

# GDPR

GENERAL  
DATA  
PROTECTION  
REGULATION

web agency

# marketing focus

GIOVEDÌ

# 10


MAGGIO  
ORE 18:00

# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

1° Principio – autoresponsabilità del responsabile del trattamento dei dati. Io legislatore ti dico quali sono i diritti dell'utente rispetto al trattamento dei dati e ti fornisco alcuni strumenti (attraverso la normativa GDPR), tu devi applicarla come meglio ritieni opportuno, ma se io vengo a controllare sei tu responsabile del rispetto della normativa. Quindi occorre avere la documentazione a posto, perché l'onere della prova spetta noi

E' chiaro che di fronte a questo ci sono ancora molte zone d'ombra e molti non sanno di preciso cosa fare e come farlo, anche perché non ci sono casi pratici ancora del tutto «seguibili». Ogni azienda, piccola media o grande, farà la propria compliance, sulla base dei suggerimenti di esperti e consulenti, ma se queste possano essere effettivamente in linea con le volontà insite nel GDPR non si sa di preciso. Sicuramente ci saranno altri interventi normativi o regolamentari (per esempio in Italia sicuramente verrà abolita l'attuale legge sulla privacy per far rientrare tale materia all'interno del nuovo regolamento)

Una cosa è certa. Tale normativa impatta su tutte le categorie: free lance, semplici cittadini in possesso di un blog, artigiani, commercianti, PMI e grandi aziende)



**PREMESSA**


# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

## DIRITTO ALL'OBLIO

Diritto dell'utente a poter cancellare totalmente tutti i suoi dati all'interno del nostro database. Per farlo si possono utilizzare degli strumenti automatici e comunque occorre indicare all'interno della Privacy Policy il responsabile dei dati con un relativo indirizzo email e si può scrivere chiaramente che chi vuole rimuovere i propri dati dal nostro database e dal nostro sito Internet può scrivere una email al seguente indirizzo richiedendo la totale rimozione dei dati

## DIRITTO ALLA PORTABILITA' dei dati

Oltre all'oblio un utente può richiedere i propri dati e quali dati il nostro sito ha salvato su di lui per visionare quali dati sono stati salvati. Questo significa che occorre stabilire un metodo di CONSERVAZIONE dei dati tale per cui possiamo dare le giuste informazioni ai nostri utenti




PREMESSA

# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

C'è tutta la nuova documentazione:

- Registro trattamento dati
- Documento di impatto privacy
- Figura del DPO (Responsabile Protezione Dati) che è una figura tipo il rappresentante della sicurezza sui luoghi di lavoro. Tale figura è obbligatoria per le pubbliche amministrazioni e nell'aziende che hanno un trattamento dei dati su larga scala

Quindi ci dovranno essere due responsabili: uno è responsabile della protezione dei dati, l'altro è responsabile del trattamento dei dati. Praticamente il responsabile del trattamento (persona fisica) è colui che, interno o esterno, deve trattare i dati per conto del titolare dei dati (l'azienda). Il Responsabile della Protezione dei dati è l'organo indipendente (società o professionista) colui che, esterno all'azienda, deve garantire che ci sia protezione dei dati. Quindi il Responsabile del trattamento dei dati (persona fisica) è al di sotto del titolare dei dati (azienda), invece il responsabile della protezione (persona fisica) è colui che in maniera autonoma e indipendente deve controllare la protezione dei dati.



**PREMESSA**

# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

Primo aspetto: la GDPR è una cosa, la Cookie Law è un'altra  
La Cookie Law regola l'utilizzo dei cookies all'interno dei nostri siti web.

I cookies sono dei software che leggono e tracciano i nostri comportamenti

La GDPR vuole rendere più chiaro all'utente perché si prendono i suoi dati e come vengono utilizzati e vuole garantire all'utente la portabilità dei dati ed il diritto all'oblio

Questo significa che ogni volta che l'utente inserisce i suoi dati all'interno del sito Internet dovrà trovare le giuste informazioni e soprattutto redatte in maniera semplice e comprensibile.

Ma anche nel caso di un «semplice» blog dove permettiamo il rilascio di commenti occorre informare preventivamente l'utente che stiamo salvando i suoi dati (nome e email) e lui potrà anche rifiutarsi.

Anche la privacy policy va modificata perché dobbiamo indicare molto chiaramente perché raccogliamo questi dati, in che modo li utilizziamo, quali dati vengono raccolti, chi è che li sta raccogliendo e come verranno usati



# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

Sempre nella privacy va indicato chi avrà accesso a questi dati.

Qui c'è una prima distinzione tra siti che raccolgono i dati semplicemente per garantire la funzionalità del servizio (come la scrittura di un commento oppure la richiesta di prenotazione oppure l'acquisto di un prodotto se i dati raccolti vengono utilizzati solo per spedire la merce) e tra siti che invece raccolgono i dati anche per fare attività di marketing come spedire email promozionali

E' chiaro che in quest'ultimo caso il trattamento dei dati è differente e d'ora in avanti occorrerà ben specificare che stiamo raccogliendo i dati per fare queste attività, con la conseguenza che dobbiamo permettere all'utente di potersi rifiutare di accettare tale attività.

In questo caso, quindi, il nostro sito Internet dovrà indicare, prima dell'invio dei dati, un checkbox per la privacy policy per la spedizione dei prodotti e un checkbox specifico per l'invio, se acconsentito, di newsletter e attività promozionali.

Quindi non basta più un unico consenso (utile a coprire i primi casi e cioè quelli di invio di dati per utilizzi funzionali al sito Internet di ecommerce), ma dovremmo avere un altro checkbox o più checkbox se le finalità dei dati sono altre.



# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

## Differenza con Ecommerce

- Devi ottenere il consenso per ogni tipologia di trattamento dei dati: uno per ottenere l'account e iscriverti al portale, uno per l'invio della newsletter (con ad esempio «grandi novità» o «nuovo articolo di approfondimento», uno per l'invio di informazioni commerciali (ad esempio «sconto su» «promozione del»)
- I dati da considerare sono tutti quei dati che sono riferibili ad una persona fisica
- I dati possono essere anche sensibili, ma in quel caso riguardano anche le preferenze sessuali o religiose o politiche, oppure dati riguardanti la salute della persona
- Un buon uso è anonimizzare i dati, in modo che non sia identificabile.
- Importante: IP anonimizzato di Google Analytics, l'output non è IP ma persona di Perugia (va inserito comunque su la policy privacy che stiamo registrando delle statistiche
- In caso di accesso ai dati da parte di più soggetti (ad esempio l'agenzia di web marketing). Nella privacy occorre inserire che altri soggetti hanno accesso ai dati,



# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

## Esempi – Impostazioni Privacy Policy – Informativa a strati

### 1.8 Siti e servizi di terzi

Riceviamo informazioni sulle Sue visite e sull'interazione con i servizi forniti da terzi quando accede a LinkedIn o visita servizi di terzi che includono i nostri plugin (ad esempio "Condividi su LinkedIn" o "Candidati con LinkedIn"), annunci pubblicitari, cookie o tecnologie simili.

### 1.9 Altro

I nostri Servizi sono dinamici, e spesso introduciamo nuove funzioni, che possono richiedere la raccolta di nuove informazioni. Se raccogliamo dati personali sostanzialmente differenti o modifichiamo notevolmente il modo in cui utilizziamo i Suoi dati, La informeremo e potremmo anche modificare la presente Informativa sulla privacy.

Parole semplici

Otteniamo dati quando visita siti che includono i nostri plugin, annunci pubblicitari o cookie o quando accede a servizi di terzi con un account LinkedIn.







Stiamo migliorando i nostri Servizi, il che significa che otterremo nuovi dati e creeremo nuovi modi per utilizzarli.

Dettaglio



# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

## Esempi – Impostazioni Privacy Policy – Informativa a strati

-  > Quali tipi di informazioni raccogliamo?
-  > Come usiamo queste informazioni?
-  > Come vengono condivise queste informazioni?
-  > Come faccio a gestire o eliminare le mie informazioni?
-  > Come adempiamo alle richieste legali o evitiamo danni?
-  > Come funzionano i nostri servizi globali

### Normativa sui dati

Come parte della nostra missione di rendere il mondo più aperto e connesso, consentiamo alle persone di condividere contenuti. Nella presente normativa vengono illustrate le informazioni che raccogliamo e le relative modalità di utilizzo e condivisione. Altri strumenti e informazioni sono disponibili su [Informazioni di base sulla privacy](#).

La nostra normativa è valida per tutti i brand, i prodotti e i servizi di Facebook che non prevedono una propria normativa sulla privacy o che rimandano alla presente normativa, di seguito definiti ["Servizi di Facebook"](#) o ["Servizi"](#).



# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

## Impostazioni Privacy Policy – Informativa a strati

Cosa interessante della nuova normativa GDPR è l'aspetto legato alla informativa semplificata e consenso consapevole. Cioè la normativa non pone limiti o dettami su come fare questa informativa, ma impone che sia una informativa «chiara» e «semplice» da comprendere.

Potremmo utilizzare dei testi, ma con dei «riassunti» ben chiari, senza normative citate o rimandi a norme, ma potremmo utilizzare anche dei video o delle illustrazioni, o delle immagini



# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

## L'importanza dei dati

### - Dati nuovi

Ogni raccolta dati fatta dopo il 25 maggio dovrà seguire le linee guide del GDPR (checkbox, ognuno dedicato alle tipologie di utilizzo del dato; informazione dettagliata e «chiara» sulla privacy policy, ecc...)

### - Dati già acquisiti

Fermo restando il fatto che i dati che abbiamo devono essere raccolti secondo la normativa privacy attualmente vigente, il GDPR introduce un nuovo concetto e cioè quello della adeguata conservazione dei dati. In pratica dobbiamo dimostrare che questi dati siano aggiornati e cioè che non siano vecchi di qualche anno fa

Quindi anche i dati vecchi devono essere conservati e trattati adeguatamente; possiamo anche metterli a parte (su di un altro file o cartella) e dimostrare, in caso di controlli, che sono dati acquisiti prima del GDPR.

Ed in generale occorre fare una verifica e un controllo, oppure inviare una comunicazione di accoglienza e condivisione della nuova normativa dove spieghiamo i loro diritti, in maniera semplice, e li invitiamo a leggere la nostra nuova policy, dando anche dei riferimenti o delle modalità per potersi disiscrivere dal nostro database o re-isciversi di nuovo.

Non occorre fare tutto entro il 25 maggio, ma occorre entro il 25 maggio dare prova che abbiamo pianificato questa attività



EMAIL | SMS

# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

EMAIL o SMS marketing

## Metodo di reperimento dati

- Sito Internet: possiamo inserire all'interno del sito Internet degli strumenti che permettono di creare direttamente il database con i dati ricevuti tramite il form di contatto o di iscrizione alla newsletter
- Fiere o contatti personali o contratti sottoscritti: dobbiamo far compilare un documento per la privacy e per il trattamento dei dati con le varie finalità, dove ci saranno delle «spunte» sui vari consensi al trattamento dei dati (a seconda delle finalità di utilizzo del dato). Ci sarà una spunta per il trattamento dei dati ai fini di usufruizione del servizio e una per il trattamento ai fini di ri-contatto, proposte commerciali o email/sms informativi



# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

## Metodo di reperimento dati

IMP: Meccanismo di opt-out

Quando vado ad una fiera o ad un evento e raccolgo i dati delle persone che mi vengono a visitare o con i quali entro in contatto oppure mi lasciano un biglietto da visita (ma stesso discorso vale per i dati in ns possesso prima del 25 maggio), se voglio utilizzare quei dati e non ho fatto firmare nessun documento io dovrò pensare di inviare loro una email di cortesia in cui si annuncia che la email è stata inserita nel Database e verrà utilizzata per questi fini.

La email dovrà avere i link alla privacy policy e la specifica di chi contattare in caso di «diniego» di utilizzo di questi dati

Se, passato un certo lasso di tempo, la persona in questione non manifesta nulla, io posso considerarla «accondiscendente»



# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

## Metodo di conservazione dei dati

- Premessa IMP!!! Ricordiamo che l'onere della prova del corretto reperimento di dati, oltrechè la gestione corretta degli stessi, spetta a voi
- Sui dati nuovi occorre tenere un registro nel quale avere la prova che il soggetto ha effettuato la registrazione.

Questo registro può essere automatizzato attraverso dei sistemi interni al sito Internet che permettono di creare direttamente il database con i dati ricevuti tramite il sito Internet

Oppure occorre comunque tenere un «faldone» con i consensi ottenuti a fiere, in azienda o altrove



# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

## Metodo di invio di newsletter o sms

- Utilizzare sistemi professionali. Punto.
- Questi sistemi professionali sono obbligati ad inserire degli strumenti di gestione di questi invii in linea con GDPR
- Mettere in evidenza un link dove chi riceve la newsletter o messaggio può leggere la privacy policy
- Dare la possibilità di cancellarsi automaticamente



# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

## Social Network e GDPR

- I social network si stanno già adeguando e pertanto per gli usi «quotidiani» (inserimento di post o eventi sulla nostra pagina, condivisioni, tag hashtag, ecc..) non dobbiamo fare nulla
- Per quello che riguarda le attività sponsorizzate, in linea di massima non dobbiamo preoccuparci di nulla, perché i dati sono aggregati e non singolarmente riferibili

Ma... un problema potrebbe esistere. Infatti se i social network non riescono a trattare in maniera adeguata i dati, soprattutto i dati più sensibili (famiglia e relazioni, religione, preferenze sessuali, tipologia di lavoro, ecc...) il rischio è che le attività sponsorizzate non siano così efficaci.

Facendo un esempio: siamo un campeggio adatto particolarmente per le famiglie. Vogliamo promuovere la nostra attività su Facebook per il target Genitori con bambini. Se Facebook non riesce ad ottenere il consenso per l'utilizzo di questi dati, noi perdiamo pezzi di target interessante

Altra questione IMP: Facebook ti permette di sponsorizzare la tua attività attraverso i tuoi contatti email. In questi casi si possono inserire i contatti email, ma la responsabilità di dove li abbiamo presi sono nostre





# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

Il limite massimo raggiungibile è definito:

- Se il titolare del trattamento dei dati è un singolo o un'azienda è 20.000.000 di euro
- Se l'azienda fa parte di un gruppo è una percentuale del 4% sul fatturato mondiale

Il legislatore italiano deve ancora stabilire dei paletti



**SANZIONI**

# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

## Riepilogo generale

- 1° fase: Mappatura dei database e Mappatura dei trattamenti (cioè di come utilizzo questi dati)

Questa fase dovrebbe avere come punto finale un documento che fa un elenco dei dati mappati e fa un riassunto

- 2° fase: Creazione dei registri

Questa fase permette di organizzare dei documenti che accolgano i dati e le informazioni, ivi compreso chi può accedere questi dati, in quale modalità ed entro quali limiti, per quanto tempo voglio utilizzare questi dati

- 3° fase: Lista dei Gap o delle criticità

Quali problemi ho attualmente? Come sono i miei dati? Mi conviene utilizzarli o utilizzarne in parte?

- 4° fase: Piano di Azione

Tempi e metodi per eseguire le azioni adeguate (sito, DEM, social, ecc...)



FASI

# La GDPR come incide nelle attività di web marketing?

## Cosa fa Marketing Focus in questo ambito?

- Riscrive la privacy policy (con l'ausilio di un avvocato specializzato in questo), ad utilizzo di chi non ha un responsabile che si è occupato di ciò
- Adatta la privacy policy sulla base degli strumenti che sono inseriti all'interno del sito Internet (plugins o altri software, analytics, ecc..) che tracciano i soggetti che entrano nel nostro sito Internet
- Predisporre gli strumenti interni al sito per adeguarsi alla nuova normativa GDPR
- Predisporre un accordo tra noi e i nostri clienti per individuare chi è il responsabile dei dati, se l'azienda o l'agenzia.

Tutto questo ha un costo? Sì, anche se minimo, da valutare caso a caso a seconda del tipo di attività e di tipo di sito Internet

**IL NOSTRO  
RUOLO**