



Lo scambio dei dati con i contenuti e i servizi digitali: una nuova modalità di contrarre?

Data exchange with digital content and services: a new way of contracting?

VINCENZO RICCIUTO 

Full Professor of Civil Law

Università degli Studi di Roma Tor Vergata

Abstract

Il dibattito attorno alla funzione delle operazioni aventi ad oggetto i dati personali e alla natura di questi ultimi ha inciso sulla formulazione della Direttiva n. 770 del 2019 riguardante il tema delle forniture digitali ai consumatori. Si tratta di un tema che ci restituisce letture differenti dell'economia digitale da parte delle autorità di vigilanza e di regolazione, nazionali ed europee. Il contributo, anche analizzando il provvedimento europeo e il suo recepimento in Italia, offre una riflessione sulla natura dei dati personali intesi come beni, entità distinte dal soggetto, tali da avere un valore economico e da meritare una considerazione giuridica quali oggetti di diritti, e non esclusivamente quali "attributi" della persona. Il dibattito giuridico sul tema della patrimonializzazione dei dati personali riveste particolare importanza nell'ambito dell'economia digitale e la lettura che il diritto saprà dare del fenomeno, scevra da ideologie, influenzerà il futuro sviluppo della società e dell'economia digitale europea, anche in termini di loro sostenibilità.

The debate regarding the purpose of operations concerning personal data, and the very nature of such data, influenced the wording of Directive n. 770 of 2019, on contracts for the supply of digital services to consumers. The topic unveils different understandings of the digital economy by European and national regulatory and supervisory authorities. This essay, by analyzing the European provision and its implementation in Italy, offers some thoughts on the nature of personal data, understood as assets, that is to say, legal entities separated from the data subject and thus characterized by an economic value and deserving attention as the object of third party rights and not only as features of a person. The debate on the commodification of personal data assumes great importance in the digital economy, as the interpretation that legal science will give of this phenomenon, without ideologies, will influence the future development of European society and the digital economy, also in terms of their sustainability.



Keywords: dati personali; Direttiva 2019/770/UE; codice del consumo.

Summary: [1. Lo scambio dei dati personali con le forniture digitali nella complessa adozione della Direttiva n. 770 del 2019.](#) – [2. La prospettiva funzionale.](#)– [3. Persona vs dato personale.](#)– [4. Il fenomeno nelle pronunce dell’Autorità garante della concorrenza e del mercato e della giurisprudenza amministrativa e nella nuova formulazione del Codice del Consumo.](#)–[5. Conclusioni.](#)

1. Lo scambio dei dati personali con le forniture digitali nella complessa adozione della Direttiva n. 770 del 2019.

Una controversa posizione del Garante europeo per la protezione dei dati personali ha sostenuto che *“There might well be a market for personal data, just like there is, tragically, a market for live human organs, but that does not mean that we can or should give that market the blessing of legislation”*¹.

L'affermazione del Garante europeo è formulata nel Parere n. 4 del 2017, *“On the Proposal for a Directive on certain aspects concerning contracts for the supply of digital content”* che ha accompagnato l'approvazione della Direttiva n. 770 del 2019. Quest'ultima, insieme alla Direttiva n. 771 del 2019², compone il pacchetto di interventi normativi con i quali l'Unione Europea, nell'obiettivo di rimuovere i principali ostacoli al commercio elettronico transfrontaliero nel territorio unionale, ha dettato nuove norme per le vendite ai consumatori. In particolare, mentre la Direttiva 771 ha ridefinito la disciplina di alcuni profili relativi alla vendita di beni materiali, la Direttiva n. 770 ha introdotto una particolare disciplina per le forniture contrattuali di contenuti digitali e di servizi digitali.

L'intervento normativo ha dunque interessato la materia del diritto dei contratti e, come espressamente dichiarato, si è proposto una miglior costruzione di un mercato europeo senza barriere.

Il coinvolgimento del Garante europeo per la protezione dei dati personali nell'iter di adozione della Direttiva n. 770 è avvenuto su richiesta del Consiglio dell'Unione Europea in ragione di una peculiare delicata questione: la sottoposizione alla disciplina dell'emananda Direttiva anche dei rapporti in cui il professionista offre al consumatore servizi o contenuti digitali ed il consumatore non corrisponde prezzo in termini monetari, ma fornisce i propri dati personali.

In tale sede consultiva, il Garante europeo ha manifestato la propria avversione verso l'ipotesi di disciplina di operazioni economiche aventi ad oggetto dati personali, negando la stessa utilizzabilità delle categorie contrattuali per ipotesi siffatte.

Nella versione originaria della Proposta di Direttiva (poi adottata con il n. 770), l'art. 3 stabiliva: *«La presente Direttiva si applica ai contratti in cui il fornitore fornisce contenuto digitale al consumatore, o si impegna a farlo, e in cambio del quale il consumatore corrisponde un prezzo oppure fornisce attivamente una*

¹ European Data Protection Supervisor (EDPS), Opinion 4/2017, 17 marzo 2017, punto 17.

²Dir. 2019/771/UE del 20 maggio 2019 relativa a determinati aspetti dei contratti di vendita di beni, che modifica il regolamento (UE) 2017/2394 e la direttiva 2009/22/CE, e che abroga la direttiva 1999/44/CE.

controprestazione non pecuniaria sotto forma di dati personali o di qualsiasi altro dato». Per rispondere alle necessità di tutela dei soggetti nelle forme emergenti di economia digitale, la Proposta di Direttiva espressamente individuava quali contratti da essa disciplinati quelli in cui la fornitura di servizi digitali avviene in cambio di denaro oppure di dati personali. La previsione, nell'ambito applicativo delle nuove norme destinate a regolamentare la fornitura di servizi o contenuti digitali ai consumatori anche di quelle ipotesi tipiche della moderna economia nelle quali questi ultimi accedono a servizi o contenuti apparentemente gratuiti, ma in realtà forniti in cambio dei dati personali dell'utente consente, infatti, di applicare anche a tali fenomeni tutto lo strumentario giuridico a tutela del contraente consumatore, parte debole del contratto (clausole vessatorie, divieto di pratiche commerciali, garanzia di conformità ecc.).

I dati personali, dunque, nella prospettiva originaria erano considerati espressamente quale controprestazione degli impegni dell'operatore economico.

La versione definitiva del provvedimento europeo è invece differente, ed è il frutto di un cambiamento volutamente operato dal legislatore europeo proprio sulla base del citato Parere del Garante europeo del 2017.

Quest'ultimo, come si è visto, pur riconoscendo l'esistenza di un mercato dei dati personali («*There might well be a market for personal data*») nel quale essi sono economicamente oggetto di controprestazione nell'ambito di operazioni di scambio di beni e servizi compiute dai consumatori, ha ritenuto «pericoloso»³ accostare concettualmente e testualmente alla controprestazione pecuniaria un'ulteriore forma di controprestazione (la fornitura di dati personali).

Gli argomenti spesi dal Garante europeo toccano il cuore della materia della c.d. *privacy*, della sua ricostruzione concettuale, e sono il frutto di un equivoco che ha a lungo dominato, e come si vede ancora domina, la materia⁴.

Alla ricostruzione del fenomeno dello scambio dei dati personali contro servizi digitali in termini propriamente contrattuali e di corrispettivo il Garante europeo oppone che la protezione dei dati personali è un diritto fondamentale, che i dati personali non possono dunque essere valutati e considerati alla stregua di una «merce», e dunque di un corrispettivo, di un bene oggetto di un interesse economicamente percepibile sia da parte del consumatore (che grazie esso può ottenere servizi digitali) che dell'operatore economico.

Il risultato dell'obiezione avanzata dal Garante europeo sul testo della Proposta è, appunto, la disposizione dell'art. 3 della Direttiva n. 770, che non fa più riferimento alla prestazione avente ad oggetto i dati personali quale controprestazione della fornitura di beni o servizi digitali.

E tuttavia – essendo proprio il fenomeno che si vuole disciplinare quello della fornitura dei servizi digitali e dell'ottenimento corrispondente dei dati personali – l'art.

³ European Data Protection Supervisor (EDPS), Opinion 4/2017, 17 marzo 2017, nota 27: «Popular catchphrase like “digital currency” and “paying with data” may not only be misleading, but can also be dangerous, if it is taken literally and turned into a legal principle».

⁴ Per un più approfondito esame degli equivoci che hanno accompagnato questa tematica in Italia, sin dal recepimento della prima Direttiva comunitaria del 1995, n. 46, rinvio a V. RICCIUTO, *L'equivoco della privacy. Persona vs datopersonale*, Napoli, 2022.

3 della Direttiva mantiene il riferimento alla fornitura dei dati personali, con una solo apparente soluzione del problema teorico avanzato dal Garante europeo⁵.

2. La prospettiva funzionale.

Nonostante le prese di posizione del Garante europeo per la protezione dei dati personali, a ben vedere, nemmeno con la sua formulazione definitiva l'art. 3 della Direttiva n. 770 abbandona la prospettiva dello scambio.

Il comma 1, dopo aver affermato, che la Direttiva si applica a «*qualsiasi contratto in cui l'operatore economico fornisce, o si impegna a fornire, contenuto digitale o un servizio digitale al consumatore e il consumatore corrisponde un prezzo o si impegna a corrispondere un prezzo*», precisa che la Direttiva si applica «*altresì nel caso in cui*» il professionista fornisce il servizio «*e*» il consumatore «*fornisce o si impegna a fornire dati personali*», fatto salvo il caso in cui i dati personali forniti dal consumatore siano trattati esclusivamente per fornire il contenuto o il servizio o per assolvere ad obblighi di legge gravanti sul professionista.

Il riferimento allo scambio, inizialmente espresso dalla categoria del corrispettivo, è ora indicato attraverso la previsione delle due rispettive prestazioni (la fornitura del servizio e la fornitura dei dati personali), unite dalla semplice congiunzione «*e*».

La riformulazione dell'originaria Proposta di Direttiva e l'attuale riferimento a due prestazioni volontarie che (solo apparentemente ed equivocamente) l'art. 3 pare considerare quali attività giuridiche "parallele", quali fonti di prestazioni isolate non oggetto di un unico contratto, ha talvolta condotto a ritenere alcuni interpreti che nel fenomeno considerato ci si trova di fronte a due diverse e strutturalmente distinte manifestazioni di consenso: quella del professionista alla fornitura del servizio, quelle del consumatore alla fornitura dei dati personali⁶.

A ben vedere, però, entrambe le prestazioni, in realtà, si giustificano a vicenda, sicché l'operazione economica realizzata è uno scambio e, anche giuridicamente, la fornitura dei dati personali è il corrispettivo della prestazione di beni e servizi.

Si deve infatti conciliare la disposizione di cui all'art. 3 della Dir. 770/2019 citato con la teoria generale del contratto all'interno della quale, in ogni caso, è destinata ad

⁵E peraltro, «avoiding the term "counter-performance" or any comparable terminology from the realm of contract law contributes nothing to achieving the goals of the DCD or serving any other regulative purpose»: A. METZGER-Z. EFRONI-L. MISCHAU-J. METZGER, *Data-Related Aspects of the Digital Content Directive*, in JIPITEC, 2018. Cfr. anche le riflessioni di H. ZECH, *Data as tradable commodity*, in A. DE FRANCESCHI (ed.), *European contract law and the Digital Single Market*, Cambridge, 2016, p. 460 ss.

⁶Evidenzia la curiosità della formulazione utilizzata per descrivere l'operazione economica C. CAMARDI, *Prime osservazioni sulla Direttiva (UE) 2019/770 sui contratti per la fornitura di contenuti e servizi digitali. Operazioni di consumo e circolazione di dati personali*, in *Giustizia civile*, 2019, p. 499 ss., che nota come nel secondo comma dell'art. 3 della Direttiva «compare un altro modello di operazione economica, che la Direttiva fa ricadere nel suo ambito di applicazione ma non definisce "contratto" (come invece faceva nel comma 1), facendo piuttosto ricorso al generico termine "caso" in cui l'operatore economico fornisce contenuti o servizi digitali, ma il consumatore non paga un prezzo, bensì a sua volta "fornisce o si impegna a fornire" dati personali. Ciò che rende singolare questa definizione è la circostanza per cui le due forniture da parte dei due contraenti non sembrano poste in relazione formale di corrispettività, ragion per cui il contratto non si presenta né oneroso né a prestazioni corrispettive, bensì come "caso", per l'appunto, in cui convergono la prestazione economica tecnicamente gratuita di contenuti o servizi».

essere risolta ed interpretata la vicenda dei contratti di fornitura di contenuti o servizi digitali.

Per questa ragione, pur nella non brillante formulazione prescelta dal legislatore europeo per descrivere l'operazione economica (e che, appunto, pare distinguere due atti paralleli: quello di fornitura del bene/servizio; quello di circolazione dei dati personali), potrebbero sollevarsi alcune perplessità in ordine alla teorizzazione di figure contrattuali «a titolo, o meglio a struttura gratuita alle quali si affianca – ma non in funzione corrispettiva – un atto dispositivo mediante il quale il consumatore cede al fornitore suoi dati personali»⁷.

Il collegamento funzionale di scambio tra la fornitura del servizio e quella dei dati personali è alla base della strutturazione della operazione economica, la quale dunque è portatrice di una effettiva «corrispettività» tra le forniture e come tale è considerata dalla disciplina fornita all'operazione stessa, al di là del rifiuto del legislatore europeo a chiamare i concetti giuridici con il proprio nome.

D'altra parte, lo stesso legislatore europeo non può omettere di collocare nell'ambito dei contratti di scambio il fenomeno in questione e, a tal fine, finanche di inserirlo nelle nuove politiche di disciplina dei contratti di consumatori.

Così, da ultimo, la dir. UE 2019/2161⁸ rileva (considerando 31) che i contenuti digitali e i servizi digitali sono spesso forniti *online* attraverso contratti che prevedono, da parte del consumatore, «la comunicazione di dati personali al professionista»; contestualmente quello stesso considerando 31 precisa che, la riformanda dir. 2011/83/UE si applica solo ai contratti di servizi, compresi i contratti di servizi digitali, che prevedono che il consumatore paghi o si impegni a pagare un prezzo. Su tale disciplina interviene così il legislatore europeo del 2019 – attraverso la dir. 2161 citata – proprio per estendere le tutele previste per le forniture di servizi digitali offerte in cambio di denaro anche alle ipotesi di «contratti di servizi digitali nel cui ambito il consumatore fornisce al professionista dati personali e non paga alcun prezzo. *Data la loro somiglianza e la loro interscambiabilità*, i servizi digitali a pagamento e i servizi digitali forniti contro dati personali dovrebbero essere soggetti alle stesse norme»⁹.

⁷Così C. CAMARDI, *op. cit.*, p. 501 che suggerisce l'ipotesi di «forniture contrattuali a titolo, o meglio a struttura gratuita alle quali si affianca – ma non in funzione corrispettiva – un atto dispositivo mediante il quale il consumatore cede al fornitore suoi dati personali, suscettibili di trattamento e verosimilmente trattati in relazione a scopi diversi da quelli contrattuali (come si desume dalla parte finale del paragrafo): per questi "casi" la Direttiva estende al fruitore gratuito del servizio la protezione del consumatore pagante, attribuendogli l'esercizio dei rimedi contro i difetti di conformità». Su tale aspetto v. anche G. SCORZA, *Il dato personale: manifestazione della personalità vs. forma di ricchezza*, in V. RICCIUTO, C. SOLINAS, *Forniture di servizi digitali e «pagamento» con la prestazione dei dati personali. Un discusso profilo dell'economia digitale*, Milano-Padova, 2022, p. 85 ss. V. anche la tesi del c.d. «doppio consenso» ripresa nel volume di C. IRTI, *Consenso "negoziato" e circolazione dei dati personali*, Torino, 2021.

⁸Dir. UE 2019/2161 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 novembre 2019 che modifica la dir. 93/13/CEE del Consiglio e le dir. 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori.

⁹Coerentemente, l'ambito di applicazione della Dir. UE 2011/83 è ampliato con l'introduzione all'art. 3 del par. «1 bis. La presente direttiva si applica anche se il professionista fornisce o si impegna a fornire un contenuto digitale mediante un supporto non materiale o un servizio digitale al consumatore e il consumatore fornisce o si impegna a fornire dati personali al professionista, tranne i casi in cui i dati personali forniti dal consumatore siano trattati dal professionista esclusivamente ai fini della fornitura del contenuto digitale su supporto non materiale o del servizio digitale a norma della presente direttiva o per consentire l'assolvimento degli obblighi di legge cui il professionista è soggetto, e questi non tratti tali dati per nessun altro scopo».

La prospettiva, insomma, è quella della patrimonializzazione del dato personale¹⁰.

3. Persona vs dato personale.

La ricostruzione in termini anche patrimoniali, e dunque di scambio, delle vicende che concernono i dati personali presuppone che questi ultimi siano concepibili come oggetto di diritti, come beni (seppure immateriali), per quanto i diritti ipotizzabili sugli stessi che vengono trasmessi o acquisiti dal titolare del trattamento possano essere di diverso tipo, di godimento non esclusivo, di sfruttamento economico, di trasformazione al fine della creazione di ulteriori dati attraverso, ad esempio, la profilazione, ecc.

La qualificazione alla stregua di beni ha però dovuto superare per un verso le difficoltà esegetiche relative alla nozione codicistica di bene (art. 810 c.c.)¹¹ e, per altro verso, gli equivoci affermatasi in questa materia tra cui l'endiadi tra persona e dato personale.

Si tratterebbe, è chiaro, di beni particolari perché suscettibili di essere "goduti" contemporaneamente da una pluralità di soggetti collocati in luoghi diversi; e il cui godimento non implica una loro "consumazione".

È una caratteristica specifica del dato personale che fa sì che, ad esempio, l'eventuale diritto di godimento sullo stesso non possa essere pienamente parificato a quello del conduttore che gode del bene in via esclusiva.

Il che porta a domandarsi se proprio in ragione della peculiarità del bene e della sua fruibilità affrancata dagli elementi di spazio e di tempo possa ragionarsi della nascita di una peculiare categoria di diritti di godimento, privo dell'elemento dell'esclusività.

¹⁰ V. RICCIUTO, *La patrimonializzazione dei dati personali. Contratto e mercato nella ricostruzione del fenomeno*, in *Dir. inf.*, 2018.

¹¹ Non a caso i dubbi in ordine alla circolazione e alla negoziabilità del dato sono stati sollevati anche in relazione alla questione - regolarmente posta ogniqualvolta si affaccia sul mercato una nuova risorsa ed utilità economica - se il dato personale superi il filtro dell'ammissibilità giuridica contemplato nell'art. 810 c.c. italiano, per il quale «sono beni le cose che possono formare oggetto di diritti». Tanto più che la considerazione della tutela dei dati personali nel contesto dei diritti della personalità ne impedirebbe, secondo talune posizioni la qualificazione giuridica in quei termini normativi, soprattutto muovendo dal profilo storico-dogmatico della non negoziabilità che ha caratterizzato quei diritti. La filtrabilità imposta dall'art. 810 c.c. ha tradizionalmente portato l'interprete ad escludere che un bene (economico) possa assumere qualificazione giuridica se intorno ad esso non è configurabile una situazione di esclusività dell'appropriazione, condizione ritenuta costitutiva del nucleo stesso della nozione giuridica di bene. Successive evoluzioni interpretative hanno inteso l'espressione «diritti» di cui alla norma codicistica in una accezione più ampia, consentendo così di definire beni giuridici anche entità che, tecnicamente, per loro natura non sarebbero suscettibili di divenire oggetto del diritto di proprietà, ammettendo l'esistenza di entità che possono ritenersi beni giuridici pur non assurgendo ad oggetto del diritto di proprietà. È il caso della tematica dell'informazione come bene che ha a lungo impegnato la dottrina civilistica, italiana e non solo.

La categoria di bene giuridico ai sensi dell'art. 810 c.c. è analiticamente e attentamente indagata da O. T. SCOZZAFAVA, *I beni e le forme giuridiche di appartenenza*, Milano, 1982. Sul problema dell'informazione come bene, V. ZENO-ZENCOVICH, *Informazione, Profili civilistici*, in *Dig.*, IV, sez. civile, IX, Torino, 1993. La dimensione economica dell'informazione è ricostruita nelle indagini di G.J. STIGLER, *The Economics of Information*, in *J. Pol. Economy*, 1961, p. 213 ss. Per un'evoluzione della questione cfr. P. PERLINGIERI, *L'informazione come bene giuridico*, in *Rass. dir. civ.*, 1990, p. 327 ss.; A. SCHAFF, *La nozione di informazione e la sua rilevanza giuridica*, in *Dir. inf.*, 1987, p. 445 ss.; P. CATALA, *Ebauche d'une théorie juridique de l'information*, in *Inf. e dir.*, 1983, p. 19. Per le questioni relative al dato personale nella teoria dei beni giuridici cfr. C. ANGIOLINI, *Lo statuto dei dati personali. Uno studio a partire dalla nozione di bene*, Torino, 2020.

In ogni caso, la disciplina normativa del trattamento dati personali prescinde totalmente, va sottolineato, dalla questione dell'appartenenza, dettando invece copiose e rigorose regole di circolazione.

Sin dalla Direttiva n. 46/1995 e dalla legge italiana di recepimento (l. n. 675/1996) ed oggi dal GDPR, le indicazioni del legislatore europeo e nazionale sono sempre state nel senso di escludere che intorno alla risorsa «dato personale» si formassero o riconoscessero situazioni di appropriazione esclusiva. Viceversa, la tendenza è sempre stata quella – in linea con il fenomeno delle nuove tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni ed oggi dell'economia digitale – di favorire la più ampia circolazione dei dati personali rispetto al quale intento le situazioni, appunto, di appropriazione esclusiva ostacolerebbero la rapidità degli scambi, introducendo elementi di rigidità del mercato.

Nel negare la prospettiva contrattuale di scambio, nel porre il problema dei rischi dell'accostamento del dato personale ad una merce, nel ritenere che in ragione della assolutezza del diritto alla protezione dei dati personali questi ultimi non possano essere oggetto di scambio giuridico, pertanto, lo stesso Garante europeo pare perpetuare un equivoco. Vale a dire che la circolazione del dato debba presupporre e sia possibile con la sola cessione del bene (solo in ragione di un effetto traslativo proprio di un negozio di cessione), laddove, invece, tale circolazione può avvenire – ed avviene – con negozi dispositivi del bene, costitutivi di un diritto a trattare i dati personali: sono questi ultimi atti che rendono possibile la realizzazione del principio di circolazione del dato.

E, proprio in ragione di ciò, l'interessato, il quale non aliena i propri dati, mantiene sempre e comunque sugli stessi ogni controllo e prerogativa pur dinnanzi al trattamento che altri soggetti svolgano.

Si può ammettere l'esistenza di entità che possono ritenersi beni giuridici pur non assurgendo ad oggetto del diritto di proprietà.

La riconduzione del tema dei dati personali negli schemi proprietari si porrebbe in netto e completo contrasto con tutto l'impianto normativo come costruito dal legislatore europeo, non solo, a ben vedere, la stessa cessione dei propri dati, se costruita come negozio traslativo farebbe sì che quel (ex) titolare dei dati, una volta realizzato lo scambio, perda ogni diritto e potere sui suoi (ex) dati personali, salvo quelli che abbia riservato per sé, e così perda le tutele che la ricostruzione del fenomeno in termini dominicali vorrebbe assicurargli¹². Sicché l'alternativa alla quale conduce un tale scenario sarebbe, allora, quella di negare la circolazione del dato, di impedirne, da parte del proprietario, la disponibilità del bene nella realtà sociale ed economica e nel mercato: solo così, il proprietario potrebbe continuare ad avere sullo stesso poteri e prerogative esclusive ed assolute. Ma, a questo punto, si arriverebbe al paradosso di negare il fenomeno stesso del trattamento dei dati personali e ogni

¹² Sul piano teorico il concetto di *property-privacy* riconosceva ad ogni soggetto l'esclusivo e pieno controllo di tutti i suoi beni, materiali e spirituali, un dominio, appunto, sulla sua intera sfera personale in tutte le sue manifestazioni. Il concetto, invece, della *personality-privacy*, si proponeva in una prospettiva dinamica, ben oltre la protezione da aggressioni esterne alla sfera personale dell'individuo e serviva, in positivo, in una prospettiva dinamica, a realizzare la sua personalità e finiva per rendere sempre più inidoneo lo schema dominicale a far fronte ai nuovi strumenti dell'informazione e della comunicazione, fenomeno che imponeva un controllo dell'individuo su ciò che su di lui veniva detto e rappresentato, secondo i tratti propri della circolazione delle informazioni.

principio di loro circolazione; si finirebbe con il negare non solo la qualificazione del dato in termini di bene giuridico ma con l'escluderne lo stesso valore economico e dunque il fondamento stesso dell'intero fenomeno della società dell'informazione e dell'economia digitale. È vero. La persona - proprietaria dei suoi dati - godrebbe della piena ed assoluta tutela degli stessi; ma, una tale situazione sarebbe possibile solo se il soggetto decida di isolarsi dal contesto sociale ed economico nel quale vive, rinunciando a tutti i servizi oggi offerti nell'ambito della società dell'informazione e nell'economia digitale.

Per trovare una soluzione realistica e utile alle questioni poste dall'economia digitale si deve dunque superare la tradizionale collocazione della materia dei dati personali nella sola ed esclusiva sfera della tutela dei diritti assoluti della personalità.

La normativa sul dato personale e sull'attività che ne costituisce trattamento (soprattutto sotto il profilo della sua circolazione) come definiti e qualificati nel Regolamento europeo è interamente espressa – trova la sua stessa ragion d'essere - intorno all'idea del valore del dato come utilità e risorsa economicamente valutabile; ed a cui quella normativa – e dunque l'ordinamento europeo ed italiano – attribuisce qualificazione giuridica, tutela, garanzia di disponibilità ed "appropriazione". Ed è proprio su quel valore trasferibile e circolabile nel gioco economico che è stato costruito l'intero sistema giuridico relativo al fenomeno del rapporto tra la persona ed il (suo) dato personale e le dinamiche dello scambio e del mercato nella società dell'informazione e dell'economia digitale.

È fuori dubbio che il dato personale come bene economico trova la sua ragion d'essere nel mercato.

L'opinione contraria espressa dal Garante Europeo per la protezione dei dati personali in occasione dell'adozione della Direttiva 770 è concettualmente in contraddizione con i principi e la normativa in materia di trattamento dei dati personali, sostenendo che «i diritti fondamentali, come il diritto alla protezione dei dati personali, non possono essere ridotti a semplici interessi dei consumatori e i dati personali non possono essere considerati una mera merce».

Non può non notarsi che, secondo una tale impostazione, un contratto con cui si trasferiscano ad altri o si costituiscano diritti relativamente ai propri dati personali¹³ in cambio di altri beni o servizi dovrebbe essere nullo sotto il profilo della sua illiceità. Rileverebbe, in questo caso, la circostanza che il dato personale non sarebbe giuridicamente merce, utilità scambiabile, ricchezza circolabile. Insomma, ritenere che i dati personali non possono essere considerati una «merce» non può che comportare, coerentemente, sul piano teorico e concettuale la nullità dei relativi contratti.

¹³ E, va qui ribadito, non necessariamente diritti di privativa o di stampo proprietario. Anche il negare cittadinanza alle prospettive di stampo proprietario in materia di dati personali – sul presupposto che «il sistema europeo della tutela dei dati personali è costruito in funzione attuativa del precetto di protezione dei diritti fondamentali, e segnatamente del diritto iscritto nell'art. 8 della Carta Ue» in quanto il regolamento 2016/679/(UE) «non è volto a riconoscere privativa su beni immateriali, bensì a tutelare le persone fisiche» nelle operazioni di trattamento dei dati personali (così G. RESTA, *I dati personali oggetto del contratto. Riflessioni sul coordinamento tra la Direttiva (UE) 2019/770 e il Regolamento (UE) 2016/679*, in V. RICCIUTO, C. SOLINAS (a cura di), *Forniture digitali e «pagamento»*, cit., p. 55; ID., *Governare l'innovazione tecnologica: decisioni algoritmiche, diritti digitali e principio di eguaglianza*, in *Pol. dir.*, 2019, p. 199 ss.) – non esclude che attraverso operazioni negoziali possano essere costituiti o trasferiti diritti aventi ad oggetto dati personali. E dunque non esclude che i dati personali possano assurgere a «bene della vita» disponibile.

Si tratta di una posizione tecnicamente e scientificamente discutibile e del tutto inconsistente.

Essa innanzitutto trascura del tutto la circostanza che il dato personale circola, e che è proprio la circolazione del dato personale (e in definitiva la sua disposizione e disponibilità da parte dell'interessato) a stare al centro del fenomeno disciplinato dal legislatore europeo. Il dato personale è un "bene", pienamente riconducibile alla previsione dell'art. 810 c.c. italiano, e come tale – a prescindere dal fatto che non lo si voglia chiamare «bene» o «corrispettivo» per salvare l'apparenza di un'idea esclusiva di tutela della personalità morale – è oggetto di operazioni di scambio: lo stesso legislatore considera e disciplina la causa di questi scambi.

In secondo luogo, si tratta di una posizione che, lungi dal tutelare appieno la persona, finisce per escludere che al soggetto possano essere riconosciute anche le tutele del contratto, e segnatamente quella offerta dal diritto dei consumatori¹⁴. Ed infatti, la prospettiva – diremmo - "patrimoniale" si aggiunge ma non elide né nega la considerazione della persona nell'ambito del fenomeno disciplinato. Semplicemente arricchisce la sfera delle tutele azionabili anche di quegli strumenti – tipicamente propri del diritto patrimoniale e contrattuale – che diversamente non sarebbero accessibili per l'interessato: l'azione di esatto adempimento; la tutela contrattuale; la disciplina sulle pratiche commerciali scorrette ed in genere la tutela del consumatore.

Finora, di contro, la tutela dell'interessato è rimasta pressoché esclusivamente confinata nell'ambito della tutela dei diritti della personalità e dunque prevalentemente della responsabilità extracontrattuale. Vale sempre l'esempio: se un soggetto "cede" i propri dati ad una banca dati pattuendo in cambio un corrispettivo, nell'eventualità che il cessionario non adempia al pagamento si dovrà procedere giudizialmente per inadempimento di quell'obbligo e per il risarcimento del danno patrimoniale eventualmente subito; non vi è ragione né spazio per invocare la tutela della personalità morale per il mancato adempimento e per agire nel solco della responsabilità extracontrattuale.

4. Il fenomeno nelle pronunce dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato italiana e della giurisprudenza amministrativa e nella nuova formulazione del Codice del Consumo.

¹⁴Così si sostiene condivisibilmente che l'aspetto relativo alla tutela della persona nel fenomeno del trattamento dei dati personali e la possibilità di concepire i dati personali quale «controprestazione» non si escludono a vicenda (A. METZGER-Z. EFRONI-L. MISCHAU - J. METZGER, *Data-Related Aspects of the Digital Content Directive*, cit.). Con riferimento alla Dir. n. 770/2019 detti autori sostengono che «In other legal disciplines it is well established that personality-related rights (such as authors' rights or publicity rights) can simultaneously have a monetary dimension, which their holders are free to realise. Such duality can equally apply to the interface between data as reflecting a personal right (e.g., under the GDPR) and data as a commodity (e.g., under the DCD [Digital Content Directive: n.d.r.]) [...] No erosion in the status and operation of data protection law is to be feared if the DCD merely targets the commercial facets of a market reality that data protection law cannot wipe away». Direi tuttavia, che lo stesso GDPR non si limita a definire e tutelare la sola dimensione «personalistica» dei dati personali, ma pone le basi per agevolarne lo sviluppo economico. Rinvio, per maggiori considerazioni, a V. RICCIUTO, *La patrimonializzazione*, cit. passim.

Una posizione differente rispetto a quella del Garante europeo è stata recentemente più volte assunta dall'Autorità Garante per la Concorrenza e il Mercato italiana (AGCM)¹⁵.

L'Autorità non solo ha riconosciuto possibile la conclusione di contratti aventi ad oggetto la fornitura di dati personali, rilevando «*la natura di controprestazione non pecuniaria dei dati degli utenti dei social media*», ma li ha qualificati come contratti dei consumatori, applicando agli stessi la tutela in tema di pratiche commerciali scorrette¹⁶.

Stessa ricostruzione è stata operata dal giudice amministrativo, proprio al fine di applicare la disciplina consumeristica in materia di pratiche commerciali scorrette relativamente alla non corretta informazione resa dal fornitore di un servizio di *social network* in ordine all'affermazione della gratuità del servizio: gratuità apparente, ma non effettiva¹⁷.

¹⁵ Autorità Garante della concorrenza e del mercato, Provv. n. 27432 del 2018: proprio per motivare l'applicabilità della disciplina consumeristica all'operatore del mercato digitale che offriva i propri servizi senza corrispettivo monetario, ma tuttavia, di fatto, in ottica di scambio con i dati personali degli utenti, l'AGCM ha rilevato che: « con riferimento alle condotte [...], diversamente da quanto sostenuto dal professionista, il patrimonio informativo costituito dai dati degli utenti [...], utilizzato per la profilazione degli utenti medesimi a uso commerciale e per finalità di marketing, acquista, proprio in ragione di tale uso, un valore economico idoneo a configurare l'esistenza di un rapporto di consumo tra il Professionista e l'utente che utilizza i servizi [...] anche in assenza di corrispettivo monetario [...] La natura di controprestazione non pecuniaria dei dati degli utenti dei social media è ribadita, oltre che in sede di tutela del consumatore, anche nell'ambito della valutazione delle concentrazioni tra imprese. In particolare, nel caso, COMP/M.7217 – Facebook/Whatsapp, la Commissione, nell'esaminare i profili concorrenziali dell'acquisizione di WhatsApp da parte di Facebook, ha affermato che “[t]he vastmajority of social networking services are provided free of monetarycharges. They can however be monetized through other means, such as advertising or charges for premium services” ». Cfr. anche AGCM, n. 26597 dell'11.5.2017, PS10601, Whatsapp-Trasferimento dati a Facebook, in Boll. 18/2017, p.ti 53 – 54 ove l'Autorità rileva che «la condotta con cui WhatsApp ha acquisito il consenso dei propri utenti all'aggiornamento dei Termini di utilizzo, contrariamente a quanto sostenuto dalla Parte, che nega il valore economico dei dati personali degli utenti, costituisce una pratica commerciale ai sensi del Codice del Consumo... le dichiarazioni rese dal Professionista nel corso dell'audizione, e acquisite agli atti, confermano quanto ipotizzato in sede di avvio del procedimento riguardo alla rilevanza economica dei dati degli utenti di WhatsApp e alla finalità stessa della pratica in esame. In particolare, la Parte ha rappresentato che l'attività di condivisione dei dati con Facebook migliorerà l'attività di advertising della medesima e “dovrebbe generare ricavi direttamente a Facebook”. Il patrimonio informativo costituito dai dati degli utenti di WhatsApp, utilizzato per la profilazione degli utenti medesimi a uso commerciale e per finalità di marketing, acquista, proprio in ragione di tale uso, un valore economico idoneo, dunque, a configurare l'esistenza di un rapporto di consumo tra il Professionista e l'utente». Si v. altresì AGCM, WhatApp Inc., 11 maggio 2017 CV 154; AGCM, PS 11147 provv. n. 29890 del 16 novembre 2021 – Google Drive-Sweep 2017; AGCM, PS 11150, provv. n. 29888 del 9 novembre 2021 – iCloud. Si v. anche, in relazione a ipotesi di abuso di posizione dominante, il noto caso deciso nel 2019 dal Bundeskartellamt tedesco B6-22/16, relativo alla posizione di un noto social network nel mercato, in grado di ricostruire in maniera complessiva i profili dei propri utenti attraverso il trattamento non solo dei dati raccolti con l'uso diretto della propria applicazione - i.e. Facebook-, ma altresì integrandoli e combinandoli con i dati raccolti da altre applicazioni di sua proprietà – i.e. Whatsapp-.

¹⁶AGCM, Provv. n. 26596 del 11 maggio 2017.

¹⁷ TAR Lazio, n. 260 del 2020, su cui C. SOLINAS, *Circolazione dei dati personali, onerosità del contratto e pratiche commerciali scorrette*, in *Giur. it.*, 2021 p. 321 ss. (e in termini identici la sentenza “gemella”, n. 261/2020). La motivazione che muove i giudici amministrativi mette in luce il meccanismo economico alla base dell'attività contrattuale e di impresa del gestore della piattaforma. Proprio su questo presupposto, attento a dar rilievo giuridico all'economia dei dati, è stata rigettata l'idea che ogni volta che vi sia un trattamento dei dati personali la normativa esclusiva sia quella del GDPR, letto, oltretutto, in una prospettiva limitata tutta incentrata sulla difesa della persona, ed insensibile e immune ai temi del diritto patrimoniale. Sul fenomeno della circolazione, in sostanza, insistono anche altre discipline proprio per essere, esso, un fenomeno anche economico-patrimoniale, e dunque contrattuale.

La posizione del giudice amministrativo di primo grado ha ricevuto il definitivo avallo del Consiglio di Stato con la sentenza n. 2631 del 29 marzo 2021 (alla quale le corti di merito civile si uniformano)¹⁸. Ai fini dell'applicabilità della disciplina consumeristica in materia di pratiche commerciali scorrette, il Consiglio di Stato ha deciso di « *affrontare, in prima battuta, il tema della non commercialità dei dati personali e quindi della non riconducibilità del loro trattamento con riguardo al diritto consumeristico, di modo che (secondo tale prospettiva coltivata dalla società appellante) - che lucrava dai dati personali raccolti come gestore di un social network- «la non patrimonialità del dato personale rende inapplicabile la disciplina in materia consumeristica alla tutela dei dati personali, cui è rivolta, in via esclusiva, la specifica normazione recata dal Regolamento eurounitario n. 679/2016»*. E dunque, dopo questa premessa, il Consiglio di Stato rigetta una tale ricostruzione, ritenendo non possibile confinare la materia del trattamento dei dati personali nel solo ambito di tutela della persona, con esclusione delle discipline in tema di contratto e di tutela del consumatore. Al contrario, l'organo della Giustizia amministrativa, ritiene che allorquando il gestore di un social network non informi «*l'utente con chiarezza e immediatezza in merito alla raccolta e all'utilizzo, a fini remunerativi, dei dati dell'utente da parte del Professionista e, conseguentemente, dell'intento commerciale perseguito, volto alla monetizzazione dei medesimi*» sia integrata l'ipotesi di pratica commerciale ingannevole. Tale comportamenti, per il Consiglio di Stato, « *lasciano supporre che sia possibile ottenere immediatamente e facilmente, ma soprattutto "gratuitamente" (e per tutto il periodo in cui l'utente manterrà l'iscrizione in piattaforma), il vantaggio collegato dal ricevimento dei servizi tipici di un social network senza oneri economici, omettendo di comunicare che, invece, ciò avverrà (e si manterrà) solo se (e fino a quando) i dati saranno resi disponibili a soggetti commerciali non definibili anticipatamente ed operanti in settori anch'essi non preindicati per finalità di uso commerciale e di diffusione pubblicitaria*»; contratti «*gratuiti ma che, evidentemente, gratuiti non sono, finendo per rappresentare il "corrispettivo" della messa a disposizione dei dati personali del singolo utente a fini commerciali*».

Risulta definitivamente riconosciuta la natura dei dati personali come corrispettivo contrattuale.

Coerentemente, deve predicarsi l'onerosità del relativo contratto¹⁹.

L'economia dei dati ha portato ad evidenza come il trattamento degli stessi costituisca la principale fonte di guadagno di talune grandi imprese che ne sfruttano le potenzialità economiche. Così, all'equivoco di ritenere che non vi sia uno scambio e che dunque i dati personali non possano qualificarsi come corrispettivo in senso

¹⁸ Ampiamente su tale pronuncia si leggano i contributi in V. RICCIUTO, C. SOLINAS (a cura di), *Forniture di servizi digitali e "pagamento" con la prestazione dei dati personali*, cit. Cfr., poi, in sede di merito civile Corte d'Appello de L'Aquila n. 1659/2021, la quale, con riferimento alla pronuncia resa dal Consiglio di Stato, sostiene che «il principio giuridico espresso valorizza, a ben vedere, il profilo patrimoniale della prestazione richiesta all'utente ampliandone la valutazione, in funzione dell'evoluzione della tecnologia e delle nuove scelte imprenditoriali che la pratica commerciale propone - evidentemente ritenute meritevoli di tutela giuridica - e, in tale ottica, giunge a considerare la facoltà d'uso dei dati personali concessa dall'utente al social network alla stregua di una controprestazione a contenuto patrimoniale»; Trib. Bologna, n. 5206/2021; Trib. Trieste, ord. 2032/2020.

¹⁹ Ma v. G. SCORZA, *Il dato personale: manifestazione della personalità vs forma di ricchezza*, in V. RICCIUTO, C. SOLINAS (a cura di), *Forniture di servizi*, cit., p. 97.

proprio, si aggiunge un paradosso: proprio quelle imprese davanti ai tribunali aditi hanno sostenuto la natura non negoziabile dei dati personali, la collocazione del fenomeno fuori dagli ambiti contrattuali, l'incompatibilità della ricostruzione in termini patrimoniali di questo fenomeno proprio con la natura fondamentale del diritto della persona alla protezione dei dati.

Non a caso, la difesa delle società convenute in giudizio ricorre, a sostegno della propria tesi, come sopra riferita, proprio al Parere del Garante europeo della protezione dei dati n. 4/2017 che aveva invitato il legislatore eurounitario ad omettere il riferimento alla natura della controprestazione in dati personali nell'ambito dei contratti di fornitura di contenuti e servizi digitali ai consumatori disciplinati nella dir. 770.

Opinione, peraltro, ribadita anche nel successivo Parere del Garante europeo della protezione dei dati, n. 8/2018, con riferimento all'originaria proposta della Dir. (UE) 2019/2161. Parere in cui, come ancora si ricorderà, pur prendendo coscienza del valore fattuale in termini monetari dei dati personali, il Garante aveva testualmente invitato il legislatore a non offrire un tale riconoscimento in termini di diritto in un atto legislativo dell'UE. L'espressa previsione dei termini di un contratto in cui il dato personale è considerato come una forma di pagamento a fronte della fornitura di contenuti o servizi digitali, a detta del Garante, minerebbe l'idea di fondo per cui, nel diritto dell'UE, i dati personali sono qualcosa da proteggere, perché il controllo sui propri dati è funzionale al libero sviluppo della propria personalità.

Si assiste dunque ad una contraddizione da parte delle stesse istituzioni che, da un lato, respingono la tesi per cui i dati personali, in quanto attinenti a diritti fondamentali della persona, possano assurgere a corrispettivo contrattuale; dall'altro affermano l'applicabilità delle tutele consumeristiche ai contratti di fornitura dei servizi digitali, in quanto comportano un costo per gli utenti, che consiste nei loro dati personali.

Ci pare che Tar e Consiglio di Stato abbiano, a riguardo, accolto la tesi da noi sostenuta relativamente alla patrimonializzazione dei dati personali, sicché quelle decisioni consentono al soggetto di avvalersi anche dello strumentario del diritto patrimoniale-contrattuale e, segnatamente, della disciplina delle pratiche commerciali scorrette.

E, del resto, dobbiamo oggi dar conto che con il recepimento della Direttiva n. 770 del 2019 nell'ordinamento interno attraverso il D. Lvo 4 novembre 2021, n. 173, è stata introdotta nel Codice del consumo la disciplina dei contratti di fornitura di contenuto digitale e di servizi digitali, disponendo che la stessa si applica (art. 135 *octies*, comma 4, D.Lvo 206 del 2005) non solo ai contratti nei quali il consumatore acquista il bene o servizio pagando un prezzo monetario, ma altresì « nel caso in cui » il professionista fornisce o si obbliga a fornire un contenuto o servizio digitale al consumatore « e il consumatore fornisce o si obbliga a fornire dati personali al professionista », escluse le ipotesi in cui tali dati siano trattati esclusivamente ai fini della fornitura del contenuto o servizio digitale oppure per assolvere a obblighi di legge del professionista e quest'ultimo non tratti tali dati per scopi diversi da quelli previsti.

La tecnica legislativa moderna normalmente non si impone all'attenzione degli interpreti per meditazione delle categorie e ponderazione dei concetti, anche sotto il

profilo semantico, in relazione ai presupposti e agli obiettivi dell'intervento normativo, sicchè non ci stupiamo del fatto che il legislatore italiano, in sede di recepimento, nulla abbia aggiunto al dettato europeo. Ha, però, modificato un termine ("obbligazione" in luogo di impegno) la cui portata, consapevole o meno che sia stata, attribuisce una sferzata verso il superamento definitivo della costruzione tradizionale del fenomeno in termini non patrimoniali. L'art. 135 *octies*, comma 4, Codice del consumo, contempla l'ipotesi in cui il consumatore «si obbliga» a fornire dati personali al professionista. L'adozione del concetto di obbligazione per qualificare l'impegno al conferimento del diritto a trattare i dati personali è certamente passaggio che tecnicamente vanifica quella «neutralità» rispetto al fenomeno contrattuale che in sede europea si voleva fornire modificando l'originaria formulazione della proposta di direttiva²⁰.

5. Conclusioni.

Alla luce di quanto sopra deve concludersi che lo scambio economico realizzato attraverso la circolazione del dato personale corrisponde ad una struttura giuridica di tipo contrattuale²¹. Vi sono infatti considerazioni che portano ad escludere la riconducibilità del fenomeno a categorie diverse, quali ad esempio i rapporti di mero fatto, fuori dall'ambito contrattuale; o alla ricostruzione del rapporto tra titolare e interessato alla stregua di rapporti sociali privi di rilievo giuridico quali le obbligazioni naturali.

Nell'analisi giuridica del fenomeno economico della circolazione dei dati personali, però, non deve commettersi l'errore di costringere in un tipo contrattuale determinato le operazioni economiche sopra descritte.

L'operazione economica avente ad oggetto i dati, infatti, nasce dalla prassi, ed è strutturalmente, inevitabilmente elastica, in coerenza con la flessibilità dei nuovi modelli economici e delle possibilità di sfruttamento economico di nuovi beni o utilità dell'economia digitale. Le ipotesi ricostruttive della struttura contrattuale dei fenomeni di circolazione del dato, pertanto, potrebbero essere diverse.

È evidente che in questo caso il diritto alla protezione dei dati personali, che rimane pur sempre esistente in capo interessato, non si concilia con la struttura contrattuale

²⁰ Com'è stato notato, infatti, con il suddetto d. Lvo 173/2021 di recepimento della Direttiva n. 770 del 2019, il legislatore nazionale ha mantenuto l'«apparente» neutralità della congiunzione «e» che lega le posizioni del professionista e del consumatore nella vicenda empirica dello scambio ma «ha connotato l' "impegno" del consumatore a fornire i dati personali con l'espressa - e assai meno neutrale sul piano tecnico - natura di obbligo avente ad oggetto la prestazione dei dati personali»: v. C. SOLINAS, *La circolazione dei dati personali nell'ottica dello scambio tra diritti*, in V. RICCIUTO, C. SOLINAS (a cura di), *Forniture digitali*, cit. p. 127.

²¹ Sul tema del contratto e del trattamento dei dati personali V. RICCIUTO, *Il contratto ed i nuovi fenomeni patrimoniali: il caso della circolazione dei dati personali*, in *Riv. dir. civ.*, 2020, p. 642 ss.; C. PERLINGIERI, *Profili civilistici dei social network*, Napoli, 2014; ead. C. PERLINGIERI, *Data as the Object of a Contract and Contract Epistemology*, in *The Italian Law Journal*, 2019, 2, p. 624 s.; S. THOBANI, *Diritti della personalità e contratto: Dalle fattispecie più tradizionali al trattamento in massa dei dati personali*, Milano, 2018; S. SOLINAS, *Circolazione dei dati personali, onerosità del contratto e pratiche commerciali scorrette*, in *Giur. it.*, 2021, p. 320 ss.; R. MESSINETTI, *Circolazione dei dati personali e autonomia privata*, in *Federalismi.it*, n. 21/2019, p. 2 ss.; G. VERSACI, *La contrattualizzazione dei dati personali dei consumatori*, Napoli, 2020.

della compravendita per il suo tipico effetto traslativo. L'interessato infatti non perde il controllo sul bene dato personale, né è di per sé impedito che altri titolari acquistino diritti a trattare lo stesso <<dato personale>> .

Ed allora in casi simili non si realizza un trasferimento, ma la costituzione in capo al titolare del trattamento di un diritto soggettivo che va ad insistere sul dato personale insieme ad altri diritti (e primariamente a quello dell'interessato). Sicché la circolazione del dato personale non realizza, in senso giuridico, una cessione dello stesso, nel senso di un effetto traslativo. Il diritto "acquisito" dal titolare è quello al trattamento del dato personale, ossia al suo sfruttamento economico, alla sua utilizzazione ed impiego sul mercato²².

²² Sul diritto a trattare i dati v. F. BRAVO, *Il "diritto" a trattare dati personali nello svolgimento dell'attività economica*, Padova, 2018, p. 22 secondo il quale, opportunamente, l'impostazione che nella vicenda del trattamento ha visto e considerato fino ad oggi solo il diritti dell'interessato alla protezione dei propri dati, "andrebbe riconsiderata muovendo lo sguardo anche da un altro punto di vista, quello del titolare del trattamento che, nell'esercizio delle proprie ' prerogative' legittime, si trova a porre in essere operazioni sui dati personali altrui per soddisfare interessi che l'ordinamento giuridico reputa meritevoli di tutela". Peraltro, con riferimento agli effetti contrattuali efficacemente C. SOLINAS, *Autonomia privata e regolazione pubblica nel trattamento dei dati personali*, Bari, 2022, p. 84 e 87 sottolinea che "la circolazione dei dati personali implica sempre, in capo al titolare, una vicenda concernente l'acquisto, la modifica o la perdita di un diritto a svolgere operazioni di trattamento, e dunque di un diritto a svolgere un'attività che è riconosciuta e disciplinata da un apposito statuto normativo ... il diritto al trattamento dei dati acquistato in una prospettiva di scambio non è un generico diritto al trattamento, ma il diritto a compiere operazioni sui dati personali funzionali alla soddisfazione di ulteriori interessi produttivi e commerciali dell'operatore. Il diritto a trattare i dati personali è, invero, un diritto di ampiezza circoscritta, connotato dal fine che attraverso le operazioni di trattamento si intende raggiungere". Sul principio di finalità del trattamento v. M. DELL'UTRI, *Principi generali e condizioni di liceità del trattamento dei dati personali*, in V. CUFFARO, V. D'ORAZIO, V. RICCIUTO (a cura di), *I dati personali nel diritto europeo*, Torino, 2019, p. 206 ss.