

Indice

<i>Premessa</i>	pag.	13
<i>Prefazione</i>	»	15

PARTE PRIMA PRIVACY NEL WEB

1. Privacy e web: normativa di riferimento		
e ambito di applicazione	»	21
1.1. Normativa di riferimento	»	22
1.2. Ambito di applicazione.....	»	23
1.3. Cosa si intende per trattamento di dati personali.....	»	26
1.4. Trattamento per fini esclusivamente personali	»	30
2. Ruoli privacy	»	33
2.1. Titolare	»	33
2.2. Responsabile	»	35
2.3. Incaricati.....	»	37
2.4. Le figure privacy nel Regolamento UE 2016/679.		
Il data protection officer (DPO)	»	38

3. Principi da applicare nel trattamento dei dati	»	43
3.1. Principio di liceità e correttezza.....	»	44
3.2. Principio di finalità.....	»	45
3.3. Principio di qualità ed esattezza	»	46
3.4. Principio di pertinenza e di necessità.....	»	46
3.5. Principio della giusta durata.....	»	47
3.6. Il Regolamento UE e il principio dell’accountability	»	48
4. Regole da osservare nel trattamento dei dati	»	51
4.1. Informativa: contenuto e modalità di gestione.....	»	51
4.1.1. Il contenuto dell’informativa	»	52
4.1.2. Quando fornire l’informativa e come gestirla.....	»	58
4.2. Consenso: quando è necessario e come acquisirlo.....	»	61
4.2.1. Le caratteristiche del consenso.....	»	62
4.2.2. Casi in cui il consenso non è necessario	»	65
4.3. Conferimento nomine	»	69
4.3.1. Nomina degli incaricati.....	»	70
4.3.2. Nomina dei responsabili.....	»	70
4.3.3. Le nomine nel Regolamento UE 2016/679	»	72
4.4. Adozione misure di sicurezza.....	»	73
4.4.1. Le misure minime dell’art. 34 del Codice privacy.....	»	74
4.4.2. Ulteriori misure di sicurezza	»	77
4.4.3. Le misure di sicurezza idonee	»	78
4.4.4. Intervento di terzi nell’adozione delle misure di sicurezza	»	79
4.5. Verifica preliminare: quando è richiesta	»	81
4.6. Notificazione: i casi in cui occorre effettuarla	»	82
4.7. Regole per il trasferimento dei dati all’estero.....	»	84
5. Cookie e normativa privacy	»	87
5.1. Diversi cookie per vari scopi: profili di rilievo su un piano normativo.....	»	88
5.2. Analisi degli adempimenti da osservare.....	»	92
5.2.1. Cookie tecnici: basta l’informativa	»	92
5.2.2. Cookie non tecnici: informativa e consenso	»	93
5.2.3. Cookie non tecnici: quando è necessaria la notificazione.....	»	95

5.3. Profili pratici per la gestione dei cookie	»	96
5.3.1. Analisi dei cookie	»	96
5.3.2. Accorgimenti da attivare post analisi.....	»	97
5.3.3. Errori comuni da evitare.....	»	98
5.4. Cookie e Regolamento UE 2016/679	»	100
6. Violazione della normativa privacy	»	101
6.1. Violazioni amministrative.....	»	101
6.1.1. Omessa o inidonea informativa	»	102
6.1.2. Violazione delle disposizioni inerenti alla liceità del trattamento	»	104
6.1.3. Violazione delle disposizioni inerenti alle misure minime di sicurezza.....	»	105
6.1.4. Omessa o incompleta notificazione.....	»	105
6.1.5. Le sanzioni amministrative nel Regolamento UE 2016/679	»	106
6.2. Illeciti penali.....	»	107
6.2.1. Trattamento illecito di dati.....	»	107
6.2.2. Falsità nelle dichiarazioni e notificazioni al Garante....	»	108
6.2.3. Omessa adozione delle misure di sicurezza	»	108
6.2.4. Le sanzioni penali e il Regolamento UE 2016/679	»	109
6.3. Responsabilità civile	»	109
7. Regolamento europeo in materia di protezione dei dati personali.....	»	111
7.1. Le principali novità introdotte nel Regolamento UE 2016/679	»	112
7.1.1. Ambito di applicazione territoriale.....	»	112
7.1.2. Valutazione d’impatto sulla protezione dei dati.....	»	113
7.1.3. Privacy by design e by default	»	114
7.1.4. Registri delle attività di trattamento	»	115
7.1.5. Data protection officer	»	115
7.1.6. Diritto all’oblio	»	116
7.1.7. Diritto alla portabilità dei dati	»	117
7.1.8. Data breach	»	118
7.2. Come iniziare ad adeguarsi alla disciplina di prossima applicazione	»	119

PARTE SECONDA
REGOLE PER IL MARKETING ONLINE

8. Marketing online: quando parlare di privacy e come operare per essere in regola	»	125
8.1. Gli adempimenti privacy da rispettare per trattare dati per finalità di marketing	»	127
8.1.1. Informativa privacy	»	127
8.1.2. Consenso al trattamento	»	129
8.1.3. Nomine	»	130
8.1.4. Misure di sicurezza.....	»	131
8.1.5. Notificazione	»	131
8.1.6. Verifica preliminare	»	132
8.2. Il marketing comportamentale (o profilato) e la privacy.....	»	132
8.3. Regole privacy diverse in base ai destinatari dell'attività di marketing?	»	138
8.4. Il marketing e il Regolamento europeo in materia di protezione dei dati personali	»	141
8.4.1. Legittimo interesse e consenso per finalità di marketing.....	»	141
8.4.2. Opposizione al trattamento.....	»	143
8.4.3. Attenzione particolare per i minori	»	143
9. Strumenti di web marketing	»	145
9.1. Email marketing e la normativa privacy.....	»	145
9.1.1. Consenso prima dell'invio della e-mail	»	145
9.1.2. Quando il consenso non serve: il soft spam.....	»	149
9.1.3. Email tracking e privacy.....	»	150
9.1.4. Quando ci si avvale di soggetti terzi per l'attività di email marketing	»	152
9.1.5. L'utilizzo di piattaforme per l'email marketing	»	158
9.1.6. Errori da evitare nell'email marketing	»	160
9.2. Social marketing	»	162
9.2.1. Invio di messaggi promozionali tramite social	»	162
9.2.2. Strumenti di marketing offerti dai social. Il retargeting	»	164
9.2.3. Pubblicità sui social tramite pubblicazione di messaggi pubblicitari	»	168
9.3. Marketing virale	»	169

10. Contenuto delle comunicazioni promozionali:		
quali profili normativi considerare?	»	171
10.1. Contenuto dei messaggi: attenzione alle pratiche commerciali scorrette e alla concorrenza sleale	»	172
10.1.1. Pratiche commerciali scorrette (ingannevoli o aggressive)	»	172
10.1.2. Pratiche di concorrenza sleale	»	176
10.2. Contenuto del messaggio: quando è illecito o viola diritti di terzi	»	180
11. Concorso a premio: cos'è e quali regole seguire	»	183
11.1. I concorsi a premio e loro caratteristiche.....	»	183
11.1.1. Soggetti che possono promuovere concorsi a premio	»	186
11.1.2. I concorsi sono promesse di premi al pubblico.....	»	188
11.1.3. Ambito territoriale	»	189
11.1.4. Fine commerciale	»	190
11.1.5. Partecipazione gratuita	»	192
11.1.6. Quali premi possono essere messi in palio	»	193
11.2. Principali regole e adempimenti per concorsi a premio	»	195
11.2.1. Regolamento del concorso	»	195
11.2.1.1. Contenuto del regolamento	»	195
11.2.1.2. Gestione del regolamento	»	198
11.2.2. Cauzione	»	200
11.2.3. Comunicazione di avvio del concorso	»	200
11.2.4. Gestione del concorso.....	»	202
11.2.5. Materiale promozionale e informativo relativo al concorso	»	204
11.3. Le iniziative escluse dalla regolamentazione dei concorsi a premio e i concorsi vietati.....	»	207
11.3.1. Iniziative escluse dalla regolamentazione dei concorsi	»	207
11.3.1.1. Concorsi per opere letterarie, artistiche o scientifiche o per progetti o studi in ambito commerciale o industriale	»	208
11.3.1.2. Manifestazioni radiotelevisive	»	209
11.3.1.3. Manifestazioni con premi di minimo valore	»	210
11.3.1.4. Manifestazioni con premi destinati a enti o istituzioni di carattere pubblico o con finalità sociali o benefiche	»	211

11.3.2. Concorsi vietati.....	»	211
11.4. Sanzioni nel caso di violazioni della disciplina.....	»	213
12. Concorsi online	»	217
12.1. Chi può svolgere concorsi a premio online?	»	218
12.2. Quali i destinatari di un concorso organizzato in rete?	»	219
12.3. Quali i profili tecnici rilevanti nel caso di concorsi online?....	»	219
12.4. È possibile organizzare social contest?	»	221
12.4.1. Principio di territorialità e social network.....	»	221
12.4.2. L'associazione tra promotore e social network	»	223
12.4.3. Sistemi di votazione offerti dai social	»	224
12.4.4. Limiti imposti dai social network	»	225
12.5. Gestione dei dati personali dei partecipanti al concorso.....	»	227
12.6. Challenge, giveaway e altri giochi online: quali regole?	»	230
Bibliografia	»	232
Sitografia	»	232