche in futuro?
- 5) Complicazione nella *definizione di mercato di riferimento*, ma soprattutto di *mercato rilevante*, senza il quale è difficile accusare la parte di abuso di posizione dominante.

E' da queste difficoltà che bisogna partire, per comprendere i punti deboli del conflitto e cercare, sciogliendo i dubbi, di farli diventare dei punti di forza per il lato della difesa (Antitrust UE). Il conflitto ancora non è decollato e questo tempo è utile per trarre le giuste riflessioni, in modo da attuare la giusta politica a riguardo.

Puntando il riflettore su un Paese Membro a caso, nello specifico l'*Italia*, si nota come la stessa linea dura adottata dalla Commissione Europea sia seguita anche dai Paesi Comunitari, che finalmente sembrano essere armonizzati tra loro. Infatti, l'11 Maggio 2017, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) ha sanzionato Whatsapp Inc. con una multa di 3 milioni di euro, per trasferimento dei dati a Facebook, vietandone la continuazione; e il 18 Maggio 2017 l'UE ha comminato a Facebook una maxi-multa di 110 milioni di euro per «*informazioni fuorvianti*» sull'acquisto di Whatsapp. Tutto questo denota la perfetta sincronia della strategia legislativa dei Paesi Europei e della loro Unione.

Nel terzo e ultimo capitolo, è stato percorso *l'ultimo step di analisi* per poi trarre le giuste conclusioni. Analisi che vertono sulle *differenze* evidenti tra le due parti in diversi campi:

- 1) *Corporate Governance*, con quella Americana di tipo verticale e quella di gran parte dell'Unione Europea di tipo orizzontale.
- 2) *La diversa composizione delle società*, che porta alla constatazione che dare vita ad una nuova società negli USA è molto più semplice e veloce.
- 3) *Populismo Americano*, che comporta una maggiore tendenza verso la novità.
- 4) *Orientamento Politico*, con gli Stati Uniti più orientati verso la sinistra e l'Unione Europea più verso la destra, e particolare riferimento al cambio di tendenza con l'elezione di Donald Trump, che non possiede rapporti idilliaci con i Big Data della Silicon Valley.
- 5) *Sovranità, struttura e approccio legislativo*, che ci porta ad affermare come sia più semplice in America l'affermazione di un'idea, essendo spinta e accelerata dalla Silicon Valley, supportata dalla popolazione americana e sviluppata come tendenza o necessità, grazie al populismo americano.

Tutti questi fattori ci fanno comprendere il *diverso approccio* degli Stati Uniti verso lo sviluppo di un'idea, che risulta fondamentale per determinarla, svilupparla e affermarla. Processi che nell'Unione Europea mancano del tutto.

Tuttavia sorge del tutto spontaneo il dubbio che il nostro comportamento sia errato. Quindi è necessario osservare il modo di pensare e di agire delle altre potenze mondiali, facendo particolare riferimento alla Cina e alla Russia. Dalla ricerca emerge come *la Cina* si difenda dietro il muro del protezionismo e della censura, seppur accettando apertamente la globalizzazione. Essa con i suoi 1,375 miliardi di abitanti, o meglio di possibili utenti, e capitaneggiata dal segretario generale Xi Jinping, tende a far sviluppare le sue aziende digitali interne: *Baidu, Alibaba e Tencent* (la cosiddetta **BAT**), che vanno a sostituire perfettamente i Big Data Americani, conquistando in meno di dieci anni 1,8 miliardi di utenti nel complesso, con l'obiettivo di estendersi anche al di fuori dei confini cinesi.

La Russia, invece, utilizzando una politica differente, con la censura che è uno strumento implicito nelle leggi poste in essere, insieme al protezionismo ed al nazionalismo a far da padroni, raggiunge i medesimi risultati, seppur con minore raggio d'azione, dovuto all'insediamento nel suo mercato di alcuni social media americani, come Facebook e Twitter, che invece sono del tutto banditi in Cina, e ai numeri degli utenti che non sono del tutto uguali a quelli cinesi.

Comunque, è un dato importante che i social media russi: *Vkontakte (VK)*, *Yandex* e *Odnoklassniki (Ok)* vadano a ricoprire la posizione di primato rispetto a quelli americani.

Ma in questo scenario, un segnale chiaro è che l'**Europa** non sta più dormendo ed è palese. I continui conflitti e la continua tutela dei propri diritti contro il mondo digitale americano, che fino a poco tempo fa faceva da padrone nella nostra Unione, ci lasciano ben sperare. In aggiunta a questo, ci sono **due fattori positivi** che possono andare a formare una buona base per la formulazione della giusta soluzione del conflitto.

Essi sono ***l'innovazione del quadro normativo europeo e il mercato unico digitale in Europa.***

Il primo ha visto la svolta nel Gennaio 2017, quando la *Convenzione 108* ha pubblicato alcune ***Linee Guida per la protezione degli individui con riguardo al trattamento dei dati personali nell'era dei Big Data***, nelle quali sono precisati alcuni dei principi e delle disposizioni vigenti in materia di protezione dei dati personali in relazione ai rischi specifici derivanti dall'utilizzo dei Big Data, ponendo le persone al centro dell'economia digitale. Questo è soltanto il primo importante passo, con l'auspicio che sia seguito da ulteriori decisive e originali azioni normative, in modo da rappresentare una continua armonizzazione e aggiornamento del quadro legislativo e normativo europeo per il mondo digitale. E' infatti inutile aggiornare l'ordinamento a distanza di anni, poiché le azioni dei social media nei confronti degli utenti si verificano in pochi secondi.

La strategia per il mercato unico digitale Europeo, invece, è stata pubblicata da Bruxelles il 6 Maggio 2015, e consiste nel piano dell'Unione Europea di creare un mercato unico digitale libero e sicuro, in cui i cittadini possano fare acquisti online oltre frontiera e le imprese possano vendere in tutta l'UE, qualunque sia lo Stato Membro. Essa cerca di espandere l'economia digitale dell'Unione per offrire ai consumatori servizi migliori a prezzi migliori e contribuire alla crescita delle imprese. Il mercato unico digitale europeo rappresenta più di una semplice opportunità per integrare la tecnologia, i servizi digitali dei consumatori e dei venditori e la crescita economica della nostra Unione Europea. Come ogni sfida, è necessario un grande sforzo, da parte di tutti, per raggiungere gli obiettivi desiderati, affinché la nostra comunità non sia più soltanto un insieme di tante piccole potenze digitali, ma possa affermarsi a livello mondiale, senza dover più sottostare ai servigi ed alle regole del mondo digitale americano.

Tuttavia, per mercato unico non deve intendersi solo con riferimento al campo digitale, ma unico nei valori, nelle azioni, nei risultati. Se ammiriamo ad un successo di un'azienda italiana, questa deve essere motivo di orgoglio dell'Unione Europea tutta, perché è di questa Unione che fa parte.

Partendo dall'affermazione di queste due basi e dalla completa analisi svolta, possiamo trarre le giuste conclusioni che vadano a stilare la strategia vincente per il conflitto.

In particolare, prendendo spunto sia dalla Cina, che dalla Russia, che dal caso dell'Irlanda, possiamo comprendere come la *key solution* sia rappresentata da due fattori che mancano totalmente all'interno della nostra Unione e che invece risultano fondamentali ai fini della costruzione di un'economia digitale di successo.

Il primo elemento chiave è un *fondo di investimenti specializzato* per le imprese digitali europee, che possa fornire loro il giusto aiuto e supporto in modo da farle crescere in breve tempo, sulla base del fondo da 100 miliardi di yuan cinese e dall'ingente supporto da parte degli investitori americani per i Big Data.

Una volta sviluppate, le imprese, dovranno essere sostenute e accelerate da un forte complesso, rappresentato dalla costituzione di una *Silicon Valley puramente Europea*, sulla base della *Sberbank Technopark Russa* e dal complesso di Big Data presenti a *Dublino* che fanno l'interesse soltanto degli Stati Uniti e dell'Irlanda.

Questo piano osserva il presente mirando al futuro, perché siamo consapevoli di non possedere attualmente (a differenza di Cina e Russia) delle imprese digitali interne che possano contrastare il mondo digitale americano, e un'armonizzazione nella struttura e nei valori della nostra Unione Europea che possa favorire e sviluppare le idee di ogni singolo Stato Membro.

La suddetta soluzione, del tutto sperimentale e frutto di considerazioni personali, appare la più logica e corretta per far fronte alla possibile esplosione di una terza guerra digitale, e rafforzare maggiormente la creazione di un orgoglio "*made in Europe*" e lo sviluppo della propria economia, permettendole di decollare e affermarsi nel campo digitale, dove da tempo è dovuta sottostare ad aiuti e servizi degli Stati Uniti, senza comprendere di possedere la potenza e la base politica necessarie per poter raggiungere i medesimi risultati con le proprie forze e la propria strategia.

RINGRAZIAMENTI

Vorrei ricordare e rendere grazie a tutte le persone che mi hanno aiutato nell'elaborazione e stesura della tesi di laurea, con suggerimenti, giudizi e riflessioni.

Desidero ringraziare, in primis, il Prof. Vincenzo Donativi, relatore della tesi, per la grandissima conoscenza, esperienza e professionalità mostratemi in materia di legge, che mi hanno accompagnato e supportato per l'intera stesura della tesi, insieme alla Sua immensa disponibilità e interesse.

Un sentito ringraziamento alla Prof.ssa Trovato e alla Dott.ssa Ruperto, per tutto l'aiuto e l'attenzione dimostratemi con i giusti suggerimenti e le perfette risposte ad ogni mio dubbio, esprimendo particolare gratitudine alla Prof.ssa Trovato per il grandissimo interessamento e passione profusi durante la scrittura di tutto l'elaborato.

Desidero rendere grazie alla mia famiglia, perché è solo grazie a loro se sono qui ad affrontare questo importante passo della mia vita. Mamma e Papà siete stati la mia forza e la mia motivazione per la realizzazione di ogni mio obiettivo. Oggi sento di aver vinto, e questa vittoria è soprattutto merito vostro.

Ringrazio Ares e i Magic Six, perché grazie a voi ho vissuto momenti indimenticabili e sono cresciuto tantissimo. Grazie a voi ho compreso i veri valori della vita. Gli amici sono la famiglia che scegliamo, e io sono fiero e orgoglioso di aver scelto voi.

A tutti i miei familiari e amici di Roma e di Pompei, vi rendo un'enorme riconoscenza e gratitudine per avermi supportato in ogni decisione e motivato per il raggiungimento di ogni traguardo.

BIBLIOGRAFIA

A. BARR, *Google's 'Don't Be Evil' Becomes Alphabet's 'Do the Right Thing'*, in *The Wall Street Journal*, 2 Ottobre 2015.

A. FONTANAROSA, *Amazon regina finanziaria del web. Ma la cinese Tencent è prima in redditività*, in *Repubblica.it sezione Economia e Finanza*, 8 Novembre 2016.

A. FURLANI – F. LUTMAN, *Social Innovation. Reti sociali: le nuove protagoniste dell'innovazione. Una guida pratica per le aziende italiane*, Milano, 2012.

A. PUGLIESE, *Percorsi Evolutivi della Corporate Governance*, Padova, 2008.

A. SCOTT, *Putin e Trump sono già in rotta di collisione*, in *Il Sole 24 Ore sezione Mondo*, 7 Aprile 2017.

A. SUTHERLAND, *The story of Google*, New York, 2012.

A. THOMPSON, *Google's Vision Statement & Mission Statement*, in *Panmore Institute*, 28 Gennaio 2017.

AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO, 15-2-2006, n.15174, in *Bollettino Autorità Garante*, 2006, n. 5,8.

AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO, PS10601, Provvedimento n. 26597, *Whatsapp-trasferimento dati a Facebook*, Adunanza dell'11 maggio 2017.

AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO, PS9353, Provvedimento n. 25911, *Amazon-market place-garanzia legale*, Adunanza del 9 marzo 2016.

B. ROMANO, *A Facebook max multa Ue da 110 milioni per Whatsapp*, in *Il Sole 24 Ore*, 18 Maggio 2017.

B. ROMANO, *La Ue: Apple deve risarcire 13 miliardi per vantaggi fiscali illegali in Irlanda. Cook: effetti negativi su investimenti e lavoro*, in *Il Sole 24 Ore sezione Finanza & Mercati*, 30 Maggio 2016.

B. SIMONETTA, *Facebook si tuffa nel futuro: ecco realtà aumentata e virtuale*, in *Il sole 24 ore sezione Tecnologia*, 18 Aprile 2017.

B. STONE, *The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon*, New York, 15 Ottobre 2013.

B. STONE, *Vendere tutto: Jeff Bezos e l'era di Amazon*, Milano, 2013.

C. ATTANASIO GHEZZI, *Cina, quando la censura diventa protezionismo*, in *Il Fatto Quotidiano*, 30 Gennaio 2015.

C. GUIMARAES, *L'antitrust Ue apre un'indagine su Amazon per gli accordi con gli editori sugli e-book*, Bruxelles, in *Rai News*, 11 Giugno 2015.

CAMERA DEI DEPUTATI, XVII Legislatura, Proposta di legge n. 3139, approvata dal Senato della Repubblica il 20 Maggio 2015 (v. stampato Senato n. 1261).

COMMISSIONE EUROPEA, Comunicato stampa, *Dall'Unione risultati migliori in tempi più brevi: firmata dalle tre istituzioni la dichiarazione comune sulle priorità legislative dell'UE per il 2017*, Strasburgo, 13 dicembre 2016.

COMMISSIONE EUROPEA, Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale Europeo e al Comitato delle regioni, COM(2015) 192 final, sulla *Strategia per il mercato unico digitale in Europa*, Bruxelles, 6 Maggio 2015.

COMMISSIONE EUROPEA, Comunicazione sulla *definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza*, Gazzetta ufficiale n. C 372 del 09/12/1997.

COMMISSIONE EUROPEA, *EUROPA 2020: Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva*, COM(2010) 2020 definitivo, Bruxelles, 3 Marzo 2010.

CONSIGLIO EUROPEO, Proposta di Direttiva relativa alla *Base imponibile consolidata comune per l'imposta sulle società*, Bruxelles, 16/3/2011, COM(2011) 121 definitivo.

CONSIGLIO EUROPEO, Riforma della *Protezione dei Dati*, entrata in vigore il 24 Maggio 2016.

CONVENZIONE N.108 DEL CONSIGLIO D'EUROPA, Ratifica ed esecuzione sulla *protezione delle persone rispetto al trattamento automatizzato di dati di carattere personale*, adottata a Strasburgo il 28 gennaio 1981.

D.K. DENIS – J.J. MCCONNELL, *International Corporate Governance*, in *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, Vol. 38, No. 1 (March 2003).

E.F. FAMA – M.C. JENSEN, *Separation of Ownership and Control*, in *The Journal of Law & Economics*, Vol. 26, No. 2, Corporations and Private Property: A Conference Sponsored by the Hoover Institution (June 1983).

- F. FUBINI, *Booking.com: "Grazie a noi c'è la concorrenza sui viaggi"*, in *Repubblica.it sezione Economia e Finanza*, 25 Maggio 2015.
- F. RAMPINI, *Dieci anni dell'era "after Facebook": I successi di Zuck, mister 30 miliardi*, in *Repubblica.it, sezione Economia e Finanza*, 4 Febbraio 2014.
- G. ALUFFI, *Taci, ora Facebook ascolta anche le tue conversazioni*, in *Repubblica.it sezione Sicurezza*, 15 Ottobre 2015.
- G. HEISLER, *Jeff Bezos - Person of the Year*, in *TIME Magazine*, 27 Dicembre 1999.
- G. RIVA, *In Europa la sinistra è sparita: ormai è destra contro estrema destra*, in *L'Espresso*, 14 Dicembre 2016.
- G. STABILE, *Apple compra la startup israeliana RealFace: il prossimo iPhone avrà il riconoscimento facciale?*, in *La Stampa sezione Tecnologia*, 21 Febbraio 2017.
- G. BATTAGLIA, *Globalizzazione, il presidente cinese la elogia e sfida Trump: "Protezionismo è come chiudersi in una stanza buia"*, in *Il Fatto Quotidiano sezione Economia*, 17 Gennaio 2017.
- G.S. BARCELLONA, *Privacy, caso WhatsApp - Facebook: il Garante apre un'inchiesta*, in *Repubblica.it sezione Social Network*, 27 Settembre 2016.
- J. GUYNN, *Facebook co-founder Dustin Moskovitz leaves for start-up*, in *Los Angeles Time*, 3 Ottobre 2008.
- J. MCKINLEY, *Finding Their Next Facebook*, in *The New York Times*, 22 Marzo 2013.
- J. TAPLIN, *Move Fast and Break Things: How Facebook, Google, and Amazon cornered culture and undermined democracy, Usa*, 2017.
- J.C. JUNCKER, *La strategia prevista dalla Commissione europea*, 2017.
- J.E. BETHEL – J.P. LIEBESKIND – T. OPLER, *Block Share Purchases and Corporate Performance*, in *The Journal of Finance*, Aprile 1998.
- K. AULETTA, *Effetto Google. La fine del mondo come lo conosciamo*, Milano, 2010.
- K. PRIES – R. DUNNIGAN, *Big Data Analytics: A Practical Guide for Managers*, London, 2015.
- L. DANIELE, *Diritto dell'Unione Europea*, Italia, 2014.
- L. DELLO IACOVO, *È ufficiale: Google ha comprato Waze*, in *il Sole 24 ore sezione Nova24 Tech*, 11 Giugno 2013.

- L. DELLO IACOVO, *Facebook acquista Instagram, accordo da un miliardo di dollari. Colpo grosso di Zuckerberg prima dell'Ipo*, in *il Sole 24 Ore sezione Nova24 Tech*, 9 Aprile 2012.
- L. GREGORY, *Amazon.com Inc.'s Vision Statement & Mission Statement (An Analysis)*, in *Panmore Institute*, 12 Febbraio 2017.
- M. VESTAGER, *La Ue multa Facebook: "Ci ha ingannato sull'acquisto di Whatsapp"*, in *Repubblica.it sezione Economia e Finanza*, 20 Dicembre 2016.
- M. CONSONNI, *Il diritto all'oblio per la Corte di Giustizia Europea nella recente decisione del caso Google Spain*, in *Il Sole 24 Ore sezione Diritto 24*, 23 Giugno 2014.
- M. DI FAZIO, *Bullismo e cyberbullismo, cosa prevede la proposta di legge in discussione alla Camera*, in *L'espresso sezione Attualità*, 12 Settembre 2016.
- M. ISAAC, *Facebook Said to Create Censorship Tool to Get Back Into China*, in *The New York Times*, 22 Novembre 2016.
- M. LINDSTROM, *Small Data: The Tiny Clues That Uncover Huge Trends*, New York, 23 Febbraio 2016.
- M. MALSEED - D. VISE, *Google Story*, Milano, 2017.
- M. MONTI, *Zalando, fatturato e utili in crescita oltre le aspettative*, in *Il Sole 24 ore sezione Finanza e Mercati*, 12 Agosto 2016.
- M. PENNISI, *Il disegno di legge contro le fake news: "Multe e carcere fino a 2 anni"*, in *Corriere della Sera*, 15 Febbraio 2017.
- M. ROVELLI, *Facebook vuole tornare in Cina a tutti i costi: anche con la censura?*, in *Corriere della Sera*, 25 Novembre 2016.
- M. STONE, *The insane life of Facebook billionaire Sean Parker, Usa*, in *Business Insider*, 3 Agosto 2015.
- M. VALSANIA, *L'Europa accusa Google: «Abuso di posizione dominante e indagine su Android»*, in *Il Sole 24 Ore sezione Mondo*, 15 Aprile 2015.
- M.J. ROE, *THE INSTITUTIONS OF CORPORATE GOVERNANCE, Discussion Paper No. 488*, Harvard Law School, Agosto 2004.
- MEZZI AEREI A PILOTAGGIO REMOTO, Edizione 2 del 16 luglio 2015 dell'Emendamento 3 del 24 marzo 2017.
- N. LUCCHI, *I contenuti digitali: tecnologie, diritti e libertà*, Ferrara, 25 Settembre 2009.

N. SMITHSON, *Facebook Inc. 's Vision Statement & Mission Statement*, in *Panmore Institute*, 7 Febbraio 2017.

P. BRADSHAW, *The Lives of Others*, in *The Guardian sezione Film*, 13 Aprile 2007.

R. FATIGUSO, *La Cina e il dilemma di WeChat*, in *Il Sole 24 Ore*, 17 Novembre 2016.

R. JULIA'-BARCELO' – K.J. KOELMAN, *Intermediary liability: intermediary liability in the e-commerce directive: so far so good, but it's not enough*, *Computer Law & Security Review*, Vol. 16, Issue 4, 2000.

R. SMOLAN – J. ERWITT, *The Human Face of Big Data*, UK, 20 Novembre 2012.

R. SPECTOR, *Amazon.com. Get big fast. Viaggio all'interno di un rivoluzionario modello di mercato che ha cambiato il mondo*, Usa, 2001.

REDAZIONE WEB, *Amazon: eseguita la prima consegna con un drone*, in *Il Sole 24 ore sezione Mondo*, 14 Dicembre 2016.

REDAZIONE WEB, *Amazon nel mirino del fisco: è accusata di aver evaso 130 milioni di tasse*, in *La Stampa sezione Economia*, 28 Aprile 2017.

REDAZIONE WEB, *Amazon punta ai droni: brevetto per consegne con il paracadute*, in *Repubblica.it sezione Prodotti*, 16 Febbraio 2017.

REDAZIONE WEB, *Facebook, in Germania indagine per abuso posizione dominante*, in *LaPresse*, 2 Marzo 2016.

REDAZIONE WEB, *Facebook in Germania sotto inchiesta da authority concorrenza per abuso di posizione dominante*, in *Altalex.com*, 2 Marzo 2016.

REDAZIONE WEB, *Google, la Ue stringe sulla posizione dominante per comparazione prezzi e pagamenti*, in *Repubblica.it sezione Economia e Finanza*, 14 Luglio 2016.

REDAZIONE WEB, *Microsoft si compra una fetta di Facebook*, in *Panorama*, Milano, 2008.

REDAZIONE WEB, *Trump attacca di nuovo la Germania su commercio e spese Nato*, in *Il Sole 24 Ore sezione Mondo*, 30 Maggio 2017.

S. COWLEY – J. PEPITONE, *Facebook's first big investor, Peter Thiel, cashes out*, in *Cnn*, Usa, 20 Agosto 2012.

S. FIEGERMAN, *The lesser-known member of Facebook's original team is ready for the spotlight*, Usa, 4 Febbraio 2015.

S.C. GILSON, *Bankruptcy, boards, banks, and blockholders: Evidence on changes in corporate ownership and control when firms default*, Journal of Financial Economics, Volume 27, Issue 2, October 1990.

SENATO DELLA REPUBBLICA, XVII Legislatura, Disegno di legge n. 2688, Comunicato alla Presidenza il 7 Febbraio 2017, sulle *Disposizioni per prevenire la manipolazione dell'informazione online, garantire la trasparenza sul web e incentivare l'alfabetizzazione mediatica*.

T. BONAZZI, *Un populismo molto americano*, in *la Rivista il Mulino*, n. 1/2017.

T. DI TANNO, *Google cede al fisco, ma lo ha deciso la giustizia o la legge?*, in *Il Fatto Quotidiano*, 11 Maggio 2017.

TRATTATO SULL'UNIONE EUROPEA (92/C 191/01), Titolo v, sulle *Disposizioni relative alla politica estera e di sicurezza comune*, art. J.2.

US PATENT & TRADEMARK OFFICE, United States Patent Application: 20150120094, Kind Code: A1, Inventors: Kimchi, Gur, et al., April 30, 2015, about Unmanned aerial vehicle delivery system, Applicant: Amazon Technologies, Inc., Appl. n.: 14/502707, Filed: September 30, 2014.

V. MAYER-SCHONBERGER – K. CUKIER, *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think*, Boston, 2013.

GIURISPRUDENZA

Cons. di Stato, 2-10-2007, n. 5070, in *Giur. dir. ind.*, 2007, 1113.

Cass. civ., sez. I, 17-5-2000, n. 6368, in *Giust. civ.*, 2001, II, 3178.

Cass. pen., sez. III, 16-01-2014, n. 5170, depositata il 3 febbraio 2014, in www.iusexplorer.it.

Corte di giustizia CE, 14-11-1996, n. C-333/94, in *Foro it.*, 1997, IV, 71.

Corte di giustizia CEE, 8-12-1977, n. 68/78, in *Giur. dir. ind.*, 1987, 1117.

Corte di giustizia CEE, 9-11-1983, n. 322/81, in *Foro it.*, 1985, IV, 65.

Corte di giustizia UE, Grande Sezione, 13-05-2014, causa C-131/12, in *Giur. cost.*, 2014, 3, 2946, con nota di Pollicino.

TRIB. ROMA, sez. I, 3-12-2015, n. 23771, in *Diritto dell'informazione e dell'informativa*, 2016, 2, 266, con nota di Riccio.

SITOGRAFIA

<file:///C:/Users/Win7/Downloads/p26597.pdf>

<file:///C:/Users/Win7/Downloads/p26597.pdf>

<http://anglomincuzzi.blog.ilsole24ore.com/2016/07/07/il-cellulare-ci-spia-cosi-abbiamo-consegnato-le-nostre-vite-a-google-apple-facebook-e-amazon/>

<http://appft.uspto.gov/netacgi/nph-Parser?Sect1=PTO1&Sect2=HITOFF&d=PG01&p=1&u=%2Fmetahtml%2FPTO%2Fsrchnu.html&r=1&f=G&l=50&s1=%2220150120094%22.PGNR.&OS=DN/20150120094&RS=DN/20150120094>

<http://argomenti.ilsole24ore.com/parolechiave/bolla-internet.html>

http://asbl.unioncamere.net/index.php?option=com_content&view=article&id=120:il-commercio-elettronico&catid=107:commercio&Itemid=170

<http://ecommercerivdig.tumblr.com/post/120009904081/il-fenomeno-amazon>

http://eur-lex.europa.eu/summary/chapter/institutional_affairs.html?root_default=SUM_1_CODED%3D01&locale=it

<http://eur-lex.europa.eu/summary/IT/uriserv:co0003>

http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-4360_it.htm

http://europa.eu/youreurope/business/start-grow/start-ups/index_it.htm

<http://fortune.com/2011/06/08/explaining-kindles-success-its-very-simpleminded/>

<http://googleblog.blogspot.it/2011/06/introducing-google-project-real-life.html>

<http://googleblog.blogspot.it/2011/08/supercharging-android-google-to-acquire.html>

http://googlepress.blogspot.it/2006/10/google-to-acquire-youtube-for-165_09.html

<http://hi-tech.leonardo.it/facebook-10-anni-tutto-sulla-vicenda-saverin/>

<https://it.businessinsider.com/amazon-dichiara-guerra-alle-banche-3-miliardi-di-prestiti-alle-pmi/>

<http://it.euronews.com/2016/03/03/dati-personali-e-posizione-dominante-facebook-sotto-accusa-in-germania>

<http://italiandistrict.com/florida/guida-residenti/come-aprire-societa-usa/>

<http://lapresse.it/amazon-indagine-ue-sulla-distribuzione-di-e-book-abuso-di-posizione-dominante.html>

<http://mobile.hdblog.it/2017/02/17/Mark-Zuckerberg-missione-Facebook/>

<http://punto-informatico.it/4311287/PI/News/amazon-300mila-euro-sanzioni-italiane.aspx>

<http://smartmoney.startupitalia.eu/economi-digitale/60361-20170508-wallet-digitali-e-app-perche-la-cina-e-il-gigante-del-cashless-analisi>

<http://startupitalia.eu/65443-20161112-russia-siliconvalley-innovazione>

<http://tech.everyeye.it/articoli/speciale-amazon-prime-air-il-futuro-delle-consegne-28693.html>

http://tesi.cab.unipd.it/50324/1/Crivellari_Catia.pdf

http://www.adnkronos.com/soldi/economia/2016/07/14/google-ancora-nel-mirino-dell-ostacola-concorrenza_7oEmCNRMTpsEATetMxeq7O.html?refresh_ce

http://www.adnkronos.com/soldi/economia/2016/07/14/google-ancora-nel-mirino-dell-ostacola-concorrenza_7oEmCNRMTpsEATetMxeq7O.html?refresh_ce

http://www.agi.it/economia/2017/05/04/news/google_chiude_il_contenzioso_con_il_fisco_italiano-1739922/

<http://www.agid.gov.it/agenda-digitale>

<http://www.altalex.com/documents/news/2016/09/21/bullismo-e-cyberbullismo>

<http://www.artribune.com/tribnews/2016/07/1a-silicon-valley-russa-firmata-zaha-hadid-architects-il-nuovo-technopark-a-skolkovo-pronto-nel-2019/>

<http://www.borsaitaliana.it/notizie/sotto-la-lente/insidertrading.htm>

<http://www.borsaitaliana.it/notizie/sotto-la-lente/intermediari-finanziari.htm>

<http://www.consilium.europa.eu/it/policies/digital-single-market-strategy/>

<http://www.consilium.europa.eu/it/policies/digital-single-market-strategy/>

<http://www.consilium.europa.eu/it/policies/digital-single-market-strategy/>

http://www.corrierecomunicazioni.it/digital/45471_la-cina-vuole-aziende-piu-digitali-pronto-un-fondo-da-15-mln-di-dollari.htm

<http://www.cwi.it/settori-industriali/commercio/amazon-go-supermercato-del-futuro-100830>

<http://www.dimt.it/index.php/it/notizie/15857-il-consiglio-d-europa-adotta-le-prime-linee-guide-internazionali-su-big-data-e-tutela-dei-dati-personali>

<http://www.downloadblog.it/post/8525/i-20-siti-piu-visitati-del-2008>

http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/it/displayFtu.html?ftuId=FTU_6.6.3.html

http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/it/displayFtu.html?ftuId=FTU_6.6.3.html

http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/it/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.4.html

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2017-0076+0+DOC+XML+V0//IT>

<http://www.exportusa.us/costituzione-societa-stati-uniti.php>

<http://www.fastweb.it/social/la-storia-di-facebook/>

<http://www.fastweb.it/web-e-digital/dall-ecommerce-al-kindle-la-storia-di-amazon/#>

<http://www.fastweb.it/web-e-digital/la-storia-di-google/>

<http://www.financiallounge.com/azienda/pictet/news/lombra-bat-baidu-alibaba-tencent-commerce-finanza/> <https://www.forbes.com/profile/jack-ma/>

<http://www.girlgeekdinnerverona.com/10-cose-che-forse-non-sapevate-di-amazon-e-del-suo-fondatore/>

http://www.giurisprudenzapenale.com/2016/09/21/bullismo_cyberbullismo/

<http://www.hotelcinquestelle.it/distribuzione/booking-com-abuso-di-posizione-dominante/>

<https://en.wikipedia.org/wiki/Booking.com>

http://www.huffingtonpost.it/2014/07/02/facebook-indagine-regno-unito-manipolazione-umore_n_5551946.html

http://www.huffingtonpost.it/2017/04/07/lira-di-putin-contro-trump-attacco-in-siria-e-unaggressione_a_22029862/

http://www.huffingtonpost.it/2017/04/07/lira-di-putin-contro-trump-attacco-in-siria-e-unaggressione_a_22029862/

<http://www.ictbusiness.it/cont/news/whatsapp-tre-milioni-di-euro-di-multa-dall-antitrust-italiano/39343/1.html#.WSnJWevyIU>

<http://www.ilfattoquotidiano.it/2014/02/04/il-caso-vividown-e-lassoluzione-di-google/868850/>

<http://www.ilfattoquotidiano.it/2014/02/04/il-caso-vividown-e-lassoluzione-di-google/868850/>

<http://www.ilfattoquotidiano.it/2017/01/17/globalizzazione-il-presidente-cinese-la-elogia-e-sfida-trump-protezionismo-e-come-chiudersi-in-una-stanza-buia/3321741/>

<http://www.ilfoglio.it/esteri/2016/11/18/news/linkedin-russia-blocco-censura-107178/>

<http://www.ilpost.it/2014/12/27/censura-internet-russia/>

<http://www.ilgiornale.it/news/spettacoli/guida-comprendere-vero-populismo-americano-1355848.html>

<http://www.ilpost.it/2017/05/12/whatsapp-multa-agcm/>

<http://www.ilpost.it/flash/marc-zuckerberg-jarvis/>

<http://www.ilsole24ore.com/art/commenti-e-idee/2016-11-17/la-cina-e-dilemma-wechat-202745.shtml?uuid=ADjyQ6wB>

http://www.interlex.it/2testi/dlgs14_21i.pdf

<http://www.investopedia.com/terms/o/otcbb.asp>

<http://www.lastampa.it/2015/10/04/tecnologia/google-cambia-il-motto-aziendale-dadont-be-evil-a-do-the-right-thing-1eEyBqwDsLP4vMpbPvnMfI/pagina.html>

<http://www.limesonline.com/cartaceo/pechino-imita-gli-usa-per-sviluppare-le-sue-vie-digitali?prv=true>

<http://www.lindro.it/cina-comunismo-capitalismo/>

<http://www.linkiesta.it/it/article/2013/09/29/storia-di-google-quindici-anni-dal-garage-ai-miliardi/16646/>

<http://www.mi.camcom.it/cittadini-extracomunitari>

http://www.mondopmi.com/economia/la-sottile-differenza-tra-mission-e-vision-allinterno-dellimpresa_4332/

<http://www.ninjamarketing.it/2016/10/17/google-assistant-la-sfida-di-big-g-allintelligenza-artificiale/>

<http://www.ninjamarketing.it/2017/01/11/la-sfida-di-facebook-per-il-2017-il-digital-marketing/>

<http://www.openbiomedical.org/la-nuova-sfida-google-la-digital-health/>

<http://www.penalecontemporaneo.it/d/2817-la-sentenza-della-cassazione-sul-caso-google>

<http://www.penalecontemporaneo.it/d/2817-la-sentenza-della-cassazione-sul-caso-google>

<http://www.populationpyramid.net/it/cina/2017/>

<http://www.quotidiano.net/esteri/merkel-trump-1.3157724>

http://www.repubblica.it/ambiente/2017/06/02/news/clima_juncker_non_si_torna_indietro_da_accordi_parigi-167030915/

http://www.repubblica.it/ambiente/2017/06/02/news/clima_juncker_non_si_torna_indietro_da_accordi_parigi-167030915/

http://www.repubblica.it/economia/2017/02/01/news/facebook_chiude_il_2016_oltre_le_attes_e_1_86_miliardi_di_utenti_al_mese-157400216/

http://www.repubblica.it/economia/2017/05/12/news/antitrust_multa_da_3_milioni_a_facebo_ok_-165255725/

http://www.repubblica.it/economia/finanza/2017/04/28/news/amazon_accusata_di_aver_evaso_tasse_per_130_milioni-164091769/

http://www.repubblica.it/esteri/2017/04/12/news/putin_rapporti_peggiorati_russia-162806115/

http://www.repubblica.it/esteri/2017/04/12/news/putin_rapporti_peggiorati_russia-162806115/

http://www.repubblica.it/tecnologia/2017/02/15/news/depositato_in_senato_ddl_trasversale_c_ontro_le_fake_news-158362109/

http://www.repubblica.it/tecnologia/sicurezza/2016/01/11/news/censura_cinese_smartphone-131018689/ <https://it.wikipedia.org/wiki/Russia>

<http://www.resistenze.org/sito/te/cu/li/culi9f23-005283.htm>

<http://www.sapere.it/sapere/strumenti/domande-risposte/scienza-tecnologia/cosa-e-provider.html>

<http://www.sapere.it/sapere/strumenti/domande-risposte/scienza-tecnologia/cosa-e-provider.html>

<http://www.seochef.it/facebook-e-faciometrics/>

<http://www.smaf-legal.com/ITA/Usa2.htm>

<http://www.statiuniti.cc/forme-societarie-americane.html>

<http://www.successo.com/2015/02/27/google-una-storia-avvincente/>

<http://www.surface-phone.it/microsoft-vs-google-comincia-la-guerra/>

<http://www.tecnoandroid.it/2016/11/17/la-russia-blocca-linkedin-rischio-facebook-twitter-206209>

<http://www.valigiablu.it/facebook-connection-il-braccio-della-cia-e-la-sorveglianza-digitale/>

<http://www.wallstreetitalia.com/ufficiale-cina-sorpassa-usa-prima-economia-al-mondo/>

<http://www.webnews.it/2013/05/16/google-vs-microsoft-e-guerra-su-youtube/>

<http://www.webnews.it/2017/01/25/la-cina-rende-illegali-le-vpn/>

<http://www.webnews.it/2017/02/16/folle-proposta-legge-bufale-senato/>

<https://cirullo.it/2014/03/sta-cambiando-la-mission-di-facebook-oggi/>

<https://en.wikipedia.org/wiki/Amazon.com#History>

https://en.wikipedia.org/wiki/Mission_statement

<https://en.wikipedia.org/wiki/Self-dealing>

https://en.wikipedia.org/wiki/Vision_statement

https://europa.eu/european-union/eu-law/legal-acts_it

<https://ilmerchant.com/2017/05/15/whatsapp-sanzione-agcm-facebook-4-milioni-euro/>

<https://it.sputniknews.com/mondo/201705304566513-Ambasciatore-UE-si-accusa-economia-russa-protezionismo/>

[https://it.wikipedia.org/wiki/Alphabet_\(azienda\)#Caratteristiche](https://it.wikipedia.org/wiki/Alphabet_(azienda)#Caratteristiche)

<https://it.wikipedia.org/wiki/Amazon.com>

<https://it.wikipedia.org/wiki/Amazon.com>

[https://it.wikipedia.org/wiki/Analogia_\(diritto\)#Caratteristiche](https://it.wikipedia.org/wiki/Analogia_(diritto)#Caratteristiche)

https://it.wikipedia.org/wiki/Barack_Obama

https://it.wikipedia.org/wiki/Barack_Obama

<https://it.wikipedia.org/wiki/BRICS>

<https://it.wikipedia.org/wiki/Cina>

<https://it.wikipedia.org/wiki/Facebook#Storia>

[https://it.wikipedia.org/wiki/Facebook_\(azienda\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Facebook_(azienda))

<https://it.wikipedia.org/wiki/Google#Storia>

[https://it.wikipedia.org/wiki/Google_\(azienda\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Google_(azienda))

https://it.wikipedia.org/wiki/Great_Firewall

https://it.wikipedia.org/wiki/Internet_service_provider

https://it.wikipedia.org/wiki/Organizzazione_mondiale_del_commercio

https://it.wikipedia.org/wiki/Palo_Alto

https://it.wikipedia.org/wiki/Pianificazione_strategica

<https://it.wikipedia.org/wiki/Populismo>

https://it.wikipedia.org/wiki/Public_company

[https://it.wikipedia.org/wiki/Safe_harbor_\(diritto\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Safe_harbor_(diritto))

<https://it.wikipedia.org/wiki/Seattle>

<https://it.wikipedia.org/wiki/Stasi>

https://it.wikipedia.org/wiki/Stati_federati_degli_Stati_Uniti_d%27America

<https://it.wikipedia.org/wiki/Uiguri>

https://it.wikipedia.org/wiki/Unione_europea

https://it.wikipedia.org/wiki/Venture_capital

https://it.wikipedia.org/wiki/Virtual_Private_Network

<https://vr.google.com/cardboard/>

<https://vr.google.com/daydream/>

<https://www.amazon.com/Amazon-Echo-And-Alexa-Devices/b?ie=UTF8&node=9818047011>

<https://www.amazon.com/Amazon-Prime-Air/b?node=8037720011>

<https://www.amazon.com/b?node=16008589011>

<https://www.amazon.it/gp/family/signup>

<https://www.blackrock.com/>

<https://www.coe.int/it/web/portal/-/data-protection-day-guidelines-to-protect-the-people-behind-big-data>

<https://www.credit-suisse.com/it/it/about-us/responsibility/news-stories/articles/news-and-expertise/2015/08/it/volunteering-googles-mission-is-a-social-mission.html>

https://www.facebook.com/notes/mark-zuckerberg/building-jarvis/10154361492931634/?hc_location=ufi

<https://www.facebook.com/zuck/videos/10103351034741311/>

<https://www.forbes.com/billionaires/#59dfaf51251c>

https://www.forbes.com/lists/2007/54/richlist07_The-400-Richest-Americans_Rank.html

<https://www.forbes.com/profile/dustin-moskovitz/>

<https://www.forbes.com/sites/kevinmurnane/2016/12/29/facebook-purchases-an-eye-tracking-startup-with-an-eye-toward-enhancing-vr/#7a199b35544b>

<https://www.fundable.com/learn/startup-stories/amazon>

<https://www.google.it/intl/it/about/>

[https://www.google.it/intl/it/about/company/products/.](https://www.google.it/intl/it/about/company/products/)

<https://www.google.it/intl/it/about/our-story/>

<https://www.insidemarketing.it/futuro-facebook-emozioni-realta-virtuale/>

<https://www.internazionale.it/notizie/josh-horwitz/2016/11/29/facebook-censura-cina>

<https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=34b07db3-cfb7-4089-bfe9-35b23747689e>

<https://www.lindro.it/cina-ue-qual-e-accordo-possibile//>

<https://www.tencent.com/en-us/index.html>

<https://www.thebalance.com/amazon-mission-statement-4068548>

<https://www.tomshw.it/dailymotion-google-favorisce-youtube-antitrust-ue-dorme-57471>

<https://www.wired.it/economia/business/2017/04/19/google-facebook-russia-yandex/>

<https://www.wired.it/gadget/computer/2017/03/31/facebook-futuro-intelligenza-artificiale/>

<https://www.wired.it/internet/web/2015/09/25/facebook-internet-org-free-basics/>