

Come i data broker raccolgono informazioni sui consumatori

Le più grandi società di raccolta dati

Acxiom, CoreLogic, Datalogix, eBureau, Id Analytics, Intelius, PeekYou, Rapleaf e Recorded Future



Guadagno annuale dei data broker

196 mln

su dati venduti
a inserzionisti
pubblicitari

177 mln

alle società che si
occupano della
gestione del rischio

52,6 mln

alle aziende
che tracciano gli utenti.

Le informazioni del consumatore sono condivise o vendute ai data broker

Nome

Indirizzo email

Quando un prodotto è comprato online

Prezzo pagato

Interessi personali

50 mila euro il valore dei dati di una persona nel corso di 40 anni

Fonte: Asseprim

L'inchiesta Le tracce lasciate online

La nostra vita venduta all'asta dai mercanti della privacy

Gusti, abitudini, scelte politiche: ogni individuo può fruttare almeno 50mila euro

GIULIANO FOSCHINI
FABIO TONACCI, ROMA

Durante l'ultima campagna elettorale, primi mesi del 2018, due ragazzi, italiani, hanno bussato alla porta delle sedi di alcuni dei principali partiti in corsa per governare il Paese. Portavano una cartellina. All'interno, fogli con un elenco lunghissimo di codici. Ogni numero, un nome e cognome. Ogni nome e cognome, un elettore. «Abbiamo i dati di migliaia di italiani: abitudini, gusti, informazioni personali. Usando i social network, potreste costruire messaggi mirati prima del voto. Vi interessano?». L'episodio, riferito a *Repubblica* da uno dei dirigenti di partito a cui quei ragazzi si sono rivolti («Noi non accettammo: era illegale» spiega), dimostra però a quali degenerazioni possa essere soggetto il Capitalismo di sorveglianza. Non solo. Racconta anche di come i nostri dati siano né più né meno merce, acquistabile e vendibile a un prezzo d'asta in un mercato che viaggia costantemente sul filo della legalità.

I data broker

Quei due ragazzi erano *data broker*, rivenditori di dati digitali recuperati in Rete da fonti che generalmente sono pubbliche. E poi aggregati, elaborati e analizzati sono pronti per essere venduti per campagne pubblicitarie mirate. O, come nel caso delle ultime Politiche, per conoscere, ed eventualmente provare ad orientare, il voto. Esistono delle multinazionali che offrono interi database costruiti sfruttando la sistematica opera di raccolta delle tracce che lasciamo online. Un esempio. L'utente, navigando, fa un preventivo per un'assicurazione, acquista una maglietta, carica la tessera del supermercato, cerca una casa da comprare. Condivide dunque i suoi dati con assicurazioni, negozi, anche lo Stato quando registrerà il contratto di acquisto. Ciascuno di questi soggetti diventa fonte per i *data broker* che sono così in grado di creare, per ogni persona, un profilo digitale: nome, cognome, numeri di

telefono, indirizzi di casa e di posta elettronica e molto altro. Ciascuno è poi incasellato in categorie. Le "soccer mums", per fare un esempio reale, sono le donne tra i 21 e i 45 anni che hanno acquistato articoli sportivi per i figli negli ultimi 24 mesi. Di ognuna di loro possono conoscere



l'altezza, i luoghi di villeggiatura, l'uso o meno di lenti a contatto, l'eventuale passione per il gioco d'azzardo, il reddito, il patrimonio, l'affiliazione politica.

Le regole del gioco

Dalle fonti aperte si può acquisire ciò che si vuole. È invece vietato

collezionare dati per i quali l'utente non ha dato il consenso. Secondo una stima di Asseprim, la Federazione nazionale servizi professionali per le imprese, i dati di una persona raccolti nell'arco di quarant'anni valgono almeno 50mila euro. Per testare la consistenza del mercato, basta vedere quanto le grandi società di data brokering guadagnano di media ogni anno: 426 milioni di dollari, di cui 196 milioni vendendo agli inserzionisti di pubblicità, 177 milioni a chi si occupa di valutazione del rischio creditizio, 52,6 a chi traccia singoli consumatori per strategie aziendali. «Nel nostro report sui Big Data - spiega Antonio Nicita, commissario dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni - abbiamo misurato l'esistenza di un prezzo implicito del dato che cediamo quando installiamo una app sul telefonino: in sostanza più permessi rilasciamo, sull'uso dei nostri dati, minore è il prezzo chiesto dal venditore dell'app».

Il caso del blog di Grillo

Acxiom, Epsilon, Oracle Data Cloud, Quantum, sono i big internazionali del settore. Acxiom, grazie al software Global data navigator, sostiene di essere in grado di raggiungere il 68 per cento della popolazione mondiale online, 62 nazioni (tra cui l'Italia) e 2,5 miliardi di consumatori. Nel gennaio del 2018 l'allora dirigente del Pd Mila Spicola ha segnalato al Garante per la Privacy il caso della piattaforma *beppegrillo.it*, che, secondo una ricerca dell'Università di Princeton, risultava aver «trasferito masse di dati alla statunitense Acxiom». Il Garante, però, non ha ravvisato irregolarità, anche perché la piattaforma *beppegrillo.it* era stata nel frattempo chiusa. «Chi controlla i dati controlla il business», dice Matteo Flora, amministratore della società di digital reputation The Fool. «Non a caso le grandi piattaforme, come Facebook e Twitter, stanno chiudendo l'accesso, rimanendone le uniche detentrici». Eccola, l'ultima frontiera del Capitalismo di Sorveglianza: non essere più padroni nemmeno di se stessi.

-4.fine

© RIPRODUZIONE RISERVATA