

## **ARTICOLO DI PUNTOSICURO**

**Anno 27 - numero 5972 di Mercoledì 26 novembre 2025**

# **Analizziamo insieme un modello di informativa sempre più diffuso: Consent or Pay**

*Sempre più spesso si leggono alcune righe di una notizia seguite dall'informazione che, per proseguire, è necessario consentire la trasmissione dei dati personali al gestore della notizia (tramite accettazione dei cookies), oppure pagare un abbonamento.*

L'espressione inglese, citata nel titolo, può essere brutalmente tradotta con questa formulazione: "se vuoi conoscere i dati che ti metto a disposizione, mi autorizza catturare tuoi dati oppure devi pagare una certa somma". La cattura dei dati ovviamente si attiva autorizzando tutt'una serie di cookies non indispensabili.

Questo tema sta diventando sempre più frequente, come certamente i lettori avranno visto, quando, cercando informazioni su un motore di ricerca, vengono invitati, dopo aver letto alcune righe, ad esempio il titolo di un giornale quotidiano, ad effettuare delle scelte. Dopo aver letto le prime righe, compare una notizia che informa il lettore che può procedere nella lettura, se acconsente a trasmettere tutti i suoi dati personali al quotidiano; in alternativa, gli si chiede di pagare una piccola somma settimanale o mensile per leggere questa ed altre notizie.

In pratica, questo schema offre al lettore tre alternative:

- deve consentire ad un'organizzazione di usare le sue informazioni personali, per inviare ad esempio messaggi promozionali,
- pagare una tassa per leggere la notizia ed accedere al prodotto o servizio, evitando che l'organizzazione usi i suoi dati personali,
- deve abbandonare la lettura, decidendo di non utilizzare il prodotto o servizio in questione.

Quando l'organizzazione adotta questo schema, l'utente viene invitato a prendere una decisione non appena si collega al sito Web o gli viene offerto qualche stuzzichino, per destare la sua attenzione.

Il sistema può essere anche articolato a più livelli, ad esempio offrendo l'accesso gratuito al servizio per pochi giorni, passando successivamente ad un servizio a pagamento, sia in forma automatica, sia previo consenso.

Pubblicità

I dati che per solito vengono richiesti fanno riferimento all'età, al sesso, o agli argomenti, per i quali avete dimostrato interesse, quando avete aderito all'offerta di sottoscrivere un profilo personalizzato.

In alternativa, l'organizzazione può osservare i dati che vengono esaminati dall'utente e successivamente creare un profilo personalizzato promozionale.

Se invece si sceglie lo schema a pagamento, l'organizzazione si impegna a non inviare messaggi promozionali personalizzati.

Da molte parti sono state avanzate delle perplessità circa il fatto che questo schema sia legittimo e conforme ai dettati del codice in materia di protezione dati personali.

Dall'esame di numerosi schemi, sul tipo di quello illustrato, appare chiaro che il comportamento dell'organizzazione può essere oltremodo differenziato, andando da un puntuale rispetto degli impegni assunti, fino a un rispetto assai allargato, che può trarre in inganno anche l'utente che ha pagato per non avere un servizio di pubblicità promozionale.

Come al solito, i dettagli su questo tipo di servizio vengono illustrati in 7/8 pagine di testo, che quasi nessuno si prende il disturbo di leggere e, alla fine, inserendo un tasto di piena accettazione.

Ovviamente tutte le organizzazioni devono inserire anche la possibilità di ritirare il consenso, attivando procedure oltremodo sintetiche e trasparenti.

Il problema nasce in conseguenza del fatto che se uno ha pagato un canone mensile e, dopo 15 giorni, decide di ritirare il consenso, potrebbe non essere così semplice il recupero del costo, legato a 15 giorni non utilizzati.

Ancora una volta, ricordiamo ai lettori, che ritengano di essere stati coinvolti in uno schema non sufficientemente trasparente, che l'autorità Garante per la protezione dati personali è sempre a disposizione, sia mediante un contatto telefonico preliminare con l'ufficio relazioni con il pubblico, sempre cortese ed efficiente, sia mediante un reclamo scritto.

**Adalberto Biasiotti**



Licenza [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

---

[www.puntosicuro.it](http://www.puntosicuro.it)