

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 7 - numero 1196 di venerdì 04 marzo 2005

"Carte fedeltà": più diritti per i consumatori

Il Garante della privacy detta le regole per i programmi di fidelizzazione. Il rilascio della carta non deve essere vincolato al consenso ad iniziative di marketing e profilazione.

Pubblicità

Giro di vite del Garante della privacy sui programmi di fidelizzazione. Con un provvedimento generale l'Autorità ha infatti fissato le regole che supermercati, negozi e gestori di servizi dovranno seguire per il rilascio delle "carte fedeltà" ai clienti e per un corretto uso dei dati personali forniti.

Il rilascio delle carte è spesso condizionato all'accettazione del trattamento dei dati (dati anagrafici, titolo di studio, composizione del nucleo familiare, ...) anche per fini di profilazione dell'utente e di marketing.

Tali informazioni, vengono spesso utilizzate, senza che gli interessati ne abbiano piena conoscenza e possano acconsentire al loro uso, per monitorare in dettaglio abitudini e scelte di consumo, per creare cioè "profili" individuali o di gruppo o per confrontare le loro abitudini di consumatori con altri clienti. In alcuni casi vengono trattati anche dati sensibili (salute, adesioni a partiti o religioni, scelte di vita etc.) il cui trattamento, di regola, non è lecito per gli scopi legati al rilascio delle carte o per il direct marketing.

Il Garante ha invece chiarito che le "carte di fedeltà" vanno rilasciate anche se il consumatore non intende acconsentire ad eventuali iniziative di profilazione o di marketing. Quando le informazioni personali vengono usate anche per costruire profili di consumatori, per ricerche di mercato o per direct marketing, i consumatori devono esprimere, liberamente e senza sollecitazioni, il consenso su tale uso.

Ecco in sintesi le regole del Garante:

1 Chi rilascia carte di fedeltà deve informare in maniera chiara e completa i clienti sull'uso che verrà fatto dei dati che li riguardano, tenendo conto delle diverse finalità perseguite.

2 L'informativa al cliente deve essere chiaramente evidenziata all'interno dei moduli di sottoscrizione ed essere agevolmente individuabile rispetto alle altre clausole del regolamento. In particolare, deve essere posta in evidenza l'eventuale attività di profilazione o di marketing evidenziando che, per questi ultimi due usi, il conferimento dei dati e il consenso sono liberi e facoltativi. Non è lecito condizionare l'adesione al programma di fidelizzazione all'espressione del consenso anche per l'uso di dati a scopi di profilazione e marketing.

3 Le aziende devono ridurre al minimo l'uso delle informazioni personali e devono comunque utilizzare solo informazioni pertinenti e non eccedenti.

4 Per quanto riguarda poi la fidelizzazione, possono essere trattati, senza che sia necessario acquisire il consenso dell'interessato, solo dati necessari per attribuire i vantaggi connessi all'utilizzo della carta, cioè dati per consentire l'identificazione dell'interessato e, di regola, i dati relativi al volume di spesa globale realizzato, senza riferimento al dettaglio dei singoli prodotti acquistati.

5 Per l'attività di profilazione, invece, occorre il consenso dell'interessato per il trattamento delle informazioni relative agli acquisti effettuati. Non è lecito utilizzare a fini di profilazione dati sensibili, con particolare riguardo a quelli riguardanti lo stato di salute.

6 Riguardo all'attività di marketing possono essere raccolti, sempre con il consenso dell'interessato, i dati necessari all'invio di materiale pubblicitario o di comunicazioni commerciali.

7 I dati personali dei clienti, relativi al dettaglio degli acquisti, raccolti a fini di profilazione non possono essere conservati per più di un anno, mentre per quelli raccolti a fini di marketing non possono essere conservati per più di due anni.

8 E' obbligatorio adottare le necessarie misure di sicurezza per evitare rischi di manomissione, furto o perdita dei dati.

9 Nel caso di uso dei dati a fini di profilazione è obbligatorio comunicare l'avvio del trattamento al Garante.

I contenuti presenti sul sito PuntoSicuro non possono essere utilizzati al fine di addestrare sistemi di intelligenza artificiale.

www.puntosicuro.it