

PRIVACY ON LINE:

POTENZIATI I DIRITTI DEGLI UTENTI INTERNET GRAZIE AL KIT DI IMPLEMENTAZIONE DELLA COOKIE LAW, PRESENTATO OGGI DALLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA DELL'INDUSTRIA, DELL'EDITORIA DIGITALE, DELLA PUBBLICITÀ DIGITALE E DELL'E-COMMERCE ALLA PRESENZA DEL GARANTE PER LA PRIVACY

Gli utenti conoscono i propri diritti sulla cancellazione e la visione dei dati ma ancora il 33% non presta attenzione alle note informative

Roma, 5 maggio: **Consapevolezza e sensibilità al tema della privacy** da un lato, **poca attenzione alle note informative, soprattutto a causa della lunghezza**, dall'altro: quella che emerge dall'**indagine - commissionata dalle associazioni promotrici e condotta da Doxa Marketing Advice** su un campione rappresentativo - è una fotografia di utenti attenti alle tematiche legate alla sicurezza dei propri dati, **il 72% è consapevole del diritto di cancellazione e il 64% del diritto di visione, che chiede però una maggiore semplificazione, con il 33% che non leggono le informative perché troppo lunghe e di difficile decodifica.**

Una fotografia in linea, quindi, con il provvedimento del Garante per la Protezione dei Dati Personali, esecutivo dal 2 giugno, che mira all'**"Individuazione delle modalità semplificate per l'informativa e l'acquisizione del consenso per l'uso dei cookie"**. Per aiutare le aziende - e quindi di riflesso tutti gli utenti - le principali associazioni di categoria **DMA Italia, Fedoweb, IAB Italia, Netcomm, UPA** hanno realizzato il kit di implementazione delle Cookie Law, presentato oggi alla presenza del **Garante per la Privacy, Antonello Soro, Fabrizio Vigo, Presidente DMA, Claudio Giua, Consigliere Fedoweb - Direttore Sviluppo e Innovazione del Gruppo Editoriale l'Espresso, Daniele Sesini, Direttore Generale IAB Italia, Roberto Liscia, Presidente Netcomm - Il Consorzio del commercio elettronico italiano, Cinzia Gaeta, Presidente Commissione Giuridica UPA - General Counsel Southern Europe Procter & Gamble.** Il kit, elaborato sulla base delle misure prescritte dal Garante della Privacy e degli approfondimenti svolti nell'ambito di un apposito lavoro costituito dall'Autorità, permetterà sia di **potenziare i diritti degli utenti internet sia di salvaguardare le possibilità di svolgimento delle attività economiche responsabili basate proprio sull'utilizzo dei cookies.**

In particolare, **il kit è stato promosso dalle Associazioni** che rappresentano editori online, siti di e-commerce, operatori online e data driven advertising, investitori pubblicitari, in rappresentanza di circa **1.000 aziende associate.** La volontà che ha mosso il Garante e le Associazioni è quella di una sempre maggiore trasparenza nei modelli di business volta ad accrescere la consapevolezza degli utenti. Internet è sempre di più una fonte di primaria importanza per il pluralismo informativo. È quindi fondamentale, per lo sviluppo dell'ecosistema digitale e per continuare a garantire una pluralità di informazioni, il rispetto di regole fra tutti gli operatori anche sotto il profilo della privacy.

"La vera sfida di oggi per l'Autorità di fronte alla complessità e alla rapidità delle innovazioni, è quella di rendere concreti i principi di protezione dei dati, effettiva la trasparenza dei trattamenti, agevole l'esercizio dei diritti degli utenti. Si tratta di un obiettivo che comporta la necessità di superare la logica di informative troppo dispersive o formule di acquisizione del consenso complesse, adottando piuttosto soluzioni che siano flessibili e tecnicamente compatibili con le nuove realtà. Con il provvedimento sui cookie, il Garante ha potuto concretamente dimostrare come sia possibile, se non anticipare, almeno governare le innovazioni, imponendo il rispetto della trasparenza di operazioni di profilazione, spesso occulte, compiute sui dati degli utenti. Chi naviga on line deve poter decidere in maniera libera e consapevole se far usare o no le informazioni raccolte sui siti visitati per ricevere pubblicità mirata". Ha dichiarato il **Garante per la Protezione dei Dati Personali, Antonello Soro.**

Grazie al kit di implementazione gli utenti saranno infatti informati con più chiarezza e trasparenza sulle caratteristiche e le finalità dei cookie installati dai diversi siti (comprese le terze parti) operanti sul web e potranno esprimere agevolmente il proprio consenso informato al uso e installazione dei cookie stessi: per siti che utilizzano non solo cookie tecnici, gli utenti troveranno al loro primo accesso anche un banner informativo sintetico. Questo è in linea con la domanda di semplificazione chiesta da metà del campione interrogato dall'indagine Doxa, una proiezione di circa 15 milioni di utenti, che ritiene che un'informativa più sintetica porti a una maggiore tutela. L'indagine condotta da Doxa Advice ha messo in risalto come per il 90% del campione la condivisione di informazioni personali faccia sempre più parte della vita moderna e rappresenti anche **vantaggi ed opportunità.** Risulta infatti molto diffusa e consistente la consapevolezza che il consenso all'utilizzo di alcuni dati personali (di contatto, socio-demografici, sugli stili di consumo) permette di ricevere proposte commerciali, editoriali, di entertainment vantaggiose economicamente, di migliore qualità e più in linea con i propri interessi: oltre il 90% degli intervistati riconosce tali benefici e quasi il 70% considera un valore ricevere offerte commerciali personalizzate.

In merito alle informazioni da tutelare con maggiore attenzione, gli Internauti italiani sembrano avere le idee piuttosto chiare, confermando alcuni tratti archetipici della cultura diffusa del nostro Paese. Nell'ordine il denaro (91%), la famiglia (81%) e la salute (80%) sono gli ambiti per cui si pretende la massima riservatezza.

Il kit di implementazione della cookie law, realizzato dalle Associazioni sulla base delle indicazioni del Garante della Privacy, porterà un sostegno concreto agli operatori di mercati in costante crescita come quelli dell'informazione, dell'online advertising e dell'e-commerce. In particolare, **l'online advertising in Italia vale nel 2014 circa 2 miliardi di Euro, con una crescita del 12,7% rispetto all'anno precedente** (rielaborazione IAB, Nielsen e Polimi). Come dimostrato da una ricerca McKinsey commissionata da IAB Europe, relativa allo studio del valore economico di tutti i servizi gratuiti della Rete, per ogni euro speso in advertising online dalle aziende gli utenti ricevono l'equivalente di 3 euro in servizi erogati, con un valore del **"consumer surplus"** generato dall'online advertising in Europa e negli USA di **190 miliardi di euro** nel 2015 rispetto al 2010 quando era di circa 100 miliardi, pari a circa **l'85% del surplus totale** generato dai servizi web.

Anche l'eCommerce, uno dei fenomeni economici più rilevanti a livello mondiale, in grado di dare impulso anche a contesti economici recessivi, prosegue una crescita annua a doppia cifra dal 2010 ad oggi. Infatti, **dopo aver ottenuto un incremento del 16% nel 2014, l'eCommerce registrerà per il 2015 un'ulteriore crescita del 15% che porterà il mercato a superare i 15 miliardi di €** (previsioni Osservatorio eCommerce B2c Netcomm - Politecnico di Milano). Nel 2014 gli acquirenti online italiani sono oltre 16 milioni, pari a più del 25% della popolazione italiana. Tra questi, 11 milioni effettuano almeno un acquisto online al mese. Le potenzialità dell'eCommerce sono davvero molto incoraggianti: in Europa sta già coinvolgendo direttamente ed indirettamente quasi 2,5 milioni di lavoratori.

Il kit di implementazione, a cui hanno collaborato anche Anorc, Assirm, Assocom, FCP, Unicom sarà disponibile liberamente per tutte le aziende interessate all'applicazione della cookie law sui siti delle associazioni stesse.

DMA Italia

Fondata nel maggio 2010, DMA Italia raggruppa aziende e organizzazioni nonprofit che utilizzano strumenti e tecniche di comunicazione pubblicitaria diretta e data-driven. La mission di DMA Italia è facilitare la pratica di data-driven marketing e la sua espressione in tutti i canali media oggi a disposizione (off-line, on-line, mobile, social) per sostenere la crescita del business del comparto associato.

Maggiori informazioni: www.dmaitalia.it

FEDOWEB

E' la federazione degli editori e operatori web nata nel 2000 per rispondere alle esigenze del nascente mercato online e fornire tramite il servizio Audiweb informazioni sull'audience internet: rispondendo a precisi criteri di omogeneità il servizio Audiweb costituisce, infatti, una valida base di partenza di analisi del mercato Internet da parte di tutti i protagonisti del settore. I soci che aderiscono a Fedoweb rappresentano oltre l'80% dei publisher online e dei principali operatori web. I soci Fedoweb sono: Alfemminile.com - Banzai - Class Editore - Condè Nast - Gruppo L'Espresso - Il Messaggero - Il Sole 24 Ore - Italiaonline - Leonardo Adv - Mediaset - Microsoft - Mondadori - Rainet (Gruppo Rai) - RCS - Seat Pagine Gialle - Sport Network - La Stampa (Itedispa) - Tiscali/Veesible

Maggiori informazioni: <http://www.fedoweb.it>

IAB ITALIA

IAB Italia è l'Associazione italiana che rappresenta gli operatori del mercato della comunicazione digitale interattiva nel nostro Paese ed è inoltre il charter italiano dell'Interactive Advertising Bureau, la più importante Associazione nel campo della pubblicità digitale a livello mondiale.

Contribuire in maniera significativa alla diffusione della cultura digitale e di internet e promuovere, da un lato, l'intera industry, dall'altro, la conoscenza delle potenzialità che l'online offre al Sistema Paese a tutti i livelli, rappresentano la mission dell'Associazione.

IAB Italia conta 175 Soci tra i principali operatori italiani e internazionali attivi in Italia nel mercato della comunicazione interattiva ed è aperta all'adesione di editori, concessionarie, centri media, agenzie creative, web agency, istituti di ricerca, aziende, società di consulenza e associazioni che operano o intendono operare su internet con professionalità e consapevolezza.

Maggiori informazioni: <http://www.iab.it/>

NETCOMM

Netcomm - Il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano è stato costituito l'8 settembre 2005, ma le sue origini risalgono agli albori del commercio elettronico in Italia. Gli obiettivi sono: promuovere le iniziative che possono contribuire alla conoscenza e alla diffusione delle tematiche, dei servizi e delle tecnologie connesse al commercio elettronico; stimolare la collaborazione delle imprese e degli imprenditori del settore, rappresentandoli nei rapporti con le istituzioni a livello nazionale, comunitario e internazionale; definire standard di qualità dei servizi offerti dagli operatori e-commerce; operare presso i media per una corretta comunicazione; operare a favore del settore in termini di aspetti legali e fiscali, diritto di autore, sicurezza e tutto quanto faciliti lo sviluppo di un mercato digitale.

Maggiori informazioni: www.consorzionetcomm.it

UPA

UPA - Utenti Pubblicità Associati - è l'organismo associativo che riunisce le più importanti e prestigiose aziende industriali, commerciali e di servizi che investono in pubblicità e in comunicazione in Italia. Raggruppa oltre 400 imprese italiane e multinazionali e rappresenta l'85% dell'investimento pubblicitario. UPA è promossa e guidata dalle imprese per affrontare e risolvere i problemi comuni in materia di pubblicità e per rappresentare gli interessi delle aziende con univocità, indipendenza e forza presso il legislatore, le authority, i consumatori e gli stakeholder del mercato della comunicazione. Tutte le attività e i comportamenti dell'Associazione sono improntati alla trasparenza e alla responsabilità, con attenzione costante all'innovazione del mercato. UPA aderisce all'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria al fine di difendere e di promuovere la pubblicità responsabile come veicolo di informazione per il consumatore, concorrenza per il mercato e benessere per la società e alla Fondazione Pubblicità Progresso, che ha lo scopo di contribuire alla soluzione di problemi morali, civili ed educativi della comunità ponendo la pubblicità al servizio della collettività, mediante l'ideazione e la realizzazione di proprie campagne di pubblico interesse.

Maggiori informazioni: www.upa.it