

Appena nati, già schedati

Il Garante della privacy accerta numerosi illeciti realizzati da una casa editrice.

Pubblicità

Stop alla "caccia alle mamme". Con un provvedimento il Garante della privacy ha vietato ad una casa editrice di proseguire la "schedatura" di decine di migliaia di nominativi di neo mamme e neonati. Le informazioni venivano raccolte in alcuni punti nascita e utilizzate in modo illecito a fini di profilazione e marketing.

Le indagini del Garante nei confronti della casa editrice, che pubblica riviste sui temi della gravidanza e della prima infanzia, sono state avviate in seguito alla segnalazione una coppia che lamentava di aver ricevuto, senza consenso, riviste omaggio in occasione della nascita dei figli.

Nel corso delle ispezioni disposte dal Garante sono stati accertati numerosi illeciti.

Medici e infermieri di strutture ospedaliere pubbliche o private erano "referenti esterni" della casa editrice: distribuivano coupon con i quali venivano raccolti una serie di dati (nome e cognome della mamma e del bambino, professione, data di nascita, numero di telefono ecc.).

L'attività di raccolta dei dati era svolta dai referenti senza un formale incarico e senza adottare particolari cautele a protezione dei dati e, per di più, senza alcuna autorizzazione o convenzione con le strutture sanitarie.

Per svolgere questo compito il personale ospedaliero era remunerato con regali di valore proporzionale al numero di nominativi raccolti.

Dalle indagini è emerso che in alcuni casi i referenti compilavano direttamente i coupon con i nominativi all'insaputa delle donne presenti in reparto.

I coupon, distribuiti anche presso studi ginecologici, pediatrici e farmacie sono risultati, tra l'altro, privi di una corretta informativa e "formati in modo da non consentire di manifestare validamente il consenso".

Il Garante, oltre all'uso dei dati, ha vietato alla casa editrice di effettuare altre operazioni di raccolta e utilizzazione dei dati avvalendosi di "referenti" con modalità non conformi al Codice della privacy. La società, inoltre, dovrà riformulare l'informativa inserita nel coupon e nominare responsabili del trattamento le società di cui si avvale per la gestione del data base e la ricerca dei dati a fini di marketing. Dovrà infine adottare "idonee procedure che le permettano di garantire un immediato e preciso riscontro alle richieste di accesso e cancellazione dei dati da parte degli interessati."



Questo articolo è pubblicato sotto una [Licenza Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

www.puntosicuro.it