PuntoSicuro

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 8 - numero 1467 di venerdì 28 aprile 2006

ALBERGHI: VIETATO PROFILARE I CLIENTI ILLECITAMENTE

Una grande catena alberghiera non potrà più usare i dati raccolti per non aver prima informato la clientela su gusti, abitudini, durata dei pernottamenti e altri dati riservati.

Pubblicità

Gusti, abitudini, durata dei pernottamenti, tutti i dati e tutte le informazioni utili per "conoscere" meglio il cliente e "anticiparne" le richieste, raccolte e rielaborate in un considerevole data base. Tutto però all'insaputa dei clienti che, né al loro arrivo in albergo né al momento di aderire ad un programma di fidelizzazione, venivano adeguatamente informati dell'uso che sarebbe stato fatto dei dati inseriti nei moduli che avevano compilato. Salvo poi rendersi conto di tale modalità illecita soltanto quando, in caso di successivi soggiorni, venivano proposti servizi analoghi a quelli già richiesti oppure arrivava a casa pubblicità.

Le violazioni, emerse nel corso di accertamenti disposti nell'ambito del settore alberghiero, riguardano una grande catena alberghiera italiana e sono state sanzionate.

Con un provvedimento (link al documento emesso nei confronti della catena alberghiera), di cui è stato relatore il presidente Francesco Pizzetti, il Garante per la privacy ha poi vietato alla società l'utilizzo dei dati personali della clientela, contenuti nel data base, trattati in violazione di legge. L'Autorità ha altresì prescritto alla società l'adozione delle misure necessarie per conformarsi alle norme sulla privacy.

Dagli accertamenti è risultato che i clienti non venivano adeguatamente informati sull'uso che sarebbe stato fatto dei loro dati personali e per di più dovevano sottoscrivere moduli con formule di consenso generiche. Questi dati personali venivano usati dalla catena alberghiera italiana non solo per fornire i servizi richiesti, ma anche per definire i "profili" dei clienti allo scopo di proporre servizi mirati in caso di ulteriori visite.

La società utilizzava, inoltre, per finalità di marketing e per l'invio di comunicazioni commerciali e sempre senza consenso specifico, altre informazioni (professione, recapiti, frequenza dei pernottamenti, pasti) di clienti che aderivano ad un'operazione a premio con "carta di fedeltà", usufruendo di vantaggi (bonus, premi, sconti) correlati ai volumi di spesa. I dati di questo gruppo di clienti venivano trasmessi anche ad altre società (società di noleggio, compagnie aeree).

Dopo l'intervento del Garante la catena alberghiera, oltre a non poter più utilizzare i dati raccolti illecitamente, dovrà rispettare una serie di prescrizioni e in particolare: a) riformulare i modelli di informativa alla clientela, sia su carta sia on line, specificando per quali scopi e per quanto tempo vengano usati i dati personali dei clienti; b) predisporre modelli che consentano alla clientela di decidere liberamente se autorizzare o meno l'uso dei propri dati a fini di "profilazione" o di invio di materiale pubblicitario; c) individuare precisi tempi di conservazione dei dati e cancellare o trasformare in forma anonima quelli non più necessari.

Con lo stesso provvedimento l'Autorità ha, inoltre, avviato l'applicazione di sanzioni amministrative per inidonea informativa nonché per omessa notificazione, non risultando comunicata al Garante l'attività di profilazione della clientela messa in atto.

Va sottolineato che questo provvedimento costituisce un segnale forte della nuova fase di azione che l'Autorità ha avviato svolgendo un'attività ispettiva programmata e finalizzata a estendere la difesa dei diritti dei cittadini anche al concreto e incisivo controllo del rispetto delle norme e dei provvedimenti del Garante, a cominciare dai settori di attività che più direttamente e immediatamente incidono sugli utenti di grandi comparti di servizi.

www.puntosicuro.it