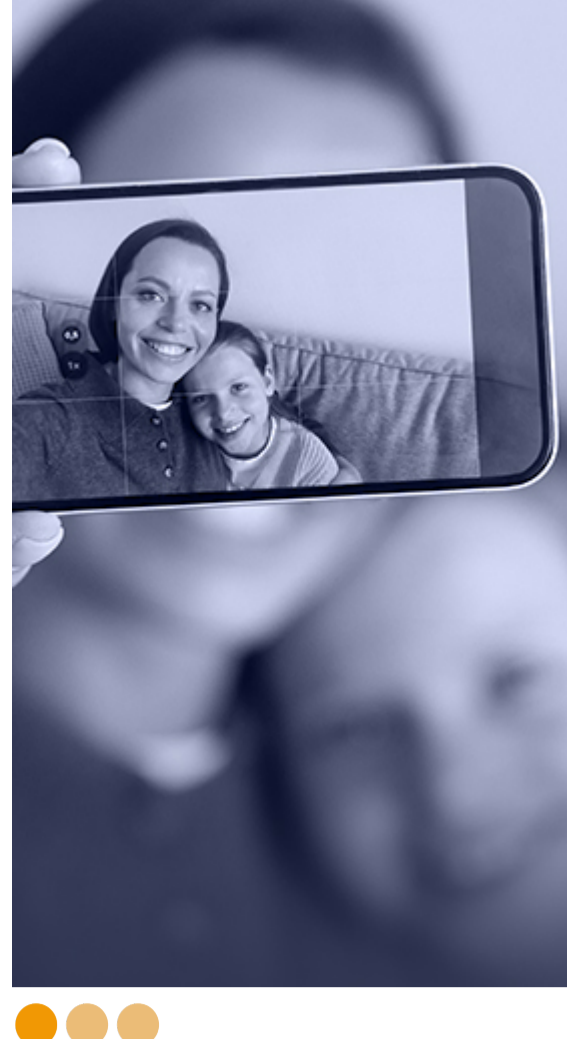


Il primo periodico digitale per approfondire le novità in materia di GDPR, Privacy e Cybersecurity. Realizzato in collaborazione con lo Studio Legale Floreani e rivolto ai professionisti del mondo Automotive.

L'ABC della privacy e della cybersecurity



Sharenting

Con il termine "sharenting" si intende il fenomeno della condivisione online costante da parte dei genitori di contenuti che riguardano i propri figli/e (foto, video, ecografie)..

(fonte: <https://www.gdpr.it/temi/minori/sharenting>)

Telefonate mute

Le "telefonate mute" sono chiamate effettuate da call center per finalità commerciali, nelle quali la persona contattata, dopo aver sollevato il ricevitore, non viene messa in comunicazione con alcun interlocutore.

(fonte:

<https://www.garanteprivacy.it/temi/marketing-e-comunicazioni/ndesiderate/telefonate-mute>)

Domande & Risposte



Garante privacy, Relazione sull'attività 2022: focus sulle ispezioni

La Relazione pubblicata dall'Italian Data Protection Authority ha evidenziato che le attività di ispezione in loco sono riprese in condizioni di normalità dopo l'emergenza pandemica. In particolare, i dati statistici evidenziano che le ispezioni effettuate nel 2022 sono state 140; quasi il triplo rispetto al 2021, quando gli accertamenti erano stati 49.

Da chi sono stati effettuati i controlli in corso d'anno?

45 controlli sono stati effettuati direttamente dal personale in servizio presso l'Ufficio dell'Autorità, i restanti 95 sono stati delegati al Nucleo speciale privacy e frodi tecnologiche della Guardia di Finanza.

Come sono state avviate le ispezioni?

Tutte le attività svolte sono scaturite sia da autonome iniziative dell'Ufficio (tenuto conto, in particolare, della programmazione semestrale delle attività ispettive), sia nel contesto di quelle connesse alle istruttorie relative a reclami e segnalazioni pervenute dagli interessati.

Quali sono state le aree "attenzionate" nelle ispezioni?

Le attività ispettive hanno riguardato i trattamenti dei dati a fini di marketing e profilazione (con specifico riferimento ai soggetti operanti mediante pratiche di telemarketing, nonché alle imprese utilizzatrici di carte di fidelizzazione), le verifiche sull'impiego della tecnologia cloud in ambito pubblico e l'effettiva implementazione da parte dei gestori di siti web delle disposizioni contenute nelle cd. linee guida del Garante sui cookie.

GDPR, cybersecurity e data breach: quanto valgono i dati sottratti?

Le violazioni di dati personali non impattano esclusivamente sui profili di security delle aziende ma, soprattutto, determinano importanti conseguenze finanziarie sugli operatori colpiti e anche sui consumatori. Al riguardo, si noti come alcuni report (in particolare, il recente rapporto annuale di IBM Security) abbiano evidenziato come nell'ultimo decennio il costo medio per ogni violazione dei dati sia cresciuto del 55% (da 95 euro nel 2013 a 147 euro nel 2023). La relazione sottolinea, inoltre, che per fare fronte alle violazioni dei dati (in particolare, causati da attacchi di phishing, social engineering e credenziali rubate o compromesse) il 57% degli stakeholder analizzati ha aumentato i prezzi dei propri prodotti e servizi. Ecco che, quindi, diventa sempre più indispensabile dotarsi di piani rapidi ed efficaci di risposta facendo tesoro delle "Guidelines 01/2021 on examples regarding personal data breach notification" elaborate dall'EDPB e di una specifica procedura di "data breach" da "calare" in concreto nella propria struttura, stabilendo "chi fa cosa".

Come posso fare alla luce della relazione annuale del Garante per gestire in modo "compliant" la sicurezza dei pagamenti nel contesto dell'erogazione dei servizi della consulenza automobilistica?

E' necessario adottare delle piattaforme strutturate e specialistiche del settore che consentano di effettuare in sicurezza ed efficienza i pagamenti tramite processi puntuali e sicuri di raccolta, gestione e archiviazione dei dati dei clienti. A tali caratteristiche corrispondono le soluzioni software del Gruppo Sermetra Holding.

Le novità in pillole



Le recenti "best practices" del Garante privacy per non sbagliare

Il Garante per la privacy ha sanzionato (300mila euro) recentemente una nota catena di grandi magazzini per aver attuato molteplici condotte illecite nel contesto delle attività di marketing e profilazione (provvedimento n. 253 del 08.06.2023, doc. web n. 9856345). Degne di nota sono le indicazioni rese dall'Autorità da considerare nell'implementazione dei presidi e processi di compliance al GDPR.

Nel dettaglio:

- attività di profilazione ad ampio raggio: prima di iniziare i trattamenti di profilazione (nel caso di specie, detta attività era stata svolta tramite il sito di e-commerce su larga scala), è necessario preliminarmente eseguire una valutazione di impatto (art. 35, par. 1, del GDPR);
- conservazione dei dati per finalità di marketing: il Garante ha osservato che il termine di conservazione dei dati per finalità di marketing indicato (7 anni, indistintamente dai brand reclamizzati, non tutti di "fascia alta") fosse eccedente e incongruo;
- informativa trasparente e data retention: nell'informativa devono essere indicati in modo puntuale e trasparente i termini di data retention (o i relativi criteri di riferimento) per finalità di marketing e profilazione.

SCOPRI TUTTI I SERVIZI DEL GRUPPO SERMETRA HOLDING