

## Note e commenti

### Applicazioni software nutrizionali e *personal data protection* Brevi note sulle *mobile app* nutrizionali alla luce del GDPR

Angela Busacca

1.- *Le mobile app: emersione del fenomeno e diffusione sul mercato*

Le statistiche ed i report di settore degli ultimi anni testimoniano un continuo aumento del tempo che le persone fisiche trascorrono on line, particolarmente utilizzando connessioni da dispositivi mobili per finalità estranee alle attività lavorative<sup>1</sup>: l'espressione "*time spent on platform*", utilizzata per indicare il fenomeno, sintetizza efficacemente come la maggior percentuale di tale tempo venga trascorsa su *websites* ed *app* che offrono servizi di *social networking* e di informazione,

ma altresì servizi per il tempo libero e/o l'organizzazione della vita quotidiana e, naturalmente, *websites* ed *app* per l'e-commerce.

Il costante incremento del tempo trascorso on line non manca di destare perplessità per le possibili ricadute sulle abitudini di vita e sui comportamenti sociali<sup>2</sup>, soprattutto con riferimento ai più giovani, ed altresì per la possibilità di consolidamento di veicolazione e diffusione di notizie false ed artefatte nonché di pratiche scorrette ed ingannevoli nei confronti delle categorie di utenti più deboli<sup>3</sup>. Per altro verso, tuttavia, non può negarsi che il corretto utilizzo delle tecnologie digitali possa dimostrarsi ben utile per la risoluzione di diversi problemi e criticità ma, sorretto da una valida *media education*, possa portare ad un generale miglioramento della qualità della vita e del patrimonio di conoscenze della persona e della comunità<sup>4</sup>.

Negli ultimi anni, peraltro, si è assistito ad un aumento dei prodotti offerti sul mercato digitale: in particolare, proprio le applicazioni per dispositivi mobili, comunemente indicate con l'abbreviazione "app", sono diventate una delle voci più rilevanti con una prospettiva di incremento costante che viene stimato, entro il 2030, in un giro di affari superiore ai 2.000 miliardi di dollari<sup>5</sup>.

(<sup>1</sup>) I dati dell'Agenzia We Are Social e della GWI per il 2024 evidenziano non soltanto un aumento del tempo trascorso on line, con una media quotidiana di oltre 6 ore (per la precisione 6 ore e 40 minuti) delle quali oltre 2 ore utilizzando i social media, ma altresì un incremento esponenziale dei profili social attivi che hanno superato, a livello globale, la soglia dei 5 miliardi, con aumento di oltre 260 milioni di profili rispetto al 2023 (<https://wearesocial.com/it/blog/2024/02/digital-2024-i-dati-globali-5-miliardi-di-utenti-sui-social-media>); con riferimento alla realtà italiana, il tempo medio trascorso on line si assesta sulla media di 5 ore e 49 minuti al giorno ed il numero di profili social attivi supera i 42 milioni, cifra che rappresenta più del 72% della popolazione (<https://wearesocial.com/it/blog/2024/02/digital-2024-i-dati-italiani>).

(<sup>2</sup>) R. Islambouli, S. Ingram and D. Gillet, *Is Your Time Well Spent Online?: Focusing on Quality Experiences Through a User-Centered Recommendation Algorithm and Simulation Model*, in *2021 20th IEEE International Conference on Machine Learning and Applications (ICMLA)*, Pasadena, CA, USA, 2021, p. 1043; nell'ambito di una vasta bibliografia sul tema, cfr. D. Borrelli, *I nuovi sensi del senso comune. Come Internet sta cambiando l'esperienza del senso comune*, in *Sociologia della Comunicazione*, 2009, p. 24; B. Christians, T. Griffiths, *Algoritmi per la nostra vita. Alla scoperta della logica informatica che ci aiuta nelle decisioni quotidiane*, ed. Apogeo, Milano, 2016; per un punto di vista prettamente giuridico, con attenzione ai diritti dei singoli utenti in una prospettiva di tutela costituzionale, cfr. T. E. Frosini, *Il costituzionalismo nella società tecnologica*, in *Il Diritto dell'Informazione e dell'informatica*, 2020, p.465.

(<sup>3</sup>) Sul punto è considerato ormai un classico N. Carr, *Internet ci rende stupidi? Come la Rete sta cambiando il nostro cervello*, Milano, 2013; con riferimento alle situazioni di potenziale rischio per le categorie più deboli o vulnerabili, cfr. L. Franceschetti, *Identità e dipendenze digitali: nuovi stili di vita o nuove emergenze sociali*, in A. Pennella (a cura di) *Nello smartphone di Narciso. Identità, pensiero e narcisismo nell'epoca del web*, Mimesis, 2020; M. Bianca, *Il minore e i nuovi media*, in R. Senigaglia (a cura di), *Autodeterminazione e minore età*, Pisa, 209, p. 145; E. Andreolla, *Minori ed incapaci in Internet*, Napoli, 2019.

(<sup>4</sup>) In argomento, nell'ambito della vasta bibliografia di approccio filosofico e sociologico alla tematica, cfr. M. Belluati, S. Tirocchi, *Sociologia della comunicazione e degli ambienti mediali*, MyLab Pearson Editore, UK, 2023; E. Bissaca, M. Cerulo, C.M. Scarcelli, *Giovani e social network. Emozioni, costruzioni dell'identità e media digitali*, Milano, 2021; altresì L. Floridi, *The onlife manifesto: being human in a hyperconnected era*, Springer Verlag, 2015.

(<sup>5</sup>) Sulla base dei dati raccolti fino alla metà del 2024, il report *Mobile App Market Forecast*, opera di *data.ai 2023* prevede che i consumatori raggiungeranno la cifra di spesa di circa 2.200 miliardi di dollari nel decennio 2021/2030, con attività di download e di utilizzo di

Inizialmente rilasciate sul mercato come modalità software più leggere rispetto alle applicazioni per computer, tarate per il *download* e l'utilizzo su dispositivi mobili, le *mobile app* (di seguito indicate unicamente con il termine app) hanno catalizzato l'attenzione del mercato<sup>6</sup> proprio in considerazione della progressiva prevalenza delle connessioni dai dispositivi mobili (quali, ad esempio, *smartphone*, *tablet* ed *i-phone*) rispetto a quelle da notebook o pc-desk, altresì raffinando ed implementando sempre più sia i profili tecnici che quelli legati alla distribuzione mirata tramite *digital-store* e *digital-market*, di norma gestiti da Big-Tech, che propongono app compatibili con i principali sistemi operativi in uso sui dispositivi mobili.

La facilità di *download* e di utilizzo hanno contribuito in modo determinante alla diffusione ed al successo delle *mobile app*, rendendole ben presto non solo le modalità più usate per le comunicazioni, la messaggistica on line<sup>7</sup> e le attività di social networking<sup>8</sup>, ma altresì per le attività legate all'e-commerce ed alla diffusione delle campagne di *marketing on line* basate sul cd. *neuromarketing*, che, proprio per la facilità di veicolazione dei contenuti multimediali di promozione di beni e servizi, risultano particolarmente efficaci nell'orientare le scelte degli utenti/consumatori<sup>9</sup>.

Il mercato delle app rappresenta oggi un significativo segmento del mercato digitale sia per quanto riguarda le app che costituiscono una parte preponderante del cd. *mobile commerce*, sia per quanto riguarda le app che offrono i più diversi servizi: dall'informazione alle previsioni meteorologiche, dal gioco al wellness, dallo sport alla pianificazione quotidiana, dalla cucina alla salute, dai contenuti video alla musica; l'elencazione appena proposta rappresenta solo pochi esempi: visualizzando gli elenchi presenti nei principali app-store emerge come sullo store Apple (compatibile con sistema operativo IOS) siano presenti più di un milione ed ottocentomila app, mentre su Play Store (compatibile con sistema operativo Android) siano presenti più di tre milioni di app, sebbene quasi cinquecentomila siano indicate come poco interessanti perché di bassa qualità.

Tra i settori maggiormente interessati dallo sviluppo e dalla diffusione delle app si ritrova anche quello dell'agroalimentare che nella categoria generale delle "food app" raccoglie differenti tipologie, con offerte di servizi tra loro molto eterogeni: con riferimento all'ambito e-commerce<sup>10</sup>, ad esempio, possono considerarsi le app per il settore "grocery" (con ritiro o consegna a domicilio<sup>11</sup>), le app per servizio *delivery* del cibo preparato<sup>12</sup>

---

più di 2900 miliardi di app: rispetto al decennio precedente si potrebbe arrivare ad avere un aumento dei prodotti del 123% ed un aumento della spesa del 267% (i dati del report sono riportati da M. Baroni, *Applicazioni, quali sono le migliori del 2024? Da Partiful a Upstudy, la classifica dei programmi più utili di Google ed Apple*, in *Il Messaggero*, 02.12.2024; [www.ilmessaggero.it](http://www.ilmessaggero.it)).

(<sup>6</sup>) R. Moro Visconti, *La valutazione delle mobile app*, in *Il diritto industriale*, 2015, p. 481; I. Iglezaki, *Legal issues of mobile app*, WKI, 2020.

(<sup>7</sup>) Sul punto basti considerare i dati relativi all'utilizzo di Whatsapp, afferente al gruppo Meta Inc., che risulta essere, in assoluto, la piattaforma con mobile più utilizzata da diversi anni: il dato relativo al 2024, evidenzia come il 90,3% degli intervistati abbia ne faccia uso continuo (cfr. <https://wearesocial.com/it/blog/2024/02/digital-2024-i-dati-italiani>, quadro n. 59).

(<sup>8</sup>) In relazione ai Social Network, i dati del 2024 distinguono la app più utilizzata come numero di accessi ed utilizzo continuo, che risulta essere quella di Facebook (77,5%) seguita a breve distanza da quella di Instagram (75,3%), e la app più utilizzata come numero di ore impiegate dal singolo utente, che risulta essere, di gran lunga, quella di TikTok, con oltre 32h mensili; il dato non deve stupire, dal momento che la app del social network TikTok risulta essere la più utilizzata e seguita dalle fasce di pubblico più giovani (generalmente under 24) che sono, al contempo, quelle che impiegano il maggior numero di ore on line (cfr. <https://wearesocial.com/it/blog/2024/02/digital-2024-i-dati-italiani>, quadri n. 59 e n.61).

(<sup>9</sup>) L. Carrubo, A. Mendola, *Le scelte "inconsapevoli" nelle nuove dinamiche di acquisto. Il neuromarketing e la tutela del consumatore-follower*, Milano, WKI-Cedam, 2022.

(<sup>10</sup>) Per una panoramica del quadro regolamentare in tema di food e-commerce cfr. S. Bolognini, *Regole dell'e-commerce per i prodotti alimentari* in P. Borghi, I. Canfora, A. Di Lauro, L. Russo (a cura di), *Trattato di diritto alimentare italiano e dell'unione europea*, II ed., Milano, 2024, vol I, p. 288.

(<sup>11</sup>) Tra le app più utilizzate per la consegna di prodotti freschi, oltre a quelle dei singoli esercizi commerciali o catene di grande distribuzione (ad esempio: Esselunga on line ed Easy Coop), possono ricordarsi: Amazon Fresh, Everli, Glovo.

(<sup>12</sup>) Le app per la consegna del cibo pronto hanno registrato un notevole incremento negli ultimi dieci anni: tra le più diffuse possono ricordarsi: Deliveroo, Just Eat, Uber Eats; in relazione alla diffusione del food delivery, sono emersi altresì diversi profili di criticità oggetto di discussione in dottrina, primo fra tutti quello della sicurezza ed idonea conservazione dei cibi preparati: sul punto, cfr. A. Rastello, M.A. Grassi, *Food delivery e sicurezza alimentare: indagine sui fattori di rischio e loro percezione*, in *Prevenzione in corso*, 2021, p. 58; A. Giannitrapani, *Cibo e città. Dalla foodificazione alla consegna*, in *E|C*, 2021, p. 141 (disponibile in open access sub <https://mimesisjournals.com/ojs/index.php/ec/article/view/1414/1138>).

e le app con offerte a basso prezzo per ridurre gli sprechi alimentari<sup>13</sup>; con riferimento al settore del controllo del cibo e del monitoraggio dei consumi, possono considerarsi le app per la scansione delle etichette degli alimenti<sup>14</sup>, le app per il controllo delle scadenze e la pianificazione dei consumi<sup>15</sup> per evitare gli sprechi nonché le app per pesare il cibo<sup>16</sup>; ancora, con riferimento alla composizione ed alla possibile presenza di allergeni o interazione con farmaci, sono presenti numerose app che possono fornire, attraverso la scansione, informazioni aggiuntive rispetto a quella dell'etichetta sulla composizione o sulla percentuale di presenza di determinati ingredienti<sup>17</sup> ed alle app sulla salubrità del cibo ed alla diffusione di nuove tecnologie nel settore alimentare<sup>18</sup>; ancora, al settore delle food app vengono ricondotte, altresì le app che propongono ricette e suggerimenti per le preparazioni alimentari<sup>19</sup> e le app dietetico/nutrizionali<sup>20</sup>, che offrono non soltanto funzioni di informazione sul

contenuto energetico e calorico degli alimenti, sulle possibili interazioni e sulle migliori combinazioni dei nutrienti, ma altresì possono predisporre dei piani alimentari e/o dietetici personalizzati e correlare le quantità e qualità di cibo assunte con il regime alimentare dell'utente, misurandone l'incidenza sui parametri biologici e sulle funzioni vitali ed evidenziando anche eventuali anomalie, occasionali o ripetute.

Proprio in relazione a queste ultime, che risultano oggi molto diffuse anche tra i più giovani, il presente contributo intende offrire alcune riflessioni sulle attività di raccolta e trattamento dei dati personali poste in essere dalle app dietetico/nutrizionali che, soprattutto in considerazione della tipologia dei dati personali trattati e delle inferenze sulla sfera personale degli utenti/interessati, devono rispettare requisiti, criteri e limiti posti dal Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR) n. 679/2016<sup>21</sup>.

(<sup>13</sup>) Tra le app più utilizzate nel settore possono ricordarsi: Too Good To Go, attualmente in uso in diversi paesi europei con buoni risultati, che permette di prenotare ed acquistare box di cibo prossimo alla scadenza a prezzi molto bassi, seppur con la particolarità di proporre delle box a contenuto non rivelato se non per tratti generali e correre quindi il rischio di proporre prodotti rispetto ai quali l'utente/consumatore presenti delle intolleranze o delle allergie alimentari. Altra app contro lo spreco che si collega al settore della ristorazione è Regusto, che permette di prenotare e ritirare dei preparati; ancora, Ecofood Prime che si segnala per la marcata attenzione ai profili della sostenibilità e del contrasto allo spreco alimentare anche attraverso la segnalazione di una serie di associazioni di solidarietà che curano l'assistenza a famiglie e persone in stato di bisogno o di difficoltà.

(<sup>14</sup>) Tra le app del settore può ricordarsi Edo, app che deriva da un progetto italiano e che permette di leggere l'etichetta del prodotto ed attribuire alla stessa una valutazione da 0 a 10 a seconda dei parametri richiesti.

(<sup>15</sup>) Il controllo delle date di scadenza e la predisposizione di alert per il consumo di alimenti prossimi ad essa permette di ridurre notevolmente gli sprechi sia in ambito domestico che nella distribuzione e nella ristorazione; con riferimento alle app che possono aiutare i privati a monitorare la scadenza dei prodotti possono ricordarsi Scadenza Prodotti e Svuotafriigo: accanto al monitoraggio delle scadenze, propongono anche delle modalità di consumo e recupero dei prodotti; Wonderfridge è invece una app che permette di impostare i parametri del proprio frigo e della propria dispensa e monitorare il tempo dei prodotti segnalando l'approssimarsi delle date di scadenza.

(<sup>16</sup>) Le app di pesatura del cibo si basano sulla pre-impostazione delle dimensioni dei contenitori che saranno utilizzati e permettono di individuare, con sufficiente approssimazione, quale sarà la quantità che potrà essere inserita; le app in questione offrono generalmente risultati affidabili e, in alcuni casi, permettono anche il calcolo delle calorie e degli elementi principali delle quantità di cibo considerate. Tra le app più utilizzate nel settore: Bilancia Alimentare (disponibile in formato interoperabile sia con IOS che con Android); esistono poi app che permettono di convertire le misure tra i diversi possibili utensili che possono essere utilizzati per la preparazione e la conservazione del cibo: tra di essi Kitchen Konv.

(<sup>17</sup>) Tra le app del settore può ricordarsi Yuka che permette, una volta effettuata la scansione dell'etichetta, di accedere ad un vasto database contenente le valutazioni di migliaia di prodotti alimentari; Lifesum, che permette di ottenere informazioni dettagliate sulla composizione degli alimenti e mantenere costantemente aggiornata la misurazione delle calorie e dei nutrienti ingeriti durante il giorno.

(<sup>18</sup>) In argomento, cfr. S. Lanni, G. Magri, *Healthy eating app. La salubrità degli alimenti in mano agli algoritmi*, in *Osservatorio del diritto civile e commerciale*, 2020, p. 71.

(<sup>19</sup>) Le app dedicate alla preparazione di alimenti ed alle ricette, spesso spiegate ed illustrate con video tutorial, costituiscono uno dei settori più ampi e variegati: accanto alle app che propongono ricette generaliste suggerite da personaggi noti e/o influencer del settore food, si hanno le app settoriali, dedicate a specifici ambiti (ricette vegetariane o ricette vegane) e/o specifiche esigenze (ricette per intolleranti al lattosio) od ancora specifici modi di cottura (ricette per il forno a microonde oppure per la friggitrice ad aria). Un profilo di particolare importanza, che non può essere tralasciato nella spiegazione delle ricette, è la possibile presenza di allergeni o di sostanze che potrebbero determinare reazioni in presenza di intolleranze alimentari.

(<sup>20</sup>) Alle app nutrizionali sarà dedicato per intero il paragrafo seguente; si tratta di app che consentono di collegare il consumo alimentare giornaliero alla eventuale attività fisica svolta ed al regime alimentare e/o dietetico personale dell'utente.

(<sup>21</sup>) Il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati n. 679/2016 (GDPR) rappresenta la principale fonte di riferimento per le strategie di data protection a livello europeo e, in ragione dell'art. 3 (ambito di applicazione territoriale) risulta applicabile anche ai trattamenti dei

## 2.- Le app dietetico/nutrizionali: servizi offerti e “termini e condizioni di utilizzo”

Il sintagma “app dietetico/nutrizionali” indica una categoria di *mobile app* con funzionalità indirizzate principalmente alla valutazione delle qualità nutrizionali degli alimenti ed alla pianificazione e gestione di piani alimentari e/o dietetici finalizzati all'adozione ed al mantenimento di corretti e sani stili di vita nonché al raggiungimento/mantenimento del peso corporeo ideale ed al miglioramento della salubrità del regime alimentare, come componente della qualità della vita. Sin dal rilascio delle prime app dietetico/nutrizionali sul mercato digitale, il riscontro da parte del pubblico degli utenti è stato più che positivo e ben presto i dati relativi ai *download* ad agli abbonamenti ne hanno evidenziato la diffusione presso fasce di pubblico differenti, sia per genere che per età. Le finalità dichiarate di tali app sono la diffusione di stili di vita salubri e la promozione di corrette modalità e comportamenti alimentari, tuttavia, come dimostrato dalla prassi, spesso gli utenti delle app si dimostrano, in realtà, alla ricerca di soluzioni per problemi di peso corporeo, particolarmente problemi di sovrappeso e obesità, che talvolta comportano anche disagi dal punto di vista

emotivo e relazionale; non mancano, quindi, le ipotesi nelle quali il ricorso ai piani alimentari e dietetici elaborati dalle app viene inteso come rimedio ad una situazione patologica<sup>22</sup>. In relazione a queste ultime ipotesi, ed altresì considerando come le statistiche indichino un crescente consumo dei servizi delle app dietetico/nutrizionali da parte dei più giovani, intesi anche come adolescenti e pre-adolescenti, appare opportuno evidenziare come, sebbene i servizi offerti possano apparire agli occhi degli utenti/consumatori simili a quelli dei medici nutrizionisti, tuttavia tali app nella generalità dei casi non offrono alcun servizio di carattere medico e, pertanto, non dovevano essere intese come sostituti delle prestazioni di un professionista specializzato<sup>23</sup>. Le app nutrizionali hanno apposite sezioni con programmi e consigli per sensibilizzare all'adozione di corretti stili di vita e contrastare i fenomeni di obesità e sovrappeso, proponendo itinerari di crescita personale “salutare” contro abitudini scorrette e “tossiche”, tuttavia, a meno di esplicita specificazione, esse non sono app mediche e, pertanto, non forniscono servizi assimilabili a quelli di medici nutrizionisti e dietologi specializzati; ne deriva che esse non sono sottoposte ai medesimi obblighi e vincoli che gravano sulle app mediche<sup>24</sup>.

dati personali dei cittadini europei effettuati al di fuori dal territorio UE da titolari aventi sede nell'Unione ed ai trattamenti effettuati all'interno del territorio dell'Unione anche da parte di titolari aventi sede in un Paese Terzo. La bibliografia sul GDPR è molto vasta ed articolata: senza alcuna pretesa di esaustività possono indicarsi alcune opere di commento a carattere generale: G. M. Riccio, G. Scorza, E. Belisario, *GDPR e normativa privacy*. Commentario, II edizione, Milano, 2022; R. D'Orazio, G. Finocchiaro, O. Pollicino, G. Resta, *Codice della Privacy e Data Protection*, Milano, 2021.

(<sup>22</sup>) Il diffondersi di situazioni patologiche legate al peso corporeo ed al rapporto con il cibo e l'alimentazione costituisce un portato degli ultimi decenni e, in certo senso, una declinazione deviata dell'affermazione del diritto al cibo conquistato in età contemporanea. Sebbene situazioni di sovrappeso ed obesità siano conosciute anche nelle epoche precedenti, e spesso riferite solo alle classi abbienti che potevano permettersi significative quantità di cibo, la contemporaneità presenta un caleidoscopio di situazioni diverse: da una lato, infatti, l'affermazione del diritto al cibo nelle società occidentali e la disponibilità di risorse alimentari permettono di diversificare regimi dietetici e preferenze alimentari in quasi tutte le fasce della popolazione mentre dall'altro lato proprio sull'alimentazione si appuntano situazioni di disagio psicologico, relazionale ed esistenziale ed il cibo diviene referente oggettivo di situazioni che albergano nell'inconscio dell'individuo. La situazione di disponibilità del cibo degenera in un rapporto che altera la percezione e proietta sull'alimentazione situazioni esistenziali distorte. In relazione a quest'ultima tematica, cfr. D. Cosenza, *Il cibo e l'inconscio. Psicoanalisi e disturbi alimentari*, Milano, 2018. Sul diritto al cibo, come portato maturo della contemporaneità e dell'affermazione dei diritti sociali, cfr. L. Costato, P. Borghi, *Diritto al cibo, agricoltura e prodotti agroalimentari nella prospettiva globale e nei trattati europei*, in P. Borghi, I. Canfora, A. Di Lauro, L. Russo (a cura di), *Trattato di diritto alimentare italiano e dell'unione europea*, II ed., Milano, 2024, vol I, p. 3 (ma spec. par 1: Profili storici del diritto al cibo e par 2: I prodromi della moderna affermazione del diritto al cibo), ed altresì F. Albisinni, *Strumentario di diritto alimentare europeo*, Milano, 2023 (spec. cap 1: cibo e diritto - oggetto e fonti, p.1).

(<sup>23</sup>) In diversi casi, soprattutto nei primi esempi di app con offerta di piani alimentari personalizzati, il claim promozionale si indirizzava proprio a stuzzicare il consumatore con l'offerta di un programma che avrebbe potuto sostituire le visite (ed i costi) del nutrizionista con in più il valore aggiunto della riservatezza e della possibilità di monitorare da soli i risultati. Ben presto, tuttavia, la potenziale pericolosità del messaggio, soprattutto per i quei consumatori/utenti più vulnerabili, portò non solo alla sostituzione di siffatti *claim* ma altresì alle esplicite indicazioni sulla natura non medico-specialistica dei servizi offerti ed al consiglio di rivolgersi ad un professionista medico per la cura di situazioni patologiche.

(<sup>24</sup>) In argomento cfr. A. Giannini, *Le mobile applications mediche*, in Aa.Vv., *La tutela dei dati personali in ambito sanitario*, Milano, 2020, p. 180; R. M. Colangelo, *App mediche e protezione dei dati personali. Alcuni spunti giuridici tra GDPR, codice privacy novellato e chiarimenti del Garante*, in *Autonomie locali e servizi sociali*, 2019, p. 275.

L'importanza di una corretta differenziazione tra app mediche ed app dietetico/nutrizionali prive di carattere medico emerge altresì con riferimento alle qualità ed alle modalità di presentazione e promozione degli alimenti inseriti nei programmi nutrizionali e/o nei piani dietetici ed eventualmente proposti per l'acquisto agli utenti/consumatori<sup>25</sup>: in tali ipotesi, infatti, appare necessario offrire una informazione completa e comprensibile sulle qualità nutrizionali e le funzioni dei

prodotti e distinguere le diverse categorie di afferenza<sup>26</sup>. Una errata commistione tra alimenti<sup>27</sup>, integratori alimentari<sup>28</sup>, alimenti con finalità mediche speciali<sup>29</sup> e medicinali<sup>30</sup>, infatti, non soltanto si traduce in una pubblicità ingannevole, e quindi in una pratica commerciale scorretta nei confronti dei consumatori, ma altresì può determinare acquisti e conseguente consumo di prodotti che possono rivelarsi sia non funzionali ai risultati auspicati che nocivi per la salute<sup>31</sup>. Sul punto

(<sup>25</sup>) Per una panoramica generale sugli obblighi di informazione nei confronti dei consumatori, cfr. S. Masini, *Informazione e scelte del consumatore*, in P. Borghi, I. Canfora, A. Di Lauro, L. Russo (a cura di), *Trattato di diritto alimentare italiano e dell'unione europea*, cit., p. 417 nonché G. Strambi, *Le informazioni volontarie*, ivi, p. 567 e S. Bolognini, *Pratiche sleali nell'informazione ai consumatori e pubblicità ingannevole*, ivi, p. 585.

(<sup>26</sup>) Sull'informazione ai consumatori di prodotti alimentari, nell'ambito di una ampia bibliografia, cfr. Aa.Vv., *Le informazioni sugli alimenti ai consumatori a dieci anni dalla pubblicazione del Regolamento (Ue) n. 1169/2011*, *Atti del Convegno in memoria di Giuseppe De Giovanni, 21 aprile 2022*, in *I Georgofili. Atti della Accademia dei Georgofili*, Firenze, 2023 (spec. F. Albisinni, *Dieci anni dal regolamento sulle informazioni ai consumatori di alimenti: l'avvio di un percorso*; N. Lucifero, *La disciplina delle informazioni ai consumatori fra pratiche commerciali sleali ed etichettatura degli alimenti*; V. Pullini, *Aspetti nutrizionali e comunicazione in front-pack: una battaglia nell'interesse dei consumatori?*; O. Calliano, *Informazione ai consumatori e consumo responsabile*; R. Saija, *L'informazione alimentare tra sicurezza e qualità nel mercato europeo e globale*, Napoli, 2018.

(<sup>27</sup>) L'art. 2 comma 1 del Regolamento Europeo n. 178/2002 (che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare) offre la prima definizione, in termini di diritto positivo europeo, di "alimento", "prodotto alimentare" e "derrata alimentare" come "qualsiasi sostanza o prodotto trasformato, parzialmente trasformato o non trasformato, destinato ad essere ingerito, o di cui si prevede ragionevolmente che possa essere ingerito, da esseri umani"; in argomento, P. Borghi, *La definizione di alimento e di mangime*, in P. Borghi, I. Canfora, A. Di Lauro, L. Russo (a cura di), *Trattato di diritto alimentare italiano e dell'Unione Europea*, Milano, 2024, p. 101; l'autore si sofferma proprio sulla rilevanza della nozione normativa di alimento e sulle interazioni e criticità derivanti del confronto con le nozioni di altri prodotti che presentano caratteristiche comuni agli alimenti, quali gli integratori ed alcune specie di medicinali per uso orale.

(<sup>28</sup>) Gli integratori alimentari sono definiti dalla Direttiva 2002/46/CE (e successivo dal d.lgs. 21.05. 2004, n. 169) come "prodotti alimentari destinati ad integrare la comune dieta e che costituiscono una fonte concentrata di sostanze nutritive, quali le vitamine e i minerali, o di altre sostanze aventi un effetto nutritivo o fisiologico, in particolare, ma non in via esclusiva, aminoacidi, acidi grassi essenziali, fibre ed estratti di origine vegetale, sia monocomposti che pluricomposti, in forme predosate".

(<sup>29</sup>) Gli alimenti con finalità mediche speciali (AFMS) sono "prodotti volti al trattamento dietetico di soggetti affetti da turbe, malattie o condizioni mediche che determinano una vulnerabilità nutrizionale, cioè l'impossibilità o la forte difficoltà ad alimentarsi utilizzando i comuni alimenti, integratori alimentari compresi, per soddisfare il loro fabbisogno nutritivo", definiti e disciplinati dal Regolamento (UE) 2016/128 che integra il regolamento (UE) 609/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le prescrizioni specifiche in materia di composizione e di informazione per gli AFMA. In argomento, cfr. altresì le linee-guida del Ministero della Salute sugli alimenti AFMS (<https://www.nutrizionemedica.org/wp-content/uploads/2020/11/Linee-guida-sugli-alimenti-a-fini-medici-speciali-Ministero-della-Salute.pdf>); con riferimento al recente duplice intervento della CGUE in tema di immissione sul mercato ed esatta qualificazione dei prodotti classificabili come "alimenti a fini medici speciali", cfr. P. Lattanzi, *La definizione di alimento a fini medici speciali al vaglio della Corte di Giustizia*, in *Rivista di diritto agrario*, 2024, p. 5.

(<sup>30</sup>) La Direttiva n. 2001/83/CE del 6 novembre 2001 (recante un codice comunitario relativo ai medicinali per uso umano) definisce all'art. 1 comma 1 il medicinale ed il prodotto medicinale come "ogni sostanza o associazione di sostanze presentata come avente proprietà curative o profilattiche delle malattie umane", aggiungendo poi al comma 2 che è altresì considerata medicinale "ogni sostanza o composizione da somministrare all'uomo allo scopo di stabilire una diagnosi medica o di ripristinare, correggere o modificare funzioni fisiologiche dell'uomo"; sull'evoluzione della normativa in tema di medicinali, anche in relazione alle diverse definizioni che individuano medicinali per funzioni e medicinali per presentazione, cfr. A. Cauduro, E. Ferrero, *La sovrapposizione tra alimenti e medicinali*, in *Federalismi.it, osservatorio di diritto sanitario*, 23 novembre 2016 (<https://www.federalismi.it/nv14/articolo-documento.cfm?Artid=32788>); M. P. Genesin, *La disciplina dei farmaci*, in R. Ferrara (a cura di), *Salute e sanità*, in *Trattato di biodiritto Rodotà-Zatti*, Milano, 2010, p. 626.

(<sup>31</sup>) Sull'importanza di un corretto rapporto regime alimentare e salute, cfr. L. Petrelli, *I cibi della salute*, in *Rivista di diritto alimentare*, 2011, p. 1; l'autrice sottolinea come "Il rapporto tra dieta alimentare e salute è noto da tempo immemorabile all'essere umano, prima ancora di ogni dimostrazione scientifica, essendo legato a quei comportamenti essenziali alla sopravvivenza della specie" ed altresì come "la moderna scienza dell'alimentazione amplia il proprio oggetto di studio dalla "nutrizione adeguata" alla "nutrizione ottimale" riconoscendo che determinati alimenti sono idonei non soltanto a soddisfare necessità nutritive, ma anche a realizzare precipe funzioni salutistiche: da un lato, potendo essere utilizzati con efficacia nell'ambito di un regime alimentare particolare destinato ad indi-

le normative europee relative alle indicazioni nutrizionali ed alle etichettature degli alimenti<sup>32</sup> nonché quelle sugli integratori alimentari<sup>33</sup> offrono un sicuro quadro di riferimento, anche per le modalità di presentazione e le corrette redazioni e veicolazioni degli *health claim* che siano in grado di offrire al consumatore una rappresentazione veritiera e corretta delle caratteristiche e delle funzioni dei prodotti e dei risultati conseguibili adottando esatte e regolari modalità di assunzione<sup>34</sup>; accanto al formante di matrice normativa, negli ultimi anni si sono altresì consolidati, sul tema, un formante giurisprudenziale<sup>35</sup> ed un formante dottrinale<sup>36</sup>, che permettono oggi di delineare un completo quadro di riferimento per porre in essere strategie e modalità di completa e corretta informazione ai consumatori<sup>37</sup>. Nel mercato on line, una corretta rappresentazione, sia

visiva che redazionale, delle caratteristiche nutrizionali e delle funzioni dei prodotti indicati nei piani alimentari strutturati dalle app dietetico/nutrizionali costituisce adempimento delle norme del diritto alimentare ed al contempo dei principi generali di *consumer protection* di derivazione europea<sup>38</sup>: deriva da ciò una serie di obblighi di corretta informazione che grava sui gestori delle app e sui *creator* che, con i propri contenuti, veicolano i servizi offerti o partecipino alla realizzazione degli stessi. Su questo ultimo profilo, appare opportuno sottolineare ancora una volta come, sebbene gestori e creator non siano gravati dagli obblighi della professione medica, tuttavia, proprio in considerazione della natura dei prodotti trattati (alimenti ed integratori) e dell'incidenza sulla sfera biologica e sulla salute dell'utente/consumatore<sup>39</sup>, si configurano in

vidui affetti da specifiche patologie o, comunque, in condizioni fisiologiche particolari; dall'altro, potendo svolgere un importante ruolo nel mantenimento/miglioramento di un buono stato di salute psico-fisica e nella gestione di alcuni fattori di rischio di una malattia in soggetti sani che desiderano rimanere tali" (p. 3)

(<sup>32</sup>) Regolamento EU n. 1169/2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori; in argomento, cfr. S. Bolognini, *La disciplina della comunicazione business to consumer nel mercato agroalimentare europeo*, Torino, Giappichelli, 2012, *passim*; P. Borghi, *Gli obblighi informativi di fonte unionale*, in Aa.Vv., *Trattato di diritto alimentare italiano e dell'Unione Europea*, Milano, Giuffrè, 2024, p. 432 ss. (ed ivi richiami bibliografici in nota 1); A. Di Lauro, *Nuove regole per le informazioni sui prodotti alimentari e nuovi analfabetismi. La costruzione di una "responsabilità del consumatore"*, in q. Riv. [www.rivistadirittoalimentare.it](http://www.rivistadirittoalimentare.it), n. 2-2012, p. 4 ss.

(<sup>33</sup>) Direttiva 2002/46/CE per il ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri relative agli integratori alimentari; sui profili generali della normativa, cfr. C. Bottari, P. D'Onofrio, *La disciplina legislativa degli integratori alimentari*, in *Sanità pubblica e privata*, 2005, p. 69; E. D. Cosimo, *Il ravvicinamento delle legislazioni e la tecnica redazionale comunitaria: lo strano caso degli integratori alimentari*, in *Diritto pubblico comparato ed europeo*, 2005, p., 1963. In relazione alla commercializzazione on line, cfr. E. Marchisio, *Presentazione in lingua italiana ed obbligo di notifica al Ministero della Salute dell'etichetta di integratori alimentari venduti in Italia, da imprese straniere, via Internet*, in *Il Diritto Alimentare*, 2014, p. 44;

(<sup>34</sup>) In particolare, con riferimento agli *health claims*, cfr. L. Petrelli, *I prodotti alimentari della salute*, in q. Riv., [www.rivistadirittoalimentare.it](http://www.rivistadirittoalimentare.it), n. 3-2011; V. Rubino, *Gli "health claims" e l'etichettatura degli alimenti*, in *Il diritto alimentare*, 2014, p. 22; G. Strambi, *La disciplina europea sulle indicazioni nutrizionali e sulla salute: dieci anni di applicazione controversa*, in *Agricoltura, Istituzioni, Mercati*, 2016, p. 28; M. Ferrari, *Tutela della salute, protezione dei consumatori e libertà di espressione nella disciplina delle indicazioni nutrizionali e sulla salute*, in q. Riv., [www.rivistadirittoalimentare.it](http://www.rivistadirittoalimentare.it), n. 2-2016, p. 4 ss; P. Borghi, *Claims nutrizionali e sulla salute*, in Aa.Vv., *Trattato di diritto alimentare italiano e dell'Unione Europea*, a cura di P. Borghi, I. Canfora, A. Di Lauro, L. Russo, II ed., Milano, Giuffrè, 2024, pp. 575-584.

(<sup>35</sup>) Tra gli interventi più recenti, può ricordarsi: CGUE, sentenza 02.03.2023, causa n. 760/21 sull'interpretazione della normativa EU in materia di alimenti a fini medici speciali, medicinali e integratori alimentari.

(<sup>36</sup>) F. Albisinni, *Strumentario di diritto alimentare europeo*, Milano, 2023 (spec. Cap XI: *La comunicazione nel mercato: etichettatura, denominazione, pubblicità*, p. 227 ss); C. Sartoris, *Doveri di informazione delle imprese sostenibili e consumo responsabile nel settore agroalimentare*, in *Persona e Mercato*, 2024, p. 591; con riferimento al commercio on line: S. Bolognini, *Contrattazione a distanza e tutela del consumatore di prodotti alimentari*, Torino, Giappichelli, 2018, *passim*; Id., *La vendita a distanza dei prodotti alimentari fra innovazione del mercato agroalimentare e regime delle tutele*, in *Rivista di diritto agrario*, 2020, p. 395.

(<sup>37</sup>) Il dovere di corretta informazione si configura anche (e soprattutto) per i nuovi prodotti immessi sul mercato ed altresì per quelli che sono definiti "prodotti di frontiera" quali, ad esempio, gli integratori botanici alimentari; in argomento, cfr. P. Lattanzi, *I prodotti di frontiera. Il caso degli integratori botanici alimentari*, Napoli, 2019; sui nuovi prodotti alimentari, cfr. R. Saija, *L'innovazione tra diritto dell'agricoltura e regole del cibo*, Milano, 2024 (cfr. particolarmente la Sezione II: *Le informazioni al consumatore di alimenti e la tutela dell'origine dei prodotti agricoli ed alimentari*, p. 263).

(<sup>38</sup>) A titolo esemplificativo, può ricordarsi come, con riferimento agli integratori alimentari, la falsa attribuzione di particolari proprietà terapeutiche, di capacità di prevenzione o cura delle malattie umane, possa comportare una sanzione amministrativa da 2.000 a 10.000 euro come previsto dall'art. 15 d.lgs n.169/2004 in attuazione della direttiva 2002/46/CE relativa agli integratori alimentari.

(<sup>39</sup>) In relazione agli integratori alimentari assume connotazioni particolari il consumo nel settore sportivo, dal momento che esso può intersecarsi con la disciplina in tema di doping e determinare l'emergere di situazioni di illecito sportivo; il tema della completa e corretta informazione agli atleti ed, in generale, ai soggetti dell'ordinamento sportivo appare di sicuro interesse, ma si presenta troppo vasto ed

ogni caso obblighi di trasparenza, di veridicità e di completezza delle informazioni rese, per non incorrere in condotte illecite e possibili sanzioni. Alcuni recenti episodi, sottoposti al vaglio delle Corti o delle Autorità di Controllo hanno evidenziato come non possa in ogni caso essere invocata come causa di giustificazione né la natura meramente divulgativa, e non medico-professionale del contenuto, né la mancata conoscenza della normativa in tema di trasparenza e contrasto alle pratiche commerciali scorrette<sup>40</sup>.

Un discorso molto simile può farsi con riferimento anche alla predisposizione di piani di allenamento con esercizio fisico: esistono infatti diverse app dietetico/nutrizionali che offrono come servizio accessorio anche la predisposizione di regime di attività motoria che, in sinergia con il regime alimentare, può coadiuvare nel raggiungimento del risultato od ancora app che mettono a disposizione degli utenti connessioni API con altre app che consigliano e pianificano il regime di attività motoria; anche in questi casi è importante evidenziare come tali attività, soprattutto quando non predisposte e illustrate da professionisti del settore, dovrebbero essere esplicitate in modo chiaro e con dettaglio anche sulle possibili controindicazioni. Gli esercizi indicati e le modalità di ripetizione dovrebbero essere presentate con riferimenti diversificati a seconda delle diverse categorie di utenti che vi si avvicinano: anche in questo caso, infatti, il rischio è che, in assenza di un professionista o comunque di una specifica preparazione motoria, e, per contro, in presenza di informazioni poco chiare l'utente/consumatore possa porre in essere condotte che non si rivelano utili ed anzi potrebbero anche risultare dannose per la salute.

Sempre in relazione alle app che consigliano e piani-

ficano regimi di attività fisica e di allenamento, appare opportuno evidenziare come, nella maggior parte dei casi, permettano altresì il monitoraggio dello svolgimento dell'attività indicata e l'incidenza di quest'ultima e del regime alimentare sui parametri biologici dell'utente, soprattutto attraverso l'utilizzo di dispositivi indossabili connessi: in questo caso le app realizzano anche attività di tracking e determinano un flusso di dati, relativi ai parametri metabolici ed ad una serie di altre funzioni, quali, ad esempio, frequenza cardiaca e dispendio energetico, che impongono compliance rispetto alle indicazioni date dal GDPR, come esemplificate anche dall'Autorità Garante nel gennaio del corrente anno<sup>41</sup>.

Il rapporto tra utente ed app (*rectius* gestore della app) si configura come contratto per adesione per la fruizione di servizi, che possono genericamente comprendere, nella versione più semplice, consulenza per la compilazione di piani nutrizionali personalizzati ed assistenza e monitoraggio delle abitudini alimentari dell'utente e dell'attività motoria eventualmente abbinata al regime dietetico.

Punto di partenza è la compilazione della scheda/profilo dell'utente con l'inserimento di una quantità più o meno ampia e variegata di dati personali che possono spaziare dai dati basici su sesso, età, peso ed altezza a dati ad informazioni più complete sulla presenza di patologie e/o particolari situazioni di sofferenza o disagio, anche emotivo e relazionale, nonché dati sulle normali preferenze alimentari e sulle caratteristiche del regime alimentare normalmente seguito ed eventualmente anche sulla tipologia e frequenza dell'attività motoria o sportiva praticata. Una volta raccolti tali dati ed acquisito il consenso al trattamento da parte dell'utente/interessato<sup>42</sup>, sarà possibile per il titolare

---

esula dalle finalità delle presenti considerazioni; per una panoramica sul tema, cfr. G. Liotta - L. Santoro, *Lezioni di diritto sportivo*, Milano, 2024 (spec. *Gli integratori alimentari e off-label*, p. 353).

(<sup>40</sup>) In argomento appare paradigmatico il procedimento avviato dall'Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato su segnalazione della Confederazione Generale dell'Agricoltura Italiana ("ConfAgricoltura"), in qualità di associazione professionale segnalante, relativo ad una app che offre servizio di "valutazioni di prodotti alimentari e di cosmetici" e deciso con provvedimento n.30237 del 12 luglio 2022; tra i motivi di contestazione rivolti alle schede di valutazione dei prodotti viene, alcune formulazioni letterali che lasciavano intendere la presenza di basi scientifiche di valutazione, l'opacità dei criteri di valutazione per la qualificazione "bio" dei prodotti nonché la non (piena) affidabilità delle alternative offerte anche in riferimento a criteri di scoring utilizzati; in considerazione delle contestazioni ricevute, i gestori della app hanno proposto una serie di correttivi ed impegni, accolti e dichiarati vincolanti dal Garante. Il testo completo del provvedimento AGCM n.30237 può leggersi all'indirizzo web: [https://www.agcm.it/dotcmsCustom/tc/2027/7/getDominoAttach?urlStr=81.126.91.44:8080/C12560D000291394/0/FBA2D95AA0B4325EC125888A00539364/\\$File/p30237.pdf](https://www.agcm.it/dotcmsCustom/tc/2027/7/getDominoAttach?urlStr=81.126.91.44:8080/C12560D000291394/0/FBA2D95AA0B4325EC125888A00539364/$File/p30237.pdf).

(<sup>41</sup>) Autorità Garante per la protezione dei dati personali, *App e dispositivi fitness tracker per il monitoraggio delle attività sportive*, documento web 9970918 del giorno 08.01.2024 (<https://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/9970918>)

(<sup>42</sup>) Come si avrà modo di specificare nel successivo paragrafo, il consenso al trattamento dei dati da parte dell'interessato costituisce la base giuridica delle attività di trattamento ma deve essere preceduto da una adeguata informativa nella quale le stesse attività dovrebbero essere descritte nei caratteri e nelle finalità essenziali. Anticipando alcune indicazioni, nell'ambito della vasta bibliografia sull'infor-

dare avvio ai trattamenti che permetteranno di svolgere diverse funzioni e fornire i servizi collegate all'alimentazione dell'interessato, quali ad esempio, elaborare una stima sul metabolismo e, di conseguenza, calibrare le quantità e la periodicità degli alimenti, oppure creare un piano alimentare su misura per variare il proprio peso od ancora creare un piano alimentare per contrastare o agevolare una data condizione dell'organismo.

La quantità e la qualità dei dati personali che vengono richiesti e raccolti variano a seconda delle diverse app e del grado di ingerenza nella sfera personale che la app stessa eserciterà nel proporre il servizio offerto, quale, ad esempio la compilazione di un piano dietetico od ancora il relativo monitoraggio. Come anticipato, inoltre, diverse app dietetico/nutrizionali possono avere anche connessioni API con altre app che propongono piani di allenamento, con esercizi fisici che possono integrare attività motoria e/o sportiva e, nel monitoraggio di quest'ultima prevede la raccolta dei dati relativi all'attività svolta e l'incidenza di quest'ultima e del regime alimentare sui parametri biologici dell'utente. Ancora, possono distinguersi app che limitano l'interazione con l'utente alla sola predisposizione del piano ed al controllo automatizzato dello svolgimento e degli eventuali progressi ed app che, invece, prevedono interazioni che possono essere orizzontali, cioè tra gli utenti che possono confrontarsi ed incoraggiarsi nel perseguire i risultati, o possono essere verticali, cioè tra professionisti e utenti; in relazione

a questo ultimo profilo, infatti, alcune app svolgono anche funzione di rete tra professionisti e pongono a disposizione dell'utente i contatti di questi ultimi, per eventuali contatti e rapporti professionali che possono esulare o meno dal novero dei servizi offerti dalla app. Come già anticipato, le app dietetico/nutrizionali di norma non contemplano l'offerta di servizi medico-specialistici, anche se in taluni casi può essere previsto l'intervento di un professionista sanitario: in tale caso è opportuno che sia segnalato se il servizio offerto rientra in quelli offerti dalla app o sia ultroneo a tali servizi, di modo che il trasferimento dei dati al website od alla app del professionista richieda una successiva adesione e l'instaurazione di un nuovo contratto, rispetto al quale la app dietetico/nutrizionale manterrà un ruolo terzo<sup>43</sup>.

Le app dietetico/nutrizionali presenti attualmente sul mercato digitale sono migliaia e presentano strutture e funzioni differenti: ciò rende estremamente difficile una analisi puntuale dei singoli servizi offerti; per l'economia del presente contributo, pertanto, si è ritenuto di elaborare alcune considerazioni sulla base della disciplina generale del GDPR, prendendo come esempi di riferimento i alcuni servizi basici, quali: elaborazione piani nutrizionali personalizzati e pianificazione dietetica per la perdita di peso, elaborazione piani nutrizionali e fitness per uno stile di vita sano ed elaborazione piani nutrizionali per l'attività sportiva<sup>44</sup>. Il contratto sottoscritto dall'utente con la compilazione del form può essere a titolo gratuito<sup>45</sup> oppure a titolo

---

mativa e sui caratteri del consenso, cfr. G. Finocchiaro, *Diritto di Internet*, 2023, p. 60; P. Todaro, *Art. 13 - Informazioni da fornire qualora i dati personali siano raccolti presso l'interessato*, in G. M. Riccio, G. Scorza, E. Belisario, *GDPR e normativa privacy. Commentario*, cit., p. 175 ; L. Liguori, *Art. 13 - Informazioni da fornire qualora i dati personali siano raccolti presso l'interessato*, in R. D'Orazio, G. Finocchiaro, O. Pollicino, G. Resta, *Codice della Privacy*, cit., p. 287 ; P. F. Giuggioli, *Tutela della privacy e consumatore*, in E. Tosi (a cura di) *Privacy Digitale*, Milano, 2019, p. 263 ; F. Di Resta, *La nuova "privacy" europea*, Torino, 2018 (spec. cap.III: *Informativa e consenso dal Codice della privacy al regolamento europeo*, p. 61).

(<sup>43</sup>) È importante stabilire se il servizio offerto dalla app si limiti semplicemente a fornire una lista di professionisti, ad offrire il primo contatto con un professionista scelto dall'utente od ancora ad offrire per intero i servizi del professionista; nelle tre ipotesi indicate, infatti, avremo diversi parametri sia con riferimento ai rapporti ed alla responsabilità del gestore della app nei confronti dell'utente/consumatore che con riferimento ai rapporti tra gestore della app e professionisti. Anche con riferimento alla disciplina della raccolta e trattamento dei dati personali si registrano significative differenze, soprattutto in relazione ai soggetti che devono essere qualificati come titolari (ed assumere le relative funzioni e responsabilità).

(<sup>44</sup>) Le esemplificazioni indicate si riferiscono a tre macroaree di servizi offerti: pianificazione alimentare per la perdita di peso (quindi per correzione di una situazione patologica); pianificazione alimentare per vita salubre (per una situazione di mantenimento, senza obiettivi specifici); pianificazione alimentare per lo sport (per il raggiungimento di un obiettivo specifico, quale il miglioramento della performance). L'analisi è stata condotta analizzando le *privacy policies* di app dietetico/nutrizionali presenti sul mercato digitale italiano e che presentano sia "termini e condizioni di utilizzo" e *privacy policies* in lingua italiana; in relazione a queste ultime, peraltro, appare opportuno evidenziare che in taluni casi l'informativa risulta redatta in termini molto essenziali, che probabilmente richiederebbero alcune integrazioni, soprattutto in caso di trasferimento dati ad altri websites ed ad altre app che offrono servizi professionali in ambito medico e chinesiologico.

(<sup>45</sup>) Come per quasi tutti i servizi digitali, l'espressione "a titolo gratuito" deve intendersi come non vincolato a controprestazione in denaro, dal momento che, come si avrà modo di analizzare più nel dettaglio nelle pagine seguenti, la gratuità è solo apparente in tutti quei

oneroso, con la sottoscrizione di un abbonamento (con pagamento in unica soluzione o con il versamento periodico di quote) oppure con l'acquisto di singoli servizi o pacchetti di servizi ma senza continuità; nella maggior parte dei casi le app nutrizionali presentano una versione gratuita, che può comprendere solo servizi parziali oppure servizi completi ma per un tempo limitato (indicato come "periodo di prova"), ed una versione a pagamento con servizi completi e talvolta servizi aggiuntivi al raggiungimento di determinate soglie temporali di abbonamento o livelli di spesa.

La sottoscrizione del contratto avviene generalmente con la compilazione del *form* che contiene i dati personali e può richiedere altresì l'inserimento dei dati della carta di credito e con l'accettazione dei "termini e condizioni di utilizzo", cioè le condizioni generali del contratto, che, una volta sottoscritte, mediante spunta dell'apposita casella (point and click)<sup>46</sup>, risultano vincolanti.

Proprio in relazione ai "termini e condizioni di utilizzo" deve osservarsi che nella generalità dei casi esse sono formulati con un linguaggio molto semplice e diretto, privo di tecnicismi ed improntato ad una immediata chiarezza e comprensibilità<sup>47</sup>; nondimeno essi

possono contenere clausole vessatorie e clausole di esonero dalla responsabilità del gestore sia con riferimento alle informazioni e indicazioni fornite agli interessati/consumatori che con riferimento ai servizi resi, fino anche a clausole di limitazioni alle facoltà, di questi ultimi, di agire in giudizio per la tutela dei propri diritti<sup>48</sup>. Qualora il *download* della *app* sia avvenuto tramite *store*, è possibile che lo stesso *app-store* sia indicato come terza parte, richiamando altresì le condizioni di accesso e di utilizzo dei servizi di *download* come integranti termini e condizioni di utilizzo della stessa *app*.

In relazione alla compilazione del *form* come modalità di conclusione del contratto appare opportuno evidenziare come l'operatore commerciale che propone il servizio, quindi il gestore della *app*, dovrebbe rendere manifesta la natura dell'operazione e dei servizi proposti per evitare che l'utente/consumatore possa incorrere in uno scambio involontario<sup>49</sup>. Una tale situazione non appare inverosimile riflettendo su alcune modalità di *web marketing* e di promozione dei *app* dietetico/nutrizionali attraverso piattaforme social con modalità che appaiono ai limiti della pratica "aggressiva": il riferimento è, in particolare alle ipotesi di

---

casi nei quali il consenso al trattamento dei dati personali sottende la possibilità di trattamenti ulteriori a quelli finalizzati alla realizzazione del servizio corrente nonché la cessione a terzi per finalità anche ulteriori rispetto a quelle per le quali si è avuta la prima raccolta ed il consenso (originario) al trattamento. In argomento, cfr. V. Ricciuto, *L'equivoco della privacy. Persona vs. dato personale*, Napoli, 2022; A. Gambino, C. Solinas (a cura di) *Forniture di servizi digitali e "pagamento" con la prestazione di dati personali. Un discusso profilo dell'economia digitale*, Milano, 2022; A. De Franceschi, *La circolazione dei dati personali tra privacy e contratto*, Napoli, 2017.

<sup>(46)</sup> Appare opportuno ricordare che predisposizione della casella di testo sulla quale apporre la spunta relativa all'accettazione dei "termini e condizioni di utilizzo" debba essere accompagnata dalla predisposizione di un collegamento ipertestuale con link o frame che consenta la visualizzazione e l'eventuale *download* delle condizioni contrattuali; posto che l'apposizione della spunta integra un comportamento concludente che sottende la presa visione e conoscenza dei termini e condizioni di utilizzo, deve altresì evidenziarsi che nella quasi totalità dei casi gli utenti/consumatori ne omettono la lettura ed accedono al contratto privi della conoscenza delle clausole unilateralmente predisposte dalla controparte.

<sup>(47)</sup> Sulle diverse modalità di conclusione dei contratti on line, anche in riferimento alla compilazione del *form* come comportamento concludente, cfr. G. Finocchiaro, *Il perfezionamento del contratto on line: opportunità e criticità*, in *Diritto comunitario e degli scambi internazionali*, 2018, p. 187; con particolare attenzione alla possibile presenza di clausole vessatorie nell'ambito dei termini e condizioni di utilizzo, cfr. A. Cervone, *Termini contrattuali vessatori e condivisione di dati personali con Facebook. Verso una migliore tutela dell'utente di social media*, in *Antitrust & Public Policies*, 2017.

<sup>(48)</sup> Scorrendo le pagine relative a "termini e condizioni di utilizzo" di diverse app nutrizionali, si sono incontrate alcune clausole che appaiono quantomeno dubbie (per non dire apertamente fraudolente) e che, sebbene non reggerebbero ad una contestazione sulla base della vigente normativa consumeristica, tuttavia potrebbero ben sortire l'effetto deterrente in danno di un utente/consumatore poco informato: si consideri ad esempio la clausola di rinuncia alla tutela giudiziale ed arbitrale, od ancora una clausola di esonero dalla responsabilità per il contenuto delle ricette alimentari o dei piani dietetici sulla scorta della personalizzazione effettuata trattando i dati forniti dall'utente/consumatore e, da ultimo, una clausola "motivazionale" che vincola la presentazione di reclami alla compilazione di questionari dai quali possa evincersi se il consumatore/utente fosse realmente motivato nel conseguimento del risultato, elevando quindi il motivo dell'utilizzo del servizio ad elemento (giuridicamente) rilevante per l'accesso alla tutela.

<sup>(49)</sup> In relazione alle più recenti evoluzioni del social media marketing e delle altre tecniche di neuromarketing alle quali risulta esposto il cyber-consumatore, cfr. A. Mendola, *Le scelte inconsapevoli nelle nuove dinamiche di acquisto, cit., passim*; con approccio più tecnico, P. Koetler, S. Hollestein, M.O. Opresnik, *Social Media Marketing* (traduzione e prefazione di Sabina Addamiano), II edizione, Milano, 2022.

*Carousel* nelle IG Stories od ai feed di FB che moltiplicano i posizionamenti dei social ADS e che talvolta si presentano come semplice sondaggio o come test per verificare la forma fisica o la qualità/salubrità dello stile di vita dell'utente/consumatore, salvo poi rivelare che risultati del posizionamento nel sondaggio, del test o della simulazione potranno essere ricevuti tramite mail nella propria casella di posta elettronica solo dopo aver compilato un form che prevede l'inserimento dei dati di una carta di credito e che, nella maggior parte dei casi, anche una microtransazione per verificare esistenza e capienza del metodo di pagamento. La richiesta degli estremi e della verifica di un metodo di pagamento risultano chiaramente riferiti alla conclusione di un contratto per l'utilizzo dei servizi della app, che nella maggioranza dei casi vengono proposti sia in versione semplificata e (apparentemente) gratuita che in versione più completa, generalmente indicata come "pro" ed in abbonamento o, comunque, a titolo oneroso.

Come è già stato evidenziato, anche nei casi di mancata previsione di un corrispettivo, la gratuità del servizio risulta solo apparente, dal momento che sottende, previo consenso degli utenti/consumatori, la facoltà di trattare i dati personali di questi ultimi, che acquistano la qualità di interessati. Al momento della raccolta del consenso viene richiesto all'utente/consumatore di prestare il consenso al trattamento dei dati per le finalità connesse con i servizi propri della app; di acconsentire ad ulteriori attività di trattamento realizzate dal medesimo titolare o da contitolari al primo collegati per finalità diverse ed ulteriori rispetto a quelle della app; da ultimo, di acconsentire alla cessione a terzi per ulteriori finalità che possono avere (e nella maggior parte dei casi hanno) natura e rilevanza economica.

Dalla sequenza indicata, viene ad ingenerarsi un flusso che porta i dati personali dell'interessato/consuma-

tore ad essere trasferiti a titolari successivi e diversi rispetto a quello che aveva raccolto il consenso (originario) per essere poi sottoposti ad attività di trattamento successive e (potenzialmente) diverse rispetto a quelle per le quali era stato raccolto il consenso: viene quindi a proporsi il problema dei limiti di validità del consenso prestato ed in particolare della liceità della utilizzazione dei dati personali per finalità economiche e commerciali ultronee rispetto ai servizi erogati dal primo titolare e, spesso, non dichiarati come tali<sup>50</sup>. La questione è stata oggetto, proprio negli ultimi anni, di numerosi contenziosi che hanno portato alla condanna di alcuni Big Player del settore per condotte che sono state ritenute riconducibili sia alle pratiche commerciali scorrette, per l'omessa indicazione delle finalità economicamente rilevanti delle attività di trattamento per le quali veniva richiesto il consenso degli utenti, che alla violazione delle norme del Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR) n. 679/2016, quindi al trattamento illecito dei dati personali<sup>51</sup>. Proprio questo ultimo profilo chiama in causa la questione rilevante, ma troppo spesso trascurata, del contemperamento delle funzioni delle app, che implicano attività di raccolta e trattamento dei dati personali, con le disposizioni del GDPR sia al fine di garantire le adeguate misure tecniche per una reale *personal data protection*, ma altresì per garantire l'effettività e consapevolezza del consenso, i diritti degli interessati e la validità della base giuridica di trattamento.

### 3.- Le privacy policies ed i trattamenti sui dati personali degli utenti

Come già anticipato le app dietetico/nutrizionali raccolgono ed utilizzano una vasta quantità di dati personali per poter rendere al meglio i propri servizi; più

<sup>(50)</sup> Sui cd. limiti del consenso e sulla necessità di individuare un punto di bilanciamento tra tutela dei diritti degli interessati ed esigenze del mercato, cfr. G. Di Gregorio, R. Torino, *Privacy, protezione dei dati personali e Big Data*, in E. Tosi (a cura di) *Privacy digitale*, cit., p. 447

<sup>(51)</sup> Sin dal 2019, dalla prima sanzione che l'Autorità Garante per la protezione dei dati personali comminò a Facebook Inc (oggi Meta) per cessione dei dati che aveva dato origine alla vicenda cd. "Cambridge Analytica" (il provvedimento può leggersi per esteso sul sito [www.garanteprivacy.it](http://www.garanteprivacy.it)), la questione dell'utilizzo per fini commerciali dei dati raccolti e trattati dal titolare ha costituito tema di dibattito soprattutto in relazione alla configurazione di pratiche commerciali sleali in danno dei consumatori/interessati i quali risultavano essere ignari sia dei trattamenti successivi sia dell'utilizzazione commerciale dei propri dati personali. Tra i più recenti contributi in argomento, cfr. G. Cerrina Ferroni (a cura di) *Commerciabilità dei dati personali. Profili giuridici, economici ed etici della monetizzazione*, Bologna, 2024; E. Raganella (a cura di) *La monetizzazione dei dati personali*, Milano, 2023; F. Faini, *Il dato personale tra protezione giuridica e valorizzazione economica*, in *Osservatorio sulle fonti*, 2023, p. 387.

completi e variegati saranno i dati in *input*, infatti, maggiormente accurato sarà il risultato in *output*: da ciò deriva quanto assuma rilevanza primaria non soltanto il profilo della quantità dei dati, ma altresì quello della qualità e della affidabilità dei dati personali che vengono raccolti e trattati.

Richiamando le tre ipotesi scelte come esempi ai fini delle presenti considerazioni (elaborazione piani nutrizionali personalizzati e pianificazione dietetica per la perdita di peso, elaborazione piani nutrizionali e fitness per uno stile di vita sano ed elaborazione piani nutrizionali per l'attività sportiva) emerge come possano essere oggetto di raccolta e trattamento sia i dati personali di cui all'art. 4<sup>52</sup> che i dati afferenti alle categorie particolari di cui all'art.9<sup>53</sup>, con particolare riferimento ai dati sanitari<sup>54</sup> che possano rilevare la presenza di intolleranze e situazioni di particolare reattività ad alcuni alimenti nonché a quelli che possono rivelare la presenza di patologie, attuali o pregresse, che possono coinvolgere altresì agli appartenenti del medesimo gruppo familiare/biologico.

La raccolta dei dati ed i trattamenti finalizzati all'elabo-

razione dei piani alimentari peraltro sono in grado di restituire anche informazioni sulle preferenze alimentari e sulle probabili scelte di consumo dell'interessato, contribuendo quindi alla creazione di *pattern* di dati dall'indubbio valore economico per finalità di marketing basato sui diversi *target* di riferimento; ulteriormente, è altresì possibile che l'app nutrizionale presenti una struttura con collegamenti ad altri *websites* o ad altre *app*, che promuovono una serie di prodotti e ne permettono l'acquisto, od ancora che la stessa app presenti una funzione che consente di elaborare un elenco degli alimenti (cd. "lista della spesa") ed offra poi il collegamento a shop on line, generalisti o specializzati, facilitandone l'acquisto ("carrello") anche con opzioni di consegna a domicilio<sup>55</sup>.

Dai dati raccolti sarà possibile determinare un "profilo alimentare" del soggetto interessato che, tuttavia, potrebbe anche sottendere la possibilità di desumere altri dati personali o appartenenti a categorie particolari riferibili: si consideri, ad esempio, la possibilità di desumere l'appartenenza ad una confessione religiosa dal rispetto di particolari precetti che investono il

(<sup>52</sup>) L'art. 4 comma 1 n.1) definisce il dato personale come "qualsiasi informazione riguardante una persona fisica identificata o identificabile («interessato»); si considera identificabile la persona fisica che può essere identificata, direttamente o indirettamente, con particolare riferimento a un identificativo come il nome, un numero di identificazione, dati relativi all'ubicazione, un identificativo online o a uno o più elementi caratteristici della sua identità fisica, fisiologica, genetica, psichica, economica, culturale o sociale"; in argomento, tra gli altri, cfr. A. De Franceschi, *Art. 4 - Definizioni*, in R. D'Orazio, G. Finocchiaro, O. Pollicino, G. Resta, *Codice della Privacy e data protection*, cit., p. 153, (ma spec. p. 158 ss); C. Angiolini, *Lo statuto dei dati personali*, Torino, 2020; E. Pellecchia, *Dati personali, anonimizzati, de-identificati: combinazioni molteplici di identificabilità nel GDPR*, in *NLCC*, 2020, p. 360; V. Cuffaro, R. D'Orazio, V. Ricciuto (a cura di) *I dati personali nel diritto europeo*, Torino, 2019.

(<sup>53</sup>) L'art. 9 GDPR individua alcune "categorie particolari" di dati personali per le quali sono previste regole più rigide: si tratta dei "dati personali che rivelino l'origine razziale o etnica, le opinioni politiche, le convinzioni religiose o filosofiche, o l'appartenenza sindacale, nonché trattare dati genetici, dati biometrici intesi a identificare in modo univoco una persona fisica, dati relativi alla salute o alla vita sessuale o all'orientamento sessuale della persona". Per tali dati, che specificano la categoria dei "dati sensibili" già presente nella direttiva 95/46/CE, viene previsto un generale divieto di trattamento, che viene poi temperato dalle eccezioni indicate al comma II, individuando ipotesi legate all'interesse dell'interessato, all'interesse del titolare e ad interessi di carattere più generale e superindividuale, collegati al benessere ed alla sicurezza della comunità; in argomento, cfr. A. Thiene, *Art. 9 Trattamento di categorie particolari di dati personali*, in R. D'Orazio, G. Finocchiaro, O. Pollicino, G. Resta, *Codice della Privacy e data protection*, cit., p. 240; A. Busacca, *Le "categorie particolari di dati" ex art.9 GDPR*, in *OIDU*, 2018, p. 36; M. Granieri, *Il trattamento di categorie particolari di dati personali nel Regolamento UE 2016/679*, in *NLCC*, 2017, p. 182.

(<sup>54</sup>) A. Thiene, S. Corso, *La protezione dei dati sanitari. Privacy e innovazione tecnologica tra salute pubblica e diritto alla riservatezza*, Napoli, 2023; P. Guarda, *I dati sanitari*, in V. Cuffaro, R. D'Orazio, V. Ricciuto (a cura di) *I dati personali nel diritto europeo*, cit., p. 591; con riferimento al trattamento dei dati sanitari nell'utilizzo di app mediche, cfr. R. M. Colangelo, *App mediche e protezione dei dati personali. Alcuni spunti giuridici tra GDPR, codice privacy novellato e chiarimenti del Garante*, in *Autonomie locali e servizi sociali*, 2019, p. 275.

(<sup>55</sup>) Le app che offrono servizi di vendita e consegna raccolgono e trattano dati personali relativi anche all'ubicazione della persona: eventuali consegne periodiche con indirizzi diversi e ricorrenti, potrebbero permettere di ricostruirne gli spostamenti e talune abitudini dei consumatori; in ragione delle caratteristiche dei dati trattati, pertanto, è necessario che l'interessato riceva una completa informativa sul trattamento e sulle modalità/tempi di conservazione dei dati raccolti per il servizio di consegna e relativi alla localizzazione, considerando che non può considerarsi come base giuridica del trattamento il consenso inizialmente prestato per il trattamento dei dati da parte della app dietetico/nutrizionale che ha offerto il collegamento. In relazione ai dati dell'interessato, entrambi i gestori delle app assumono il ruolo di contitolari del trattamento e su entrambi gravano gli obblighi posti dal GDPR e le specificazioni indicate dall'EDPB in tema di attività di targeting per il marketing on line. In argomento, sia consentito nuovamente il rinvio a A. Busacca, *Social Media Targeting vs Consumer Data Protection? Le Linee-Guida EDPB n. 8/2020*, in *SudEuropa*, parte I, 2021, p. 87 e parte II, 2022, p. 131.

campo dell'alimentazione od ancora, si consideri la possibilità di risalire a particolari caratteristiche della persona, o del gruppo biologico di appartenenza, dalle scelte alimentari determinate da intolleranze e/o allergie. Gli esempi proposti evidenziano come anche i consumi alimentari, se registrati e classificati con continuità e strutturati secondo precisi criteri di analisi, possono risultare determinanti ai fini della profilazione del soggetto permettendo quindi di ottenere anche informazioni ulteriori rispetto a quelle che l'interessato ha inteso rendere pubbliche o addirittura ponendo le basi per l'attribuzione di qualità ed abitudini che potrebbero non rispondere alla realtà<sup>56</sup>. Il "profilo alimentare", infatti, potrebbe essere la risultante sia dei dati conferiti dall'interessato, quali appunto le scelte alimentari effettuate compilando un *form* o scegliendo dei prodotti ed inserendoli nel carrello on line, che dei dati raccolti da altre fonti (quali social media oppure altre app ad ancora websites collegati) e/o desunti da interazioni e comportamenti dello stesso interessato: la risultante in output, appunto il "profilo alimentare", risulterà quindi dalla strutturazione di dati diversi e non tutti affidabili. Da ciò potrebbe derivare, pertanto, che anche lo stesso

"profilo alimentare" potrebbe presentare profili ed elementi di non affidabilità che, tuttavia, non solo non sarebbero controllabili dall'interessato ma non sarebbero altresì da esso neanche conosciuti né conoscibili.

Tutte le attività descritte possono comportare la circolazione del flusso di dati personali, raccolti e trattati, tra diversi *websites* ed *app* e, di conseguenza, il trasferimento tra diversi titolari e/o contitolari, che possono agire contestualmente o in sequenza<sup>57</sup>; si tratta, con tutta evidenza, di attività indirizzate ad una pluralità di scopi ed obiettivi che possono risultare differenti ed ulteriori rispetto a quelli della app dietetico/nutrizionale che, per prima, ha raccolto il consenso: ne consegue come, ai fini della correttezza e della liceità di tali attività (successive), risulti fondamentale individuare la corretta base giuridica del trattamento e porre in essere tutte le misure per garantire una effettiva compliance con la normativa del GDPR.

In considerazione delle modalità di adesione dell'utente/consumatore al contratto per l'utilizzo dei servizi delle app, appare chiaro che la base giuridica di riferimento non possa che essere il consenso dell'interessato (art. 6, c. 1, lett. a GDPR<sup>58</sup>), con i caratteri indicati

<sup>(56)</sup> Si consideri, a titolo esemplificativo, l'ipotesi di un soggetto che acquisti solo occasionalmente birra e che abbia inserito la birra come bevanda da sorbire, nei limiti di una confezione da 33cl, una sola volta per settimana nell'ambito del calcolo delle calorie per un piano alimentare; si consideri altresì che lo stesso soggetto sia un collezionista di etichette di birra e posti sulle proprie pagine social le foto delle bottiglie con le etichette più strane della raccolta ed altresì che lo stesso soggetto ogni settimana faccia un post social, nella serata del venerdì, nel quale viene rappresentata una pinta di birra con vari meme sulla fine della settimana lavorativa. Sul portato di tutti i dati potenzialmente oggetto di raccolta, il soggetto potrebbe essere classificato come consumatore abituale di birra sebbene solo il dato dell'acquisto sporadico e del limitato consumo settimanale siano dati direttamente conferiti ed affidabili. L'erronea qualificazione in termini di consumatore abituale di birra, secondo una clusterizzazione della quale il soggetto non è a conoscenza ma che può circolare in forza del passaggio dei vari pattern di dati tra operatori commerciali e web agencies, potrebbe avere effetti diversi sulla sua sfera personale: dai più innocui, quali l'essere destinatario di continui messaggi promozionali per la fornitura di birra, a quelli più invasivi, quali l'esser classificato come soggetto a rischio per determinate patologie legate al consumo di bevande alcoliche ai fini delle pratiche per la stipula di contratti di assicurazione e/o valutazioni di affidabilità alla guida, fino ad esiti decisamente invasivi e dannosi, quali, ad esempio, valutazioni negative in scoring algoritmico e rating reputazionali ai fini lavorativi. L'esempio indicato, sebbene per certi tratti volutamente paradossale, evidenzia tuttavia i rischi della profilazione alimentare e la necessità di tutela dei dati sulle scelte e le preferenze alimentari.

<sup>(57)</sup> Come stabilito dall'art. 26 GDPR, assumono la qualifica di contitolari due o più titolari che "determinano congiuntamente le finalità e i mezzi del trattamento" e che, a tal fine, regolano "in modo trasparente, mediante un accordo interno" sia "le rispettive responsabilità in merito all'osservanza degli obblighi" imposti dal GDPR che "le rispettive funzioni di comunicazione delle informazioni di cui agli articoli 13 e 14, a meno che e nella misura in cui le rispettive responsabilità siano determinate dal diritto dell'Unione o dello Stato membro cui i titolari del trattamento sono soggetti"; in argomento, cfr. Greco, I ruoli: titolare e responsabile, in G. Finocchiaro (a cura di) *Il nuovo Regolamento europeo sulla privacy e sulla protezione dei dati personali*, Milano, 2017, p.260; F. Di Resta, *La nuova "privacy" europea cit, passim* (ma spec. cap. IV: titolare del trattamento nel codice privacy, titolarità e contitolari nel regolamento, p. 89).

<sup>(58)</sup> Accanto al consenso dell'interessato, l'art.6 comma 1 GDPR prevede, quali altre basi giuridiche di trattamento, l'esecuzione di un contratto di cui l'interessato è parte, l'adempimento di un obbligo legale a carico del titolare, la salvaguardia di interessi vitali dell'interessato, l'esecuzione di un compito di interesse pubblico o connesso all'esercizio di pubblici poteri dei quali sia investito il titolare, e, da ultimo, il perseguimento del legittimo interesse del titolare o di terzi, quando questi non siano in conflitto con interessi, diritti o libertà fondamentali dell'interessato, specialmente se minore di età, che hanno la prevalenza. Già da una prima sommaria lettura appare chiaro come non possa ipotizzarsi, nel caso di specie, né un trattamento basato sull'esecuzione del contratto (che potrebbe semmai riguardare solo un numero limitato di trattamenti e di dati e per finalità circoscritte), né l'interesse del titolare (che, come più volte ribadito dalla

nella definizione dell'art. 4 (c. I n.11) GDPR<sup>59</sup> e prestato secondo le modalità dell'art. 7 GDPR<sup>60</sup>.

Tale consenso deve, naturalmente, essere preceduto dall'adeguata informativa ex art.13 GDPR<sup>61</sup> che dovrebbe indicare: quali attività di trattamento saranno poste in essere ed a quali finalità esse sono preordinate; quali sono i diritti dell'interessato e quali le modalità di esercizio degli stessi; se, in che modalità e per quanto tempo i dati personali degli interessati saranno eventualmente conservati dal titolare sui propri server; se ed a quali condizioni i dati personali raccolti potranno essere trasferiti ad altri titolari ed eventualmente anche fuori dal territorio della UE; se ed a quali condizioni i dati personali raccolti potranno essere trasferiti ad inserzionisti e/o a professionisti specia-

lizzati che renderanno servizi collegati o ulteriori rispetto a quelli proposti dalla app; se tra le attività di trattamento saranno realizzate anche attività di profilazione e se saranno poste in essere attività realizzate con modalità automatizzate<sup>62</sup>.

Con particolare attenzione all'ultimo dei punti indicati (trattamenti automatizzati e profilazione), lo stesso GDPR prevede non soltanto l'obbligo di informativa sulla esistenza e sulle conseguenze delle attività che importano profilazione (considerando n.60, n.71, n.72) ma altresì prevede, in caso di trattamenti automatizzati, il diritto dell'interessato di sottrarsi a processi decisionali totalmente automatizzati che possano comportare effetti sulla sua sfera giuridica o possano incidere in modo significativo sulla sua persona (art.22<sup>63</sup>) e

---

giurisprudenza non può risolversi nel mero interesse al contratto od al proprio guadagno), né alcuna delle altre ipotesi indicate. In argomento, cfr. D. Poletti, *Art. 6. Liceità del trattamento* in R. D'Orazio, G. Finocchiaro, O. Pollicino, G. Resta, *Codice della Privacy e data protection*, cit., p. 191; F. Bravo, *Il consenso e le altre condizioni di liceità del trattamento di dati personali*, in G. Finocchiaro, *Il nuovo Regolamento europeo sulla privacy e sulla protezione dei dati personali*, cit., p. 101.

(<sup>59</sup>) L'art.4, comma I, n.11 definisce il consenso come "qualsiasi manifestazione di volontà libera, specifica, informata e inequivocabile dell'interessato, con la quale lo stesso manifesta il proprio assenso, mediante dichiarazione o azione positiva inequivocabile, che i dati personali che lo riguardano siano oggetto di trattamento"; in argomento, peraltro, sia le Autorità di Controllo che le Corti nazionali e la stessa Corte di Giustizia EU sono intervenute più volte per determinare l'esatto perimetro interpretativo dei caratteri del consenso, con particolare riferimento alla "libertà" dello stesso. Sul punto, nell'ambito di una vasta bibliografia, cfr. A. De Franceschi, *Art. 4 - Definizioni*, in R. D'Orazio, G. Finocchiaro, O. Pollicino, G. Resta, *Codice della Privacy e data protection*, cit., p. 153 (ma spec. § 12. *Consenso dell'interessato*, p. 166); A. Vivarelli, *Il consenso al trattamento dei dati personali nell'era digitale. Sfide tecnologiche e situazioni giuridiche*, Napoli, 2019; E. Luchini Guastalla, *Privacy e Data Protection: principi generali*, in E. Tosi (a cura di) *Privacy digitale*, cit., p. 55 (ma spec. p. 71); F. Donini, *Conferme e suggestioni della Corte di Giustizia in tema di "consenso libero ed informato" dell'interessato*, in *DPCE on line*, 2021, p. 1357.

(<sup>60</sup>) L'art. 7 disciplina i requisiti di validità del consenso, la sua efficacia e le condizioni della revoca: si tratta di una norma, come affermato in dottrina, che, sebbene non assuma un carattere particolarmente innovativo rispetto alla Direttiva 95/46/CE quanto al contenuto, tuttavia ha l'indubbio merito di aver precisato ed organizzato a sistema gli elementi indicati (sul punto, cfr. F. Resta, *Art. 7. Condizioni per il consenso*, in G. M. Riccio, G. Scorza, E. Belisario, *GDPR e normativa privacy*, cit., p. 96); anche in relazione ai requisiti dell'art.7 GDPR si sono registrati diversi interventi delle Autorità di Controllo e delle Corti di giustizia: in argomento, con particolare riferimento agli interventi delle prime, cfr. V. Silveti (a cura di) *I provvedimenti in materia di data protection dei Garanti Europei. Dalle sanzioni alle soluzioni*, Milano, 2021.

(<sup>61</sup>) Caratteri e modalità dell'informativa rappresentano uno dei temi più dibattuti sia in dottrina che in giurisprudenza; L. Liguori, *Art. 13-14. Informazione e accesso ai dati personali*, in R. D'Orazio, G. Finocchiaro, O. Pollicino, G. Resta, *Codice della Privacy e data protection*, cit., p. 287; E. M. Tripodi, *A proposito di privacy: le informative dei siti web (pubblici e privati)*, in *Disciplina del commercio e dei servizi*, 2020, p. 9.; F. Caggia, *Libertà ed espressione del consenso*, in V. Cuffaro, R. D'Orazio, V. Ricciuto, *I dati personali nel diritto europeo*, Torino, 2019, p. 249.

(<sup>62</sup>) La profilazione viene definita dall'art. 4 comma I n. 4) come "qualsiasi forma di trattamento automatizzato di dati personali consistente nell'utilizzo di tali dati personali per valutare determinati aspetti personali relativi a una persona fisica, in particolare per analizzare o prevedere aspetti riguardanti il rendimento professionale, la situazione economica, la salute, le preferenze personali, gli interessi, l'affidabilità, il comportamento, l'ubicazione o gli spostamenti di detta persona fisica": proprio in considerazione della particolare invasività che essa può determinare nella sfera privata dell'interessato, sia il WP29 che l'EDPB si sono più volte pronunciati sulla opportunità di offrire interpretazioni restrittive alle disposizioni in tema di profilazione e di trattamenti automatizzati, specificando una serie di obblighi gravanti sui titolari per le attività di data mining, di clustering e di targeting, particolarmente se svolti per finalità commerciali ed a rilevanza economica. Sul tema cfr., tra gli altri, R. Messinetti, *Trattamento dei dati per finalità di profilazione e decisioni automatizzate*, in N. Zorzi Galgano (a cura di), *Persona e mercato dei dati. Riflessioni sul GDPR*, Milano, 2019, p. 167; E. Pellecchia, *Privacy, decisioni automatizzate ed algoritmi*, in E. Tosi (a cura di), *Privacy digitale*, cit., p. 417; L. C. Natali, *Marketing e dati personali*, in G. M. Riccio, G. Scorza, E. Belisario, *GDPR e normativa privacy*, cit., p. 932.

(<sup>63</sup>) F. Lagioia, G. Sartor, A. Simoncini, *Art. 22. Processo decisionale automatizzato relativo alle persone fisiche, compresa la profilazione*, in R. D'Orazio, G. Finocchiaro, O. Pollicino, G. Resta, *Codice della Privacy e data protection*, cit., p. 379; A. Caia, *Art. 22. Processo decisionale automatizzato relativo alle persone fisiche, compresa la profilazione*, in G. M. Riccio, G. Scorza, E. Belisario,

pone a carico del titolare l'obbligo di realizzare una valutazione di impatto preventiva al fine di verificare il grado di rischio correlato all'attività da svolgere (art. 35<sup>64</sup>). In relazione ad alcuni snodi interpretativi dei considerando e delle disposizioni richiamate, peraltro, già in un primo momento il Gruppo di Lavoro art. 29 non aveva mancato di evidenziare l'invasività ed i rischi sulla sfera personale dell'interessato di attività che determinano "l'analisi e la previsione di aspetti della personalità, del comportamento, degli interessi e delle abitudini della persona" e che possono altresì condurre a strategie di marketing basate sulle previsioni comportamentali con modalità finalizzate anche a modificare ed indirizzare le stesse secondo tecniche del cd. neuromarketing; successivamente, con esplicito riferimento all'ambito commerciale, l'EDPB aveva emanato anche le linee-guida in materia di targeting<sup>65</sup> per una maggiore tutela dei consumatori e per specificare i limiti delle attività automatizzate e gli obblighi a carico dei titolari.

Nelle ipotesi delle app che offrono servizi di valutazione delle caratteristiche nutrizionali degli alimenti e di predisposizione di piani alimentari personalizzati, il soggetto utilizzatore della app è al contempo consumatore (dei servizi offerti) ed interessato (in quanto persona fisica alla quale si riferiscono i dati oggetto dei trattamenti) mentre il gestore della app assume i corrispondenti ruoli di contraente professionista (per la fornitura di servizi) e di titolare (per le attività di trattamento dei dati personali).

Come già indicato, i dati conferiti dall'interessato possono essere sia dati personali che dati afferenti alle categorie particolari ex art. 9 GDPR e, da essi, possono poi essere ricavate ulteriori informazioni: si pensi, a titolo di esempio, ai dati relativi al peso corporeo ed alla struttura muscolare che vengono raccolti e trattati

insieme alle preferenze alimentari ed alle eventuali allergie e/o intolleranze nonché eventuali contestuali assunzione di farmaci; tali dati possono essere altresì strutturati con altri dati relativi allo stile di vita, ai ritmi veglia-sonno ed ancora alla eventuali attività motorie o sportive, alla intensità e frequenza delle stesse. Le attività di trattamento poste in essere, dalle più semplici alle più complesse, permetteranno di ricavare dai dati conferiti una serie di informazioni (più complete) relative a molteplici aspetti della vita e della personalità dell'interessato ed i risultati che saranno restituiti in output costituiranno, a loro volta, nuove basi di osservazione per implementare tali informazioni: il monitoraggio sul rispetto del piano alimentare e sulle altre attività eventualmente previste nonché sui risultati raggiunti o mancati permetteranno di arricchire ulteriormente il profilo dell'interessato e di implementare i risultati offerti, con modifiche ed aggiornamenti dei piani alimentari parametrati sulle necessità e sulle capacità del soggetto.

Si consideri, poi, ulteriormente l'eventualità che la app nutrizionale offra, anche in collegamento con altra app, un programma di esercizio fisico, con attività motoria o sportiva, per il benessere, per la perdita di peso o per rafforzamento e/o mantenimento della massa muscolare: anche in questo caso saranno acquisiti nuovi dati, relativi appunto allo svolgimento ed ai risultati di tali attività motorie, che permetteranno di ricavare nuove informazioni; in particolare, qualora il monitoraggio dell'attività sia effettuato con un dispositivo indossabile che raccoglie i dati relativi alle performance ed alle variazioni dei parametri biologici nel corso degli allenamenti per poi trasferirli alla app, si verrà a creare un flusso di dati in circolazione tra i dispositivi connessi ed è chiaro che proprio in relazione a tale circolazione dovranno essere approntate le

GDPR e normativa privacy, cit., p. 277; F. Pizzetti, *Privacy e il diritto europeo alla protezione dei dati personali*, Torino, 2016; R. Messinetti, *La tutela della persona umana versus l'intelligenza artificiale. Potere decisionale dell'apparato tecnologico e diritto alla spie-gazione della decisione automatizzata*, in *Contratto e impresa*, 2019, p. 861.

<sup>(64)</sup> L'obbligo della valutazione di impatto preventiva costituisce una delle innovazioni più significative del GDPR nelle policies di accountability del titolare: in particolare, essa deve essere realizzata in tutte le ipotesi di trattamenti che possano "presentare un rischio elevato per i diritti e le libertà delle persone fisiche" in considerazione di una serie di elementi quali "la natura, l'oggetto, il contesto e le finalità" del trattamento stesso; in argomento, cfr. F. Cecamore, *Art. 35. Valutazione di impatto sulla protezione dei dati*, in G. M. Riccio, G. Scorza, E. Belisario, *GDPR e normativa privacy*, cit., p. 408; A. Mantelero, *Il nuovo approccio della valutazione del rischio nella sicurezza dei dati*, in G. Finocchiaro (a cura di), *Il nuovo Regolamento europeo sulla privacy e sulla protezione dei dati*, cit., p. 307.

<sup>(65)</sup> Linee-Guida 8/2020 sul targeting degli utenti di social media, Versione 2.0 adottate il 13 aprile 2021; il testo completo, in lingua italiana, può leggersi sub: [https://edpb.europa.eu/our-work-tools/our-documents/guidelines/guidelines-82020-targeting-social-media-users\\_it](https://edpb.europa.eu/our-work-tools/our-documents/guidelines/guidelines-82020-targeting-social-media-users_it); in argomento, cfr. G. D'Ippolito, *Profilazione e pubblicità targettizzata on line. Real-Time Bidding e behavioural advertising*, Napoli, 2021; sia consentito il riferimento a A. Busacca, *Social Media Targeting vs Consumer Data Protection? Le Linee-Guida EDPB n. 8/2020*, in *SudEuropa*, parte I, 2021, p. 87 e parte II, 2022, p. 131.

opportune misure di sicurezza per evitare dispersione dei dati o possibilità di accesso e appropriazione da parte di soggetti non autorizzati.

Ulteriore e diversa situazione può essere, invece, quella determinata dal collegamento della app con website o app di shop on line, generalisti o specializzati, che permettano di acquistare cibi ed eventuali altri prodotti funzionali al regime alimentare indicato in output dalla app nutrizionale: in questo caso anche la selezione dei prodotti che saranno inseriti nel carrello ed acquistati concorre alla profilazione del soggetto ed offre delle informazioni che non soltanto potranno essere utilizzati dalla app per implementare i propri output, ma potranno essere utilizzati dal gestore del website/app shop per (eventuali) finalità di marketing personalizzato.

Emerge quindi come, nel caso di collegamento tra diverse app, delle quali una che svolge attività di e-commerce, si sia in presenza di due distinte categorie di obblighi di informazione nei confronti dei consumatori: l'informazione sulle attività di trattamento dei dati personali e l'informazione sui prodotti alimentari e sugli altri prodotti proposti in vendita. In relazione a questi ultimi, è opportuno ribadire che tali obblighi informativi nei confronti dei consumatori di alimenti debbano essere adempiuti dal gestore della app che propone la vendita dei prodotti<sup>66</sup>, dal momento che la eventuale presentazione sulla app dietetico/nutrizionale non può considerarsi esaustiva dell'adempimento richiesto; l'adempimento da parte del gestore della app di e-commerce dovrà essere puntuale e completo e dovrà permettere la piena visione delle informazioni contenute nelle etichette dei prodotti per i quali dovranno, inoltre, essere specificati tempi e modalità di consegna e, in caso di prodotti facilmente deperibili e/o con particolari modalità di conservazione, tutte le specifiche richieste<sup>67</sup>.

Dagli esempi proposti, emerge come l'adempimento degli obblighi di informazione che grava sui

gestori/titolari deve essere adempiuto scrupolosamente, partendo dalla realizzazione della valutazione di impatto preventiva e dalla susseguente strutturazione della app per minimizzare i rischi e rendere le attività di raccolta e trattamento, ed anche di eventuale profilazione, quanto più *compliance* rispetto alle misure tecniche, organizzative e giuridiche richieste dal GDPR.

Accanto agli obblighi ed agli adempimenti che gravano sul gestore/titolare nella fase iniziale del rapporto con l'utilizzatore/interessato, devono essere tenuti in considerazione anche quelli di monitoraggio, controllo ed aggiornamento sul corretto funzionamento degli algoritmi e dei software che sono alla base dei servizi offerti dalla app; eventuali malfunzionamenti, infatti, potrebbero restituire output falsati e non affidabili e, di conseguenza, causare dei danni agli utilizzatori/interessati che ripongono fiducia sull'output ottenuto. In relazione ai rischi di malfunzionamento della app e di restituzione di output non affidabili devono distinguersi le ipotesi di malfunzionamento dovuto alla app od al mancato aggiornamento della stessa, quindi ad una causa imputabile al gestore, dalle ipotesi di malfunzionamento dovuto a scorretto impiego da parte dell'utente, sia esso dovuto alla mancata conoscenza delle modalità d'uso o piuttosto a negligenza o imperizia e, naturalmente, ad eventuali ipotesi di dolo.

In tutte le ipotesi di malfunzionamento, tuttavia, dovrà prestarsi particolare attenzione a quanto riportato nei "termini e condizioni di utilizzo", dal momento che molto spesso vengono inserite clausole di limitazione della responsabilità a carico del gestore/titolare che, se possono apparire plausibili nel caso di non corretto impiego per negligenza o imperizia da parte dell'utilizzatore/interessato, presentano più di una criticità in caso di mancato aggiornamento, mancata completezza delle informazioni di utilizzazione ed in altre ipotesi riconducibili ad un malfunzionamento del sistema per omessa manutenzione o controllo.

<sup>(66)</sup> Sulle responsabilità correlate agli obblighi informativi in questione, cfr. G. M. Marsico, *Profili ricostruttivi e dogmatici in tema di responsabilità civile nella filiera alimentare*, in *Danno e Responsabilità*, 2024, p. 671; altresì S. Carmignani, *L'informazione ai tempi della sostenibilità*, in *q. Riv. [www.rivistadirittoalimentare.it](http://www.rivistadirittoalimentare.it)*, n. 1-2014, p. 27.

<sup>(67)</sup> Il contenuto degli obblighi di informazione per il consumatore di prodotti alimentari, come configurato nella normativa unionale, è stato efficacemente sintetizzato dalla Corte di Giustizia EU sez. V nella sentenza 13.01.2022, causa n.881/19, nella quale si legge che le informazioni devono "consentire ai consumatori di identificare e di fare un uso adeguato di un alimento e di effettuare scelte adatte alle esigenze dietetiche individuali (...) siffatto obiettivo impone che le informazioni relative agli alimenti siano corrette, imparziali e obiettive (...) queste informazioni non devono essere tali da indurre in errore il consumatore, specialmente per quanto riguarda le caratteristiche del prodotto alimentare e in particolare la natura, l'identità, le qualità, la composizione, la quantità, la conservazione, l'origine o la provenienza, il modo di fabbricazione o di ottenimento dello stesso"; il testo completo della sentenza può leggersi in Banca Dati WKI One Legal.

#### 4.- L'utilizzo da parte dei soggetti minori: criticità e compliance con il GDPR

In relazione allo sviluppo ed alla diffusione delle app dietetico/nutrizionali, una statistica di particolare rilievo è quella relativa all'utilizzo da parte dei soggetti minori di età: si tratta di una situazione che pone diverse criticità soprattutto per la possibile incidenza degli output sviluppati dalla app sullo sviluppo psico-fisico e sulla formazione delle abitudini alimentari; la questione viene segnalata, anche con preoccupazione, da sociologi e pedagogisti, soprattutto con riferimento ai più giovani ed ai più vulnerabili, che trascorrono diverse ore on line e che possono essere (facilmente) influenzati da suggestioni e modelli veicolati attraverso il web; in relazione a tale ultimo profilo, tuttavia, è opportuno sottolineare che le criticità sono riferite ai possibili utilizzi distorti delle app dietetico/nutrizionali. Come già anticipato, le statistiche degli ultimi anni evidenziano il costante incremento dell'utilizzo delle app dietetico/nutrizionali da parte degli adolescenti e dei pre-adolescenti, con un progressivo abbassamento dell'età delle prime attività di *download*<sup>68</sup>; peraltro, già da alcuni anni sono presenti sul mercato, specialmente su quello statunitense, app dietetico/nutrizionali espressamente dedicate a piani alimentari per bambini dagli otto anni e, sebbene il *claim* di rilascio sia l'aiuto per i

genitori dei minori con problemi di obesità e sovrappeso, tuttavia nella maggior parte dei casi sono proprio gli stessi minori, specie quelli con problemi di peso e di accettazione del proprio corpo, ad utilizzare tali app per ottenere piani di dimagrimento senza rivolgersi ad uno specialista medico<sup>69</sup>. Le motivazioni su tale comportamento possono essere le più varie ma principalmente possono ricondursi al timore del confronto ed al rifiuto del controllo e della eventuale verifica del fallimento degli obiettivi: l'interazione con una macchina viene preferita proprio perché sottrae al confronto umano.

Nella maggior parte dei casi, gli utenti più giovani accedono alle funzioni gratuite e più semplificate delle app, nondimeno questo dato rivela una serie di criticità che, da un punto di vista più squisitamente giuridico, attengono ai profili dell'età minima richiesta per accedere ai servizi ed alle modalità di verifica dell'età effettiva degli utenti ed alla liceità delle attività di trattamento dei dati dei minorenni, secondo quanto previsto dall'art.8 del GDPR<sup>70</sup>.

In relazione all'età minima per accedere ai servizi offerti dalle app, sebbene la normativa generale per l'utilizzo dei servizi della società dell'informazione preveda una età minima di 14 anni, con tolleranza per una età inferiore in presenza di un consenso prestato dai genitori<sup>71</sup>, ciascuna app può stabilire una diversa (e più alta) soglia di età, per l'accesso ai servizi. In

<sup>(68)</sup> Sul punto desta particolare preoccupazione il dato relativo all'utilizzo già da parte di bambini e bambine che sono alla soglia della pre-adolescenza e che, senza adeguato controllo genitoriale, si espongono a risultati e programmi per la riduzione e/o il controllo del peso corporeo che possono influire negativamente sullo sviluppo psico-fisico in essere; come si avrà modo di esporre in modo più analitico nel testo, lo stesso accesso alle app nutrizionali da parte del pubblico più giovane avviene sulla scorta della falsificazione del dato relativo all'età e sulla carenza di adeguati sistemi di controllo da parte dei gestori; ne deriva che l'utilizzo da parte dei più giovani, ricercato soprattutto da quanti vivono una situazione di disagio e cercano di sfuggire al confronto personale ed al controllo medico, può davvero rappresentare un serio problema e può altresì portare a problemi ed alterazioni dei corretti stili alimentari e di vita, nonché sfociare in una delle ipotesi di cd. dipendenza digitale.

<sup>(69)</sup> L'importanza di una corretta alimentazione per i bambini ed i fanciulli costituisce una asserzione basilare che tuttavia spesso si scontra con indicazioni e percezioni erronee provenienti dai contesti sociali di riferimento: al riguardo deve osservarsi come una corretta educazione alimentare possa essere considerata componente dei doveri di educazione ed assistenza morale e materiale connessi alla funzione ed alla responsabilità genitoriale. La questione può essere considerata punto di intersezione di diverse scienze umane: dall'antropologia alla pedagogia, dalla psicologia alla sociologia ed al diritto; tale diversità si riflette sugli approcci alla tematica: nell'ambito della diversificata bibliografia, possono ricordarsi, per un'ottica giuridica, cfr. A. Verricchio, *Il diritto al cibo ed alla sicurezza alimentare quali diritti fondamentali per minorenni: un inquadramento normativo*, in *Minori.it, Rassegna Giuridica* 2/2023 (<https://www.minori.it/it/minori/il-diritto-al-cibo-e-alla-sicurezza-alimentare>); per un'ottica psico-pedagogica, cfr. F. J. Fiz Perez (a cura di), *Mangiare e crescere. Aspetti cognitivi, sociali e relazionali*. Milano, 2009.

<sup>(70)</sup> In argomento, cfr.: V. Montaruli, *La protezione dei dati personali e il minore*, in Aa. Vv., *I dati personali nel diritto europeo*, a cura di V. Cuffaro, R. D'Orazio, V. Ricciuto, Torino, 2019, p. 275; G. Spoto, *Disciplina del consenso e tutela del minore*, in Aa.Vv., *La nuova disciplina europea della privacy*, a cura di S. Sica, V. D'Antonio, G.M. Riccio, Milano, CEDAM, 2016, p. 111; C. M. Cascione, *Art. 8 - Condizioni applicabili al consenso dei minori in relazione ai servizi della società dell'informazione*, in D'Orazio, Finocchiaro, Pollicino, Resta (a cura di), *Codice della privacy e Data Protection, cit.*, p. 228; F. Resta, *Art. 8 - Condizioni applicabili al consenso dei minori in relazione ai servizi della società dell'informazione*, in G. M. Riccio, G. Scorza, E. Belisario, *GDPR e normativa privacy, cit.*, p. 105.

<sup>(71)</sup> In tal senso si esprime l'art. 2-quinquies del d.lgs. 196/2003 come modificato dal d.lgs. 101/2018, il quale integra l'art. 8 GDPR proprio nelle parti, lasciate alla legislazione nazionale, relative al consenso degli infrasedicenni ed alla validità del consenso eventualmente

particolare, proprio in considerazione dell'incidenza che i servizi offerti dalle app dietetico/nutrizionali possono determinare sulle scelte alimentari e sullo stile di vita dei più giovani, diverse di queste app hanno individuato l'età minima al compimento del 18° o del 16° anno ponendo, nell'ambito dei "termini e condizioni di utilizzo", l'obbligo di dichiarazione del possesso dell'età minima richiesta da parte dell'utente; si noti bene che la maggior parte delle app richiede unicamente la dichiarazione senza il contestuale upload di un documento di identità che possa comprovarla; ne deriva che una tale previsione sull'età minima, se non accompagnata da adeguate modalità di verifica, finisce per risultare del tutto vana soprattutto nel caso in cui la promozione della app ed il collegamento alla stessa vengano veicolati tramite un social network, per l'iscrizione al quale il minore ha indicato dati non veritieri e falsato la propria età<sup>72</sup>.

Proprio il tema della *age verification* e degli strumenti per rendere effettivo il controllo da parte dei gestori è

stato oggetto, negli ultimi mesi, di indagini ed istruttorie da parte delle Autorità di Controllo in diversi paesi europei, tra i quali anche l'Italia. In particolare, l'Autorità Garante per la tutela dei dati personali italiana non soltanto ha rilasciato diversi documenti e schede informative nei quali ha presentato i rischi correlati all'utilizzo dei device e delle app da parte dei minori (come il vademecum "APPProva di Privacy" del mese di ottobre del 2020<sup>73</sup> ed il documento sulle App di fitness tracker del gennaio 2024<sup>74</sup>) incoraggiando ad un uso responsabile delle stesse, ma ha altresì avviato delle istruttorie, all'esito delle quali ha poi comminato significative sanzioni, ai gestori del social network TIKTOK<sup>75</sup> ed alla società statunitense OpenAI, titolare dei diritti relativi al software di generative AI ChatGPT: proprio nei confronti di quest'ultima, peraltro, nel mese di dicembre del 2024 è stata comminata una sanzione di oltre 15 milioni di euro accompagnata dall'obbligo di realizzare delle idonee campagne informative su diversi profili di criticità, tra i quali, la verifica dell'età degli utenti<sup>76</sup>.

---

espresso dai genitori per un minore che presenti, comunque, l'età minima di tredici anni. Sul punto, cfr. C. M. Cascione, *Art.2-quinquies. Consenso del minore in relazione ai servizi della società dell'informazione*, in D'Orazio, Finocchiaro, Pollicino, Resta (a cura di), *Codice della privacy e data protection*, cit., p. 1035; F. Resta, *Art.2-quinquies. Consenso del minore in relazione ai servizi della società dell'informazione*, in R. Sciaudone, E. Caravà, *Il Codice della Privacy*, Pisa, 2019, p. 65; F. Naddeo, *Il consenso al trattamento dei dati personali del minore*, in *Diritto dell'informazione e dell'informatica*, 2018, p. 27.

(<sup>72</sup>) In argomento cfr. S. Trozzi, *La tutela dei minori nel prisma della protezione dei dati personali. I sistemi di verifica dell'età tra personalismo ed esigenze di bilanciamento fra diritti*, in *Rivista italiana di informatica e diritto*, 2024, p. 339; in termini più generali, sulla tutela dei minori nell'ecosistema digitale ed in particolare nell'ambiente dei social network cfr. B. Agostinelli, *Autonomia e controllo dei minori on line. I nuovi confini della responsabilità genitoriale*, ivi, p. 415; G. Pesci, *Prospettive e recenti sviluppi della tutela dei minori on line*, in *Cyberspazio e diritto*, 2022, p. 320; G. Pedrazzi, *Minori e social media: tutela dei dati personali, autoregolamentazione e privacy*, in *Informatica e diritto*, 2018, p. 443; I. Garaci, *Il "superiore interesse del minore" nel quadro di uno sviluppo sostenibile dell'ambiente digitale*, in *NLCC*, 2021, p. 800; C. Perlingieri, *La tutela dei minori di età nei social networks*, in *Rassegna di diritto civile*, 2016, p. 1324.

(<sup>73</sup>) Il testo completo del vademecum può leggersi all'indirizzo <https://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/9475065>.

(<sup>74</sup>) Il testo completo del documento può leggersi all'indirizzo <https://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/9970918>.

(<sup>75</sup>) In particolare, nei confronti del social network TIKTOK, che negli ultimi anni risulta essere il più utilizzato dai pre-adolescenti e dagli adolescenti, nel 2021 a seguito di tragici fatti nei quali perse la vita una bambina coinvolta in una "sfida estrema" circolante proprio tra gli utenti del social network, il Garante ha, dapprima, disposto un blocco temporaneo, indicando, tra i motivi di censura, proprio le lacune in tema di verifica dell'età e, per contro, la facilità nell'aggirare il divieto di iscrizione anche per soggetti con età ben al di sotto dei limiti stabili e, successivamente, nonostante le garanzie prestate dai gestori e le implementazioni delle privacy policies a tutela dei minori, comminato una sanzione pecuniaria, sulla scia degli altri provvedimenti ugualmente emanati da altre Autorità garanti per la tutela dei dati personali in altri Stati membri EU. Nel corso degli ultimi anni, le sanzioni nei confronti del social network cinese si sono moltiplicate, sia per questioni riguardanti i trattamenti illeciti di dati personali, soprattutto relativi a soggetti minori di età, che per iniziative relative a pubblicità targettizzata che, sebbene rivolta apparentemente solo agli adulti, potrebbe riguardare anche soggetti minori ed esporli a profilazione e trattamenti automatici, in contrasto con quanto affermato sia dal GDPR che dall'EDPB. In argomento, cfr., O. Lanzara, *Il caso TikTok: privacy e minori di età*, in *Comparazione e diritto civile*, 2021, p. 977; M. Mimun, *I pericoli dei "social network" e i limiti dell'età digitale: il caso TikTok*, in *Diritto dell'Internet*, 2021, p. 407.

(<sup>76</sup>) La sanzione chiude l'istruttoria avviata nel 2023, dopo i provvedimenti di blocco temporaneo comminati nel mese di marzo e poi non reiterati nel successivo mese di aprile, a seguito di alcuni chiarimenti e proposte di modifica presentate dalla società statunitense; la nota stampa relativa al provvedimento può leggersi all'indirizzo <https://www.garanteprivacy.it/home/docweb/-/docweb-display/docweb/10085432>; in relazione alla vicenda che ha visto contrapposti il Garante italiano ed OpenAI, sia consentito il riferimento a: A. Busacca, M. Monaca, *Who's afraid of "Big Bad" Generative AI?* in D. Marino M. A. Monaca (a cura di), *Generative artificial intelligence and fifth industrial revolution*, Springer, Cham - Che, attualmente in corso di stampa.

Il tema della verifica dell'età, tuttavia, rappresenta solo uno dei profili di criticità che derivano dall'utilizzo delle app nutrizionali da parte dei minori: accanto ad esso, infatti, non devono trascurarsi le ulteriori questioni legate alle possibili attività di trattamento dei dati personali che possono comportare anche profilazione e *targeting* per finalità di *marketing on line* nonché la possibilità di attività di trattamento per finalità di addestramento di sistemi e strumenti AI. In argomento, possono richiamarsi le indicazioni dell'EDPB, sulle caratteristiche del consenso, con particolare attenzione al consenso dei minori<sup>77</sup>, sebbene, nonostante le indicazioni e le linee-guida i gestori delle app ed in generale gli operatori del mercato digitale non abbiano apportato significative innovazioni nelle policies di *age verification* e nelle correlative limitazioni all'accesso ai servizi. In particolare, non si registrano innovazioni di rilievo nella struttura dei websites e, per quanto di interesse ai fini del presente contributo, nelle app utilizzabili da dispositivi mobili, eppure potrebbero ipotizzarsi delle misure che, proprio nella logica dell'*accountability*, potrebbero essere adottate per rafforzare la tutela dei minori e dei loro dati personali; come suggerito da un componente del Collegio dell'Autorità Garante<sup>78</sup>, infatti, potrebbero ipotizzarsi modalità algoritmiche indirizzate proprio alla verifica, anche mediante confronto e strutturazione dei dati, dell'età e della validità del consenso prestato dall'utente, superando una logica basata unicamente, o quantomeno prevalentemente, sulle dichiarazioni di quest'ultimo.

Un utilizzo dei Big Data e degli algoritmi di *clustering*, soprattutto con riferimento agli itinerari di navigazione ed alle interazioni, potrebbe permettere di identificare con relativa facilità e significativo margine di successo i soggetti che abbiano dato un dato non veritiero sulla propria età o che abbiano creato profili *fake* riferiti a soggetti maggiori di età ma immaginari/non esistenti: con delle modalità tecniche si potrebbe rafforzare non soltanto il sistema di tutela dell'utente minore, ma altresì quello del gestore che eviterebbe di incorrere in situazioni di trattamento illecito o di consenso invalido. Per altro verso, tuttavia, resta da considerare che i minori di età utenti dei websites e delle app rappre-

sentano comunque un pubblico di potenziali consumatori di servizi e di prodotti; se poi si considerano gli utenti di app dietetico/nutrizionali che accedono ai servizi per problemi di peso, essi possono risultare più esposti alle suggestioni del marketing on line, soprattutto se rivolto a promuovere prodotti funzionali, o almeno ritenuti tali, alla realizzazione degli obiettivi auspicati (e facilmente ricavabili dalla strutturazione dei dati di navigazione e dai dati desumibili dai profili social nonché dalle navigazioni effettuate e "mappate" dagli *analytic tools*). Risulta difficile, o quanto meno poco probabile, immaginare che i gestori dei websites e delle app preferiscano adottare misure, tecniche ed organizzative, di maggior controllo e rinunciare ad una consistente fascia di pubblico: molto più probabile immaginare che possano limitarsi ad implementare le misure di controllo basate sulle dichiarazioni o su alcune interazioni (minime) degli utenti, anche esponendosi al rischio di censura o di sanzione da parte dell'Autorità garante.

Il punto di partenza di una reale tutela degli utenti minori, allora, non può essere solo quello delle *policies* adottate dai gestori o dell'effetto deterrente delle sanzioni che potrebbero essere adottate dalle Autorità di Controllo degli Stati e che, peraltro, non risultano affatto deterrenti quando si limitano ad una multa pecuniaria che spesso non ha incidenza sulla situazione economica dell'operatore commerciale; il reale punto di partenza non può che essere una corretta *media education* nell'approccio ai device ed alle app, come portato di un corretto e responsabile utilizzo della rete Internet e dei suoi strumenti di comunicazione e condivisione; nel caso delle app dietetico/nutrizionali, la questione si interseca con un altro profilo parimenti importante, ossia la corretta educazione verso stili di vita salutari e corretti comportamenti alimentari.

Il corretto approccio alle app dietetico/nutrizionali da parte dei più giovani deve partire proprio dalla comprensione delle reali funzioni di tali app e dall'utilizzo corretto come strumenti di supporto per una alimentazione corretta ma, come più volte ribadito, non come imposizione di modelli o come surrogato del consulto

(<sup>77</sup>) Linee-Guida 5/2020 sul consenso ai sensi del Regolamento UE 2016/679, par. 7 Settori specifici di interesse - 7.1 Minori (art. 8), pp. 28-33; il testo completo delle linee-guida è consultabile, in lingua italiana, all'indirizzo [https://www.edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/edpb\\_guidelines\\_202005\\_consent\\_it.pdf](https://www.edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/edpb_guidelines_202005_consent_it.pdf).

(<sup>78</sup>) G. Scorza, "Verificare se su TikTok ci sono bambini, senza violare la privacy, si può", intervista rilasciata a margine del provvedimento di blocco del social network TikTok (<https://www.garanteprivacy.it/home/docweb/-/docweb-display/docweb/9526029>).

e delle cure di un professionista specializzato: la funzione delle app dietetico/nutrizionali deve mantenersi quella di coadiuvare all'acquisizione di una maggiore consapevolezza sulla (propria) alimentazione e sulle possibili interazioni e distinzioni tra i cibi, al fine di migliorare e/o mantenere il proprio stile di vita salubre. Il corretto utilizzo da parte degli utenti, siano essi maggiori o minori di età, rappresenta la maggior tutela contro comportamenti che potrebbero snaturare la funzione originaria e creare situazioni di criticità con riflessi negativi sia sulle abitudini alimentari e sullo stile di vita ed, in caso di minori, per la stessa crescita dei piccoli utenti; ancora, sempre il corretto utilizzo rappresenta anche la migliore tutela dei dati personali degli utenti che, nella consapevolezza delle modalità e delle finalità di trattamento, dovrebbero poter scegliere di quali dati permettere la raccolta (per finalità di trattamento) e quali, invece, mantenere per sé e non immettere nel circuito comunicativo delle app, scegliendo così, al contempo, se ed in che misura sottoporsi alle attività di *profilazione* e *targeting* e, di conseguenza, quanto mantenersi utente/interessato e quanto (accettare di) diventare utente/consumatore<sup>79</sup>.

## ABSTRACT

*Le applicazioni software per dispositivi mobili (mobile app) costituiscono un segmento rilevante nell'ambito del mercato digitale: anche il settore agroalimentare ne risulta coinvolto e nella categoria generale delle "food app" molteplici app offrono servizi diversificati: dal controllo sulla salubrità degli alimenti, alla lettura delle etichettature, dalla vendita e consegna di cibi fre-*

*schi o preparati, alla pianificazione di piani nutrizionali/dietetici per uno stile di vita sano e per il controllo e la perdita di peso. Proprio in relazione alle app dietetico/nutrizionali, assume particolare importanza la tutela dei dati personali degli utenti, soprattutto delle categorie particolari di dati ex art.9 GDPR. Il presente contributo, premessi brevi cenni sul mercato delle mobile app, propone alcune riflessioni sui contratti per l'utilizzo delle app e si focalizza sui profili relativi al trattamento ed alla tutela dei dati personali degli utenti, con particolare attenzione al trattamento dei dati degli utenti minori di età.*

*Software applications for mobile devices (referred to as mobile apps or just apps) constitute a significant segment within the digital market; the agri-food market is also involved. In the general category of "food apps", we can find different types of mobile apps with diversified services: from checking of the healthiness of food, to reading labels, from the sale and delivery of fresh or cooked foods to the planning of nutritional/dietary plans to maintain a healthy lifestyle and/or for weight control and loss. In relation to the latter type of mobile app, the protection of users' personal data is a point of particular importance, given that those data can also refer to the "special categories" of data pursuant to Art. 9 GDPR, which require strengthened protection. The essay, after a brief introduction on the current situation of the mobile app market, proposes some reflections on the contract for the use of nutritional app services and focuses on the profiles relating to processing and protection of personal data of users, considered as data subjects, and particularly relating to activities carried out on underage data subjects.*

□

<sup>(79)</sup> Sulle commistioni tra normativa *data protection* e diritti dei consumatori, cfr., tra gli altri, S. Pagliantini, *L'interferenza ascosa tra GDPR e diritti dei consumatori*, in *Giurisprudenza Italiana*, 2023, p. 2212; M. Meli, *GDPR e diritto dei consumatori*, in *Rivista critica di diritto privato*, 2023, p. 391.