



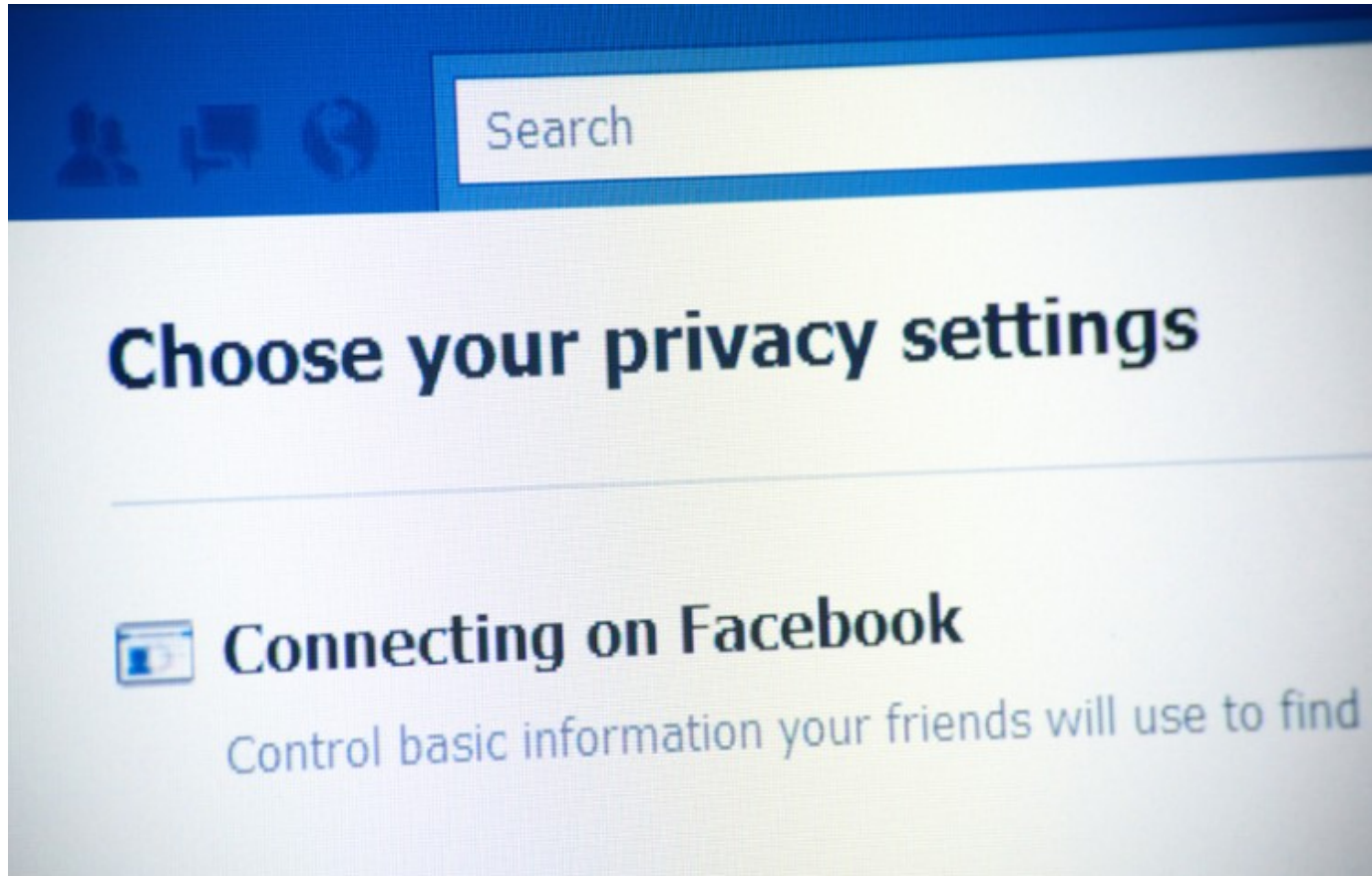
NEWS

CONSUMERISM 2015, PROTEGGERE LA PRIVACY NELLA SHARING ECONOMY



VALENTINA CORVINO • 20, NOVEMBRE, 2015

0 0 0



Secondo una recente ricerca dell'Università Cattolica, nel nostro paese la sharing economy

negli ultimi anni è cresciuta ad un ritmo molto sostenuto. L'Ateneo ha contato, attualmente, **più di 250 piattaforme collaborative on line**: che si tratti di "sharing" per la condivisione di beni, servizi, informazioni, spazi, tempo o competenze, di "bartering", ovvero il baratto tra privati ma anche tra aziende o di "crowding" con pratiche come il crowdsourcing e crowdfunding ma anche di "making" cioè di autoproduzione dall'hobbismo alla fabbricazione digitale (fablab), dal 2011 a oggi i numeri sono più che triplicati, in particolare nell'ambito del turismo, dei trasporti, delle energie, dell'alimentazione e del design.

L'OSSIMORO DELL'ESPRESSIONE SHARING ECONOMY

L'economia della condivisione è – senza dubbio – un nuovo modello di servizio che può essere un'opportunità per start up, aziende e amministrazioni ma, anche, per rispondere alle sfide delle nostre città. E di questo si è parlato anche nel corso del **convegno organizzato da Consumers'Forum** nel quale le Autorità di regolazione hanno fatto il punto sugli interventi prodotti in questa materia. Da sfondo al dibattito il rapporto "Consumerism" curato dall'Università Roma Tre dal quale è emerso, innanzitutto, l'ossimoro del termine "sharing economy": "Dove c'è condivisione non si crea reddito" ha detto Fabio Bassan, direttore vicario dipartimento di studi aziendali dell'Università Roma Tre, aggiungendo che "gratuito è l'uso collettivo che, tuttavia, produce ricchezza individuale e nel caso delle piattaforme digitali, il prezzo da pagare c'è ma non si vede: è il valore dei dati".

LA SFIDA: LA TUTELA DEI DATI PERSONALI

In effetti, scorrendo tutti i settori del rapporto dalle smart grids a Uber, passando per la bolletta 2.0 e Netflix l'istanza fondamentale è la tutela della riservatezza dei dati. **Ed è proprio sulla tutela della riservatezza dei dati che l'Europa arranca e non riesce a produrre un quadro d'insieme, condiviso.**

Il quadro generale dice che lo sviluppo delle tecnologie impatta sulla protezione dei dati personali. "In quindici anni – si legge in Consumerism 2015 – le persone con accesso alla rete sono passate da 400 milioni a 3,2 miliardi; il fatturato di Amazon, Apple, Google e Facebook è passato dai 28,7 miliardi di dollari del 2005 ai 350 miliardi dell'anno scorso (fonte: l'Espresso, n. 35 del 3 settembre 2015). Questo aumento esponenziale delle informazioni immesse in rete e raccolte nelle banche dati (tra l'altro nelle mani di pochi soggetti) fa emergere nuovi bisogni di tutela nei confronti di poteri pubblici e privati". **Da una parte c'è l'esigenza di "mettere mano" alla Rete**, e in questo si colloca la recente dichiarazione dei diritti in Internet elaborata in Italia; **d'altra parte, si legge nel rapporto, "i principali soggetti che raccolgono ed elaborano dati personali in rete sono statunitensi (i c.d. over the top).** Si innesta, quindi, anche una questione "politica" dal momento che Stati Uniti ed Europa hanno una diversa impostazione culturale del concetto di privacy, che si aggiunge a interessi economici ovviamente contrapposti".

TAGS: consumerism 2015 privacy

PREVIOUS POST

LA BANDA DI SKY E MEDIASET GRATIS

NEXT POST

THIS IS THE MOST RECENT STORY.

THE AUTHOR



VALENTINA CORVINO

CERCA

Cerca ...

CERCA

SPONSOR



Official Premium Partner



#chiediloallacoop

SPONSOR



SPONSOR



SPONSOR

NON SI TOCCA.



**ZIONE COI
ER I BAMBINI
RE**



**GENITORI&FIGLI
VACCINI, QUEI RITIRI E
MERCATO DI CUI NESS
PARLA**

