

Alitalia

LA COMPLIANCE AL NUOVO REGOLAMENTO EUROPEO.
I PASSI DI ALITALIA

Privacy: «da costo a risorsa»

Quali sono i primi passi

Alitalia sta procedendo con il supporto di un primario studio legale a livello nazionale ad effettuare un piano di adeguamento alle prescrizioni del nuovo regolamento europeo.

Cosa stiamo portando avanti:

- l'istituzione del registro dei trattamenti;
- la revisione di accordi negoziali e la creazione di modelli organizzativi,
- l'aggiornamento delle nomine dei responsabili esterni del trattamento;
- la verifica degli accordi e delle procedure, con particolare riguardo a quelle relative all'esercizio dei diritti degli interessati e alla gestione del *data breach*;
- la verifica di quei trattamenti che dovranno essere soggetti a Privacy Impact Assessment
- la verifica dello stato dell'arte delle misure di sicurezza.

Informativa Trasparenza

Nomina del Data Protection Officer

Le operazioni allo stato vengono coordinate sotto la supervisione del responsabile «Legal & Regulatory».

Premesso che:

- Alitalia al fine del miglioramento dei propri servizi, effettua anche analisi profilate (nei confronti di quei clienti che hanno rilasciato il relativo consenso);
 - effettua trattamenti su larga scala di dati anche sensibili;
- E' stata valutata la necessità di procedere alla nomina del **Data Protection Officer**.

Privacy: «da costo a risorsa»

«L'esperienza Alitalia in relazione agli utenti e consumatori»

- Quanto valgono per Alitalia le informazioni personali per dei clienti e degli utenti?
- In cambio di cosa la nostra clientela è disposta a rilasciare le proprie informazioni personali e le informazioni sulle proprie abitudini di acquisto?
- In cambio di cosa la nostra clientela è disposta a consentire ad Alitalia di veicolare le offerte commerciali dei suoi partners?

Informativa Trasparenza

Trasparenza

- ❑ Alitalia riconosce che la protezione dei dati personali e della riservatezza della sfera privata dei propri clienti, costituisce un diritto fondamentale della persona, da perseguire e garantire nel rispetto dei diritti e della dignità degli interessati.
- ❑ Tutelare la privacy dei consumatori, l'integrità del dato e saperlo comunicare all'utenza è necessario per mantenere la fiducia dei clienti in una impresa di trasporto.

Privacy: «da costo a risorsa»

«La tutela dei dati personali nel rapporto tra impresa, utenti e consumatori»

Trasparenza

Alitalia sta procedendo a rivedere le informazioni rese ai propri utenti, clienti soci del programma MilleMiglia e fornitori.

Puntiamo ad un linguaggio semplice e chiaro da rendere:

- nella informativa istituzionale del sito alitalia.com ;
- nella newsletter;
- nella pagina dedicata ai clienti fidelizzati soci del programma MilleMiglia;
- nelle comunicazioni «di servizio» collegate alle prenotazioni dei voli es. informazioni meteo;
- nelle survey commerciali.

Le basi giuridiche del trattamento

Marketing diretto- NEWSLETTER

- ❑ Le ultime offerte e novità di Alitalia vengono comunicate anche tramite l'iscrizione volontaria alla newsletter.
- ❑ Alitalia si avvale inoltre della possibilità di inviare comunicazioni commerciali ai sensi dell'art. 130 comma 4, del codice privacy che consente ai titolari che ricevono l'indirizzo di posta elettronica da un cliente al momento dell'acquisto di un prodotto o servizio, di utilizzare tale indirizzo per l'offerta di un prodotto o servizio «analogo».

Le basi giuridiche del trattamento

Il legittimo interesse del titolare

- ❑ Ai sensi del GDPR il legittimo interesse di un titolare del trattamento può essere una delle condizioni di liceità del trattamento;
- ❑ Il trattamento dei dati per finalità di marketing diretto può essere considerato legittimo interesse.
- ❑ Alitalia compatibilmente, con le ultime indicazioni previste dalla legge di bilancio, è intenzionata a comprendere la strada più idonea per avvalersi della possibilità offerta dal GDPR.

Le basi giuridiche del trattamento

La profilazione

PER CONCLUDERE

- ❑ Tra le nostre priorità nel Marketing avremo quella di illustrare ai nostri clienti i vantaggi di campagne commerciali loro dedicate e implementare i necessari consensi.
- ❑ Uno degli obiettivi della verifica di **compliance** sarà quello di stabilire una linea di demarcazione tra criteri di marketing e le analisi dedicate alla profilazione.