



L'intelligenza artificiale rappresenta il presupposto del Mercato unico digitale, al cui interno operano due principali categorie di soggetti: i consumatori digitali e le piattaforme *online*. Queste ultime elaborano le loro strategie d'azione attraverso la profilazione, che consiste in quelle tecniche di elaborazione dei dati personali degli utenti al fine di analizzarne, prevederne e condizionarne le scelte.

Si ripropone, pertanto, il problema della protezione del consumatore - questa volta "digitale" - che l'Unione ha progressivamente cercato di risolvere con i regolamenti *GDPR*, *DMA*, *DSA* e *AI Act*.

Il quadro giuridico che si configura appare, da un lato, significativamente innovativo poiché allenta la tradizionale posizione interventista di tutela diretta del consumatore, decentrando l'asse degli obblighi, di natura informativa, verso le piattaforme *online*. Dall'altro, manifesta una serie di lacune oltre che un certo grado di frammentazione. La disciplina in vigore, infatti, concerne pressoché esclusivamente le piattaforme *online* di grandi dimensioni e trascura quasi completamente quelle minori, con effetti facilmente intuibili sull'applicazione del principio di non discriminazione.

Per visualizzare l'articolo, [clicca qui](#).

The Digital Single Market is based on artificial intelligence. Two main categories of subjects operate within it: digital consumers and online platforms. The latter develop their action strategies through profiling, which consists of those techniques for processing the users' personal data in order to analyse, predict and influence their choices.

The problem of consumer protection, therefore, arises again. The Union has progressively tried to solve it with the *GDPR*, *DMA*, *DSA* and *AI Act* regulations.

The legal framework that emerges appears, on the one hand, significantly innovative since it loosens the traditional interventionist position of direct consumer protection, decentralising the axis of obligations, of informative nature, towards online platforms. On the other hand, it shows a set of gaps as well as a certain degree of fragmentation. Current rules, indeed,



Intelligenza artificiale e protezione del consumatore nelle piattaforme online

Nicola Ruccia

concern almost exclusively large online platforms and almost completely neglect smaller ones, with easily understandable effects on the application of the principle of non-discrimination.

To read the full article click, [here](#).