

PROPONENTI

Garante per la Protezione dei Dati Personali (patrocinante)

Regione Calabria (patrocinante)

Unindustria Calabria

è l'Unione degli Industriali e delle Imprese delle province calabresi. Aderisce a Confindustria e ne adotta il logo e gli altri segni distintivi, abbinandoli alla propria denominazione, assumendo così il ruolo di componente territoriale del sistema della rappresentanza delle imprese produttrici di beni e servizi.

Dipartimento di Giurisprudenza – Università degli Studi Roma Tre

L'Università degli Studi Roma Tre è un ateneo internazionale con sede presso la Capitale. Vanta un'esperienza pluridecennale nella ricerca a livello internazionale, nell'alta formazione e nei principi cardini di solidarietà, uguaglianza di genere e merito.

Apertura internazionale, attenzione alla dimensione transnazionale del diritto e adozione di una prospettiva interdisciplinare sulle intersezioni tra diritto e mutamento sociale, unitamente ai tradizionali studio e insegnamento del diritto positivo vigente, sono le caratteristiche principali dell'attività del Dipartimento di Giurisprudenza, a cui è stato assegnato dal MIUR il riconoscimento di "Dipartimento di Eccellenza" per il quinquennio 2018-2022 e 2023-2027.

GiudaLab – Laboratorio di Ingegneria Economico-Gestionale del DIMEG – Dipartimento di Ingegneria Meccanica, Energetica e Gestionale - Università della Calabria.

Presso il GiudaLab si svolgono attività di ricerca, didattica e supporto alle aziende nell'ambito dell'ottimizzazione delle performance aziendali e il miglioramento dei processi. Al GiudaLab si studiano le modalità e gli strumenti per accompagnare le organizzazioni verso la digital transformation, implementando cambiamenti organizzativi e tecnologie digitali per ottenere una trasformazione olistica e radicale delle organizzazioni, inclusi attori, strutture e processi. Il GiudaLab è diretto dal prof. Salvatore Ammirato.

@LawLab - Laboratorio sul diritto del digitale dell'Università Luiss Guido Carli,

@LawLab svolge attività di ricerca, consulenza e progettazione sugli aspetti giuridici legati alla trasformazione digitale, all'innovazione e alla crescita intelligente. In quest'ottica, il Laboratorio promuove, tra l'altro, progetti di affiancamento agli istituti scolastici superiori che hanno l'obiettivo di sensibilizzare le nuove generazioni ad un uso corretto e responsabile degli strumenti telematici.

Il Laboratorio, diretto dai Professori Pietro Falletta e Maurizio Mensi, afferisce al Centro di ricerca sulle amministrazioni pubbliche "Vittorio Bachelet", diretto dal Prof. Bernardo Giorgio Mattarella.

Ferrovie dello Stato Italiane

Con più di 92mila dipendenti, oltre 10mila treni ogni giorno, 1 miliardo di presenze annuali su treni e bus e 45 milioni di tonnellate di merci all'anno, Ferrovie dello Stato Italiane, attraverso le società del Gruppo, è leader nel trasporto passeggeri e merci su ferro, e nella gestione di una rete ferroviaria di 16.800 km, di cui circa 700 km di rete sono dedicati ai servizi alta velocità, e una rete stradale di circa 32.000 chilometri. Il Gruppo FS è tra i primi firmatari del Manifesto di Pietrarsa (2022) e del Privacy Tour (2023), iniziative promosse dal Garante per la Protezione dei Dati Personali, sulla scia delle quali muove il presente progetto.

Fondazione Magna Grecia

La Fondazione Magna Grecia, fondata nel 1986, è un think tank internazionale che ha l'obiettivo di promuovere la crescita culturale, sociale ed economica del Sud Italia. La Fondazione opera in stretta

collaborazione con soggetti pubblici e privati, realizzando progetti che incidano realmente sullo sviluppo socioeconomico del Mezzogiorno, in settori strategici come la cultura, il turismo, la ricerca, il lavoro, l'impresa. Contribuisce inoltre all'iniziativa legislativa, sia attraverso la formulazione di proposte di legge, sia sviluppando dibattiti, analisi e studi nei settori che maggiormente richiedono un approccio innovativo o di semplificazione.

Digital Angels

Digital Angels è un'agenzia di marketing integrata con sedi a Roma e Milano. Attraverso un approccio integrato, supportiamo i brand nell'ideazione, progettazione e implementazione di progetti di marketing destinati ai canali tradizionali e a quelli più innovativi e diffusi. Siamo un'agenzia ampiamente riconosciuta nel panorama digital italiano e siamo certificati come partner dalle principali aziende tecnologiche. Durante più di 10 anni di attività, abbiamo collaborato con molte aziende pubbliche e private, sia PMI sia grandi brand.

Protection4kids

Protection4kids è una Fondazione che nasce nel 2019 a Castelfranco Veneto. Protection4kids opera a livello nazionale e internazionale per assistere i/le minori vittime di violazioni di diritti umani e reati transnazionali, come la tratta di esseri umani. Negli anni, ha esteso il suo mandato, abbracciando anche tematiche relative alla violenza di genere e agli stereotipi di genere, realizzando diversi progetti formativi ed educativi che mirano a sensibilizzare giovani e meno giovani sull'uso consapevole dei social media e sulle diverse forme di violenza che caratterizzano i nostri tempi.

TITOLO DEL PROGETTO

“Per un'equità digitale al femminile: contrasto ai Bias di Genere nel trattamento dei dati personali”

DESCRIZIONE E ANALISI DEL CONTESTO

Nell'era digitale, i dati personali sono diventati una risorsa fondamentale per lo sviluppo di nuove tecnologie, politiche economiche e strategie aziendali. “Un'impresa su quattro, nel nostro Paese, ha già integrato l'intelligenza artificiale nei propri processi produttivi ed entro un anno – si stima – il 60% delle aziende la utilizzerà nei procedimenti assunzionali” (riferimento Relazione del Garante 2023, Parlamento 3 luglio 2024). Tuttavia, il trattamento di tali dati non è immune a discriminazioni, tra cui i bias di genere, che possono portare a risultati iniqui e pregiudizievole. Riconoscere e, quindi, contrastare detti bias è essenziale per garantire equità, inclusività e accuratezza nelle decisioni basate su algoritmi AI che possono influenzare i diritti e le libertà delle persone fisiche. La realtà digitale è infatti lo specchio della realtà analogica: nella rete si riflettono gli stessi automatismi mentali che conducono a stereotipi e pregiudizi presenti nel mondo reale. In sostanza, l'algoritmo non è neutro. L'attendibilità di quest'ultimo dipende dall'addestramento a cui viene sottoposto e, quindi, dal rispetto dei vincoli normativi ed etici attraverso i quali viene impostata e, nel corso del tempo, corretta l'acquisizione e il trattamento dei dati personali. “Rispetto a questo nucleo fondativo dell'intelligenza artificiale, la disciplina di protezione dei dati ha introdotto infatti, non da ora, alcune garanzie essenziali: dal principio di conoscibilità al divieto di discriminazione algoritmica; da un generale principio di trasparenza, che impone precisi obblighi informativi nei confronti dell'utente a un criterio di qualità ed esattezza dei dati da utilizzare, particolarmente rilevante per evitare i bias propri di un addestramento dell'algoritmo sulla base di informazioni inesatte o non sufficientemente rappresentative” (riferimento Relazione del Garante 2023, Parlamento 3 luglio 2024).

Il contrasto dei bias di genere nel trattamento dei dati personali non è quindi solo una questione tecnologica ma anche e soprattutto organizzativa, giuridica, etica e sociale. Essa richiede uno sforzo concertato e continuativo da parte delle istituzioni, degli enti e stakeholder impegnati nella ricerca, sviluppo e impegno nelle iniziative e politiche dedicati al contesto sociale/economico nel suo complesso. Solo attraverso un impegno istituzionale e degli stakeholder economici è possibile assicurare che il trattamento dei dati personali e le tecnologie a supporto, siano equi, inclusivi e rappresentativi di tutte le realtà di genere, nel rispetto della normativa vigente (es. in particolare il recente AI Act).

I bias di genere possono derivare da diverse fonti:

1. **Dati storici:** i dataset storici possono riflettere disuguaglianze di genere già esistenti, perpetuando tali disparità anche nei modelli predittivi.
2. **Bias nei processi di raccolta:** la metodologia di raccolta dei dati può essere influenzata da stereotipi di genere, portando a una rappresentazione distorta delle realtà.
3. **Bias nei modelli algoritmici:** gli algoritmi di apprendimento automatico possono apprendere e amplificare i bias presenti nei dati di addestramento, e possono influenzare negativamente vari settori, alcuni dei quali assai critici, ad esempio quali:

- **Settore sanitario:** modelli diagnostici, basati su algoritmi di AI, che ignorano le differenze di genere possono portare a diagnosi errate o incomplete.

- **Mercato del lavoro:** algoritmi di selezione del personale con bias di genere possono discriminare contro le donne o altri gruppi di genere.

- **Pubblicità e Marketing:** campagne pubblicitarie targettizzate basate su dati di consumo con bias di genere possono rafforzare stereotipi dannosi.

In tale contesto, il *Data Protection Officer* (DPO) rappresenta la figura centrale cui spetta, anche in base alla recente normativa europea (artt. 37-39 GDPR), garantire una sorveglianza sull'osservanza dei principi e regole stabilite dalla normativa Data Protection vigente, in particolare, riguardo all'assistenza al Titolare in merito alla valutazione d'impatto preventiva all'individuazione di soluzioni AI nell'ambito dei processi organizzativi di competenza (sia nel settore pubblico che privato).

Inoltre, il DPO si configura come nuova figura professionale per il cui accesso dovrebbero essere contrastati i bias di genere.

Date queste premesse, il progetto si propone di esaminare le modalità attraverso cui il trattamento dei dati personali, in particolare afferenti al genere di appartenenza, possa interferire nel condizionamento derivante da stereotipi di genere, producendo risultati algoritmici discriminatori nei confronti delle donne, considerati soggetti vulnerabili anche in base al diritto dell'Unione Europea (Direttiva 2000/78/CE).

A tal fine, risulta imprescindibile verificare come il ruolo di garanzia e supporto al Titolare consegnato al DPO possa contribuire al contrasto dei *bias* di genere.

L'obiettivo sarà raggiunto attraverso **3 differenti azioni:**

1. Attività di ricerca finalizzata ad analizzare il contesto di riferimento, anche alla luce della più recente normativa europea (*Data Governance Act, Data Act e AI Act*), e alla redazione un report sui rischi di stereotipi di genere e fenomeni di *gender gap* connessi al trattamento dei dati personali e sui rimedi per contrastare o contenere i predetti rischi attraverso politiche istituzionali e linee guida e a supporto dell'attività dei DPO;

2. Progettazione e realizzazione di iniziative condivise con gli stakeholder locali (istituzioni, settore associativo imprenditoriale, etc.) che producano effetti permanenti sul territorio, in particolare nelle

Regioni del Sud Italia, in adesione allo spirito del Privacy Tour 2024 lanciato dal Garante per la protezione dei Dati Personali, aventi ad oggetto il rapporto tra trattamento dei dati personali e contrasto dei *bias* di genere;

3. L'attività di disseminazione e divulgazione della ricerca e attuazione delle iniziative con avvio nella Regione Calabria e, successivamente, in altre regioni del Sud Italia, al fine di promuovere nei territori interessati gli obiettivi presentati con il lancio del Privacy Tour 2024 ospitato a Messina.

Obiettivo: il progetto si propone di esaminare, attraverso apposita survey condotta dall'Università della Calabria sul territorio nazionale, le modalità attraverso cui il trattamento dei dati personali possa interferire nell'impiego e ripetizione di stereotipi di genere, producendo risultati algoritmici discriminatori nei confronti delle donne, considerati soggetti vulnerabili anche in base al diritto dell'Unione Europea (Direttiva 2000/78/CE).

Terminata questa fase di studio, verranno messe in campo azioni tali da garantire che i dati raccolti, analizzati e utilizzati da istituzioni, centri di ricerca, università, aziende e organizzazioni siano il più possibile immuni da bias di genere, promuovendo equità, inclusività e rappresentazione corretta di tutte le realtà di genere, al fine di orientare, formare e dare opportunità di occupazione alle donne e attrarre investimenti nel territorio.

Un focus del progetto sarà sulle modalità di recruitment da parte delle aziende al fine di utilizzare al meglio l'AI nel favorire e non discriminare l'accesso al mondo del lavoro e nella formazione continua di categorie fragili (donne, disabili, ecc.). A tal fine si esplorerà la possibilità di definire le caratteristiche per piattaforma AI-based e bias-free condivisa con gli stakeholder locali (istituzioni, settore associativo imprenditoriale, etc.) a supporto dello HRM e, in particolare, delle fasi di recruitment e formazione continua dei dipendenti.

Durata: 12 mesi

Destinatari e beneficiari:

- **Interessati:** in particolare **le donne di tutte le età e background culturale**, esperti in materia Data Protection, nello sviluppo di tecnologie e politiche relative alla data protection, laureati/laureandi presso Università del territorio.
- **Istituzioni/Enti locali (Regione Calabria, Provincie, Comuni, Prefetture, etc)**
- **Imprese e loro associazioni** di categoria a livello locale (es. Unione Industriali, Confcommercio, CNA, ecc.), provider specializzati in AI (in primis Meta, Google, etc.) disponibili a partecipare all'iniziativa con contribuzione finanziaria finalizzata alla formazione per l'inserimento nel contesto lavorativo.
- **Università: Università della Calabria, Luiss, Università Roma Tre**

Azioni del Progetto:

1. Attività di ricerca

1a) raccolta dati: identificazione delle fonti di dati e analisi dei dataset esistenti per rilevare la presenza di bias di genere. owner: Giudalab e @LawLab

1b) studio di eventuali ricerche esistenti e best practices globali relative al contrasto dei bias di genere nei dati. owner:

1c) studio e analisi degli aspetti giuridici legati al tema dei bias di genere nei dati in relazione al rispetto della normativa vigente (in particolare AI Act). owner:

1d) studio e analisi dei processi inerenti al recruiting e alla formazione dei dipendenti. Il fine è di individuare le caratteristiche di una piattaforma digitale AI based e compliant con la normativa sui bias di genere che possa essere a supporto delle aziende e facilmente utilizzabile da utenti e stakeholder. owner: Giudalab

2. Creazione di iniziative condivise

- 2a) progettazione e avvio di corsi di formazione finanziati per professionisti dei dati personali sul riconoscimento e mitigazione dei bias di genere e sull'utilizzo di opportune piattaforme digitali;
- 2b) attività di tutoraggio in ambiente aziendale per supportare il riconoscimento e la mitigazione dei bias di genere anche tramite piattaforme digitali appositamente realizzate;
- 2c) progettazione e avvio di corsi universitari/di formazione finanziati finalizzati all'inserimento nel mondo del lavoro di candidati di genere femminile;
- 2d) sottoscrizione del "Manifesto della Calabria" nel quale i vari stakeholders potranno assumere impegni riguardo al contrasto del fenomeno del bias di genere e alla realizzazione di uno standard (esempio ISO) da adottare all'interno dei contesti imprenditoriali interessati.

3. Attività di divulgazione e disseminazione

- 3a) lancio di campagne di sensibilizzazione attraverso social media, webinar e conferenze.
- 3b) redazione di linee guida etiche per la raccolta, analisi e utilizzo dei dati personali finalizzati al contrasto dei bias di genere.
- 3c) materiali educativi dedicati ai vari target con i quali raggiungere la comunità territoriale: creazione di guide, manuali e video informativi sui bias di genere nei dati personali e su come prevenirli.
- 4d) Sportello Informativo Territoriale in accordo con l'Ente locale competente per garantire un presenziamento informativo in materia di protezione dei dati personali dedicato ai soggetti vulnerabili.

Implementazione e Monitoraggio

- Progetto pilota: realizzazione del progetto pilota in collaborazione con istituzioni, aziende, e organizzazioni per testare gli strumenti e le metodologie sviluppate (primo quadrimestre 2025)
- Monitoring & Reporting: monitoraggio e valutazione continua del progetto pilota per rilevare e proporre eventuali azioni di mitigazione riguardo eventuali bias di genere residui
- Feedback e miglioramenti: raccolta di feedback dai partecipanti al pilot al fine di individuare azioni di miglioramento continuo degli strumenti e delle metodologie.

Valutazione e Diffusione dei Risultati

- Valutazione finale: valutazione complessiva dell'efficacia del progetto pilot e dell'impatto sulle policy relative al trattamento dei dati in materia di contrasto ai bias di genere;
- Pubblicazione dei risultati: pubblicazione dei risultati e delle best practices emerse dal progetto pilot su riviste accademiche, siti web e conferenze;
- Scalabilità e Replicabilità: pianificazione della scalabilità del progetto a livello nazionale e internazionale e della replicabilità in altri contesti omogenei.

Risorse Necessarie:

- Team di Progetto: data scientists, business process experts, esperte ed esperti di genere, nella formazione, nello sviluppo di tecnologie, nelle politiche relative alla Data Protection (condivisione di ricercatori, logistica, relazioni con altre università, ad es: Sorbonne, Università della Calabria, Luiss, Roma Tre, etc)
- Budget: fondi per la ricerca, sponsorship. **(PREVISIONE DI BUDGET)**
- Partnership: collaborazione con istituzioni pubbliche, associazioni università, aziende tecnologiche, organizzazioni non governative, etc.