

Profilazione e cookie

Prof. Avv. Marco Martorana

Professore a contratto in Diritto della Privacy presso Università Mercatorum

Coordinatore scientifico di ISDIFOG SRLS Unipersonale

Presidente ASSODATA

Profilazione

*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*
(art. 4 n. 4 GDPR)



I rischi della profilazione

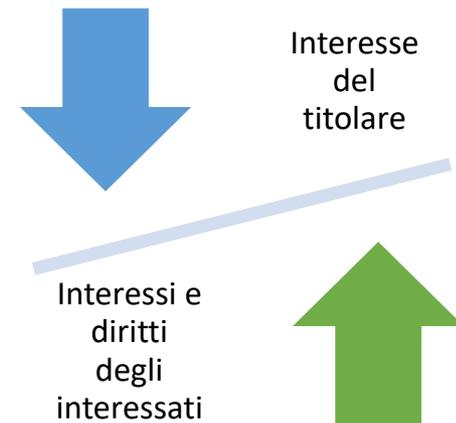


Profilazione e legittimo interesse

Posso fondare la profilazione sul legittimo interesse del titolare?

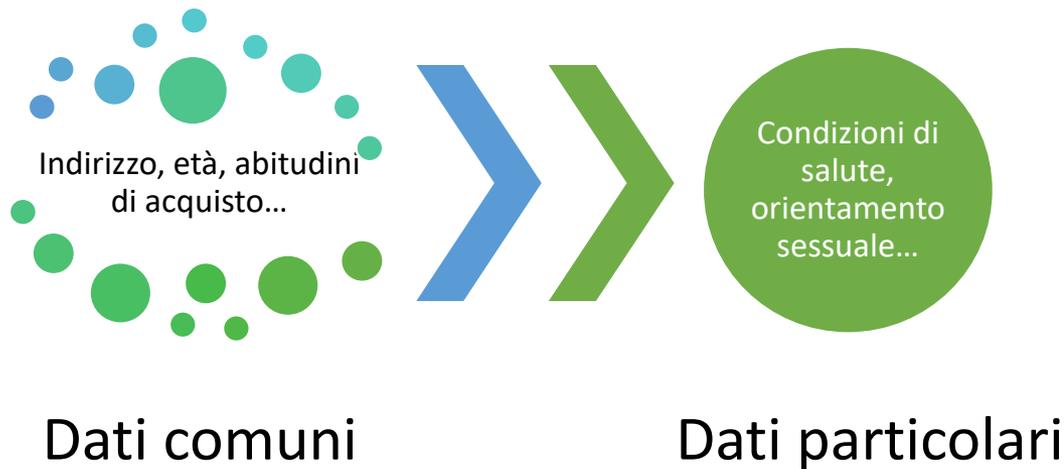
→ BILANCIAMENTO che tiene in considerazione:

- il livello di dettaglio del profilo
- la completezza del profilo;
- l'impatto della profilazione
- le garanzie destinate ad assicurare la correttezza, la non discriminazione e l'esattezza nel processo di profilazione.



Profilazione e dati particolari

ATTENZIONE: tramite la profilazione è possibile ottenere dati particolari da dati comuni



Profilazione e diritti degli interessati

Nel contesto della profilazione i diritti degli interessati possono essere esercitati nei confronti:

- del titolare del trattamento che crea il profilo e
- del titolare del trattamento che prende una decisione automatizzata su un interessato (con o senza intervento umano),

qualora tali soggetti non siano il medesimo.

Profilazione e processi decisionali automatizzati

*«L'interessato ha il diritto di non essere sottoposto a una **decisione basata unicamente sul trattamento automatizzato**, compresa la profilazione, che produca **effetti giuridici** che lo riguardano o che **incida in modo analogo significativamente sulla sua persona.**»*

GDPR art. 22 par. 1



Da interpretare come **divieto**
(Linee Guida WP 250 rev. 01)

Profilazione e processi decisionali automatizzati

Eccezioni al divieto:

- a) decisione necessaria per la conclusione o l'esecuzione di un contratto tra l'interessato e un titolare del trattamento;

- b) decisione autorizzata dal diritto dell'Unione o dello Stato membro cui è soggetto il titolare del trattamento, che precisa altresì misure adeguate a tutela dei diritti, delle libertà e dei legittimi interessi dell'interessato;

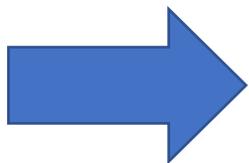
- c) Decisione che si basi sul consenso esplicito dell'interessato.

(art. 22 par. 2 GDPR)

Profilazione, processi decisionali automatizzati e informativa

All'interessato deve essere comunicata l'esistenza di un processo decisionale automatizzato, compresa la profilazione

+ informazioni significative sulla **logica utilizzata**, nonché **l'importanza e le conseguenze** previste di tale trattamento per l'interessato



TRASPARENZA

Profilazione e cookie

Cookie di profilazione

→ Informativa

→ consenso



Fonti normative:

- *Perché va chiesto?* Direttiva e-Privacy (+ art. 122 Codice Privacy)
- *Come va chiesto e che caratteristiche deve avere?* GDPR

Il caso dei cookie wall



CONSENSO NON LIBERO

Se non c'è alcuna possibilità di accedere al contenuto del sito senza cliccare sul pulsante «Accetta cookies».

E se fornisce comunque l'accesso alternativo ai contenuti e ai servizi del sito?

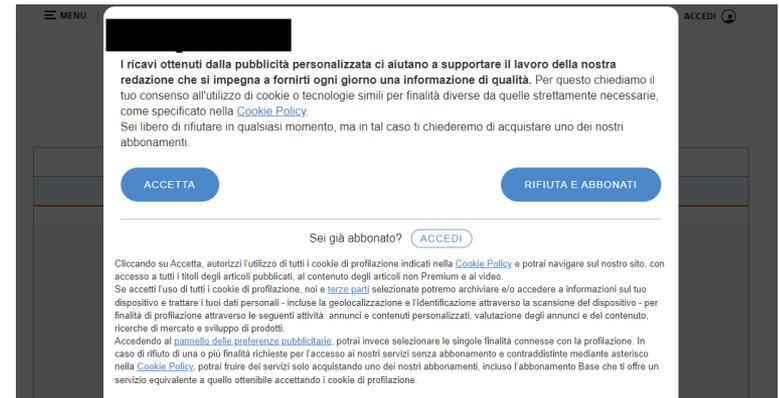
DA VALUTARE CASO PER CASO

Il caso dei cookie wall

I «**cookie wall**» che chiedono il consenso ai cookie o il pagamento di una sottoscrizione per accedere a notizie online sono legittimi?

→ Istruttoria del Garante privacy

29 marzo 2023: decisione del DSB austriaco → illecito uso del cookie wall da parte di un giornale online per mancanza di granularità del consenso



99% degli utenti
davano il
consenso

Il caso Google Analytics

- Gestori dei siti web che utilizzano Google Analytics raccolgono, mediante cookie, informazioni sulle interazioni degli utenti con i predetti siti, le singole pagine visitate e i servizi proposti.
 - Dati raccolti: indirizzo IP del dispositivo dell'utente e informazioni relative al browser, al sistema operativo, alla risoluzione dello schermo, alla lingua selezionata, data e ora della visita al sito web.
- I dati sono risultati in vari casi* oggetto di trasferimento verso gli Stati Uniti senza adeguate garanzie
 - le misure che integrano gli strumenti di trasferimento adottate da Google non garantiscono, allo stato, un livello adeguato di protezione dei dati personali degli utenti.

Garante italiano ha sanzionato: Caffaina Media SRL,
Fastweb

Task force EDPB su Google Analytics

Report della Task Force 101:

- Attenzione all'individuazione di una base giuridica per la raccolta dei dati su un sito web
- Se trasferimento si basa su clausole contrattuali standard → deve essere valutata la situazione del Paese importatore secondo quanto previsto dalla sentenza Schrems II
- **Cifratura non è sempre sufficiente**
- **Anonimizzazione può non essere sufficiente** se avviene *dopo* il trasferimento
- Sia i gestori del sito web sia i **fornitori degli strumenti del trattamento** devono garantire il rispetto del GDPR
- Gestore del sito web che decide di usare strumenti di analisi di dati forniti da terzi = **titolare del trattamento**

Google Analytics 4

Dal luglio 2023 Google non supporterà più la terza versione di Google Analytics → necessario passare a Google Analytics 4

- Autorità danese: restano problemi perché GA4 usa gli indirizzi IP per determinare la posizione degli utenti
- Autorità norvegese concorda nel ritenere che rimangano problemi di compliance al GDPR anche con GA4

Il problema del trasferimento dei dati negli USA

- Sentenza della Corte di Giustizia dell'UE n. C-311/18, del 16 luglio 2020
 - in caso di utilizzo di Clausole Contrattuali Standard esportatore e importatore di dati devono verificare che il livello di protezione dei dati assicurato nell'UE sia garantito anche nel Paese Terzo
 - **Privacy Shield invalido**: i poteri di controllo delle autorità governative statunitensi non consentono una adeguata tutela dei dati
- La normativa degli USA non garantisce un adeguato livello di tutela dei dati

ULTIMI AGGIORNAMENTI: sanzione da 1.2 miliardi di euro a Meta per trasferimenti UE-USA tramite Facebook

I rischi della profilazione:

Il capitalismo di sorveglianza

Una nuova forma di capitalismo

Hannah Arendt: per far sopravvivere il capitalismo sempre più aspetti del mondo naturale e sociale vengono assoggettati alle dinamiche di mercato

Il capitalismo di sorveglianza trasforma il **comportamento** dei soggetti in risorsa

Come?



Un «mercato di dati»

Interazioni (non di mercato) con gli utenti di un servizio gratuito



Prodotti che vengono venduti ad altri soggetti tramite transazioni di mercato

Quindi il prodotto sono io?

Non esattamente: nel capitalismo di sorveglianza non importa **come** un soggetto si comporti, ma il fatto che si comporti secondo le predizioni del capitalista

→ Il prodotto è la possibilità di influenzare le decisioni degli individui

Grazie per l'attenzione!

Prof. Avv. Marco Martorana

Professore a contratto in Diritto della Privacy presso Università Mercatorum

Coordinatore scientifico di ISDIFOG SRLS Unipersonale

Presidente ASSODATA