

DigitaleFacile

La tua guida al digitale

4. Privacy e Sicurezza

4.4

La profilazione dell'utente



La profilazione dell'utente

Cosa è?

Tutte le volte che ci si collega a un *sito*, si effettua un acquisto online o si visitano i *social network*, i *sistemi informatici* registrano i dati di contatto e le preferenze espresse (una ricerca, un *like*, la creazione di un *account* ecc...).

La raccolta e l'elaborazione di queste informazioni serve a creare dei gruppi di utenti omogenei, suddivisi in base al comportamento rilevato tramite la rete (*segmentazione*), ai quali possono essere inviate comunicazioni, pubblicità e notizie in modo mirato.

La legge europea sul trattamento dei dati personali (*GDPR*) interviene in questo ambito ammettendo le attività di profilazione nel caso in cui sia stato dato esplicito consenso al trattamento dei dati personali a fini commerciali e di *marketing*, o quando il trattamento è indispensabile per portare a termine un contratto di cui l'utente è parte attiva.

A cosa serve?

Le società di marketing utilizzano la profilazione dei dati per personalizzare le comunicazioni ai consumatori con lo scopo finale di orientarne le scelte d'acquisto.

Conoscere i potenziali clienti, cosa gli piace, quali sono i loro interessi e comportamenti è alla base di numerose attività, che utilizzano le tecniche di mercato per lo sviluppo del proprio business.

La pubblicità che appare quando si naviga in Internet, o i contenuti suggeriti che compaiono sui social, derivano spesso dall'analisi dei profili.

Come si fa per...

...non essere profilati

Poiché tutto quello ciò che viene fatto online è tracciato, la prima cosa che si deve fare per non essere profilati è non concedere il trattamento dei propri dati personali a fini commerciali e di marketing.

Praticamente tutti i documenti di *informativa privacy* presentano due sezioni di consenso: la prima, necessaria per dare seguito al rapporto (ad esempio un contratto di acquisto); la seconda, per permettere l'utilizzo dei dati del cliente a scopi di marketing, commerciali e di profilazione.

Quest'ultimo consenso non è obbligatorio ed è bene non autorizzare il trattamento per queste finalità se non si vuole che i propri dati vengano elaborati e segmentati.

Altro sistema è la cosiddetta "navigazione in incognito", o privata. La navigazione in incognito, prevista da molti *browser* Internet (ad esempio, Firefox, Chrome, Safari), consiste nella cancellazione dei dati di navigazione allo spegnimento del dispositivo; un sistema molto utile specialmente per chi fa spesso acquisti online.

La profilazione dell'utente

Fai sempre attenzione a...

La normativa europea regola in modo puntuale il trattamento dei dati e la possibilità o meno di elaborare le informazioni del Cliente da parte delle imprese.

Senza uno specifico consenso, non è infatti possibile procedere loro raccolta dei dati né alla loro analisi.

È inoltre sempre bene fare attenzione all'inserimento di dati anagrafici e personali sui siti, specialmente quando non si è certi della loro sicurezza, e preferire la navigazione in modalità privata.

Infine, l'utente può sempre chiedere la cancellazione dei dati che lo riguardano seguendo le modalità riportate da ogni titolare del trattamento sul proprio sito.

Da sapere...

I dati per la profilazione dell'utente possono essere raccolti in modo palese attraverso sistemi di tracciamento, ma anche rilevando le attività sui social network o attraverso la somministrazione di questionari che, anche se anonimi nel nome e cognome, identificano l'utente attraverso il sistema informatico.

L'autorità di controllo per le pratiche di profilazione è il *Garante per la protezione dei dati personali*, che vigila sui siti Internet e sui documenti di informativa presentati all'utente.

La profilazione dei dati è particolarmente utilizzata nei social network (Facebook, Instagram, Tik Tok ecc...) e dai portali di vendita online che, in questo modo, possono proporre ai consumatori offerte sempre in linea con le proprie preferenze.

La profilazione dell'utente

GLOSSARIO

ACCOUNT – È l'insieme dei dati identificativi che consentono l'accesso di un utente a un determinato servizio online. Tali dati (nome, password, e-mail ecc...) sono depositati presso il provider del servizio e consentono il riconoscimento dell'utente.

BROWSER – Programma informatico che consente il collegamento di un dispositivo (computer, tablet, smartphone) alla rete internet.

GARANTE PER LA PROTEZIONE DEI DATI

PERSONALI – Autorità di controllo che vigila sul rispetto della normativa europea e nazionale in tema di trattamento dei dati.

GDPR (General Data Protection Regulation) – Regolamento dell'Unione Europea relativo alla protezione dei dati personali delle persone fisiche. Applicato nel nostro Paese dal 25 maggio 2018, deve essere osservato da tutte le imprese.

INFORMATIVA PRIVACY – Documento che indica le modalità e le finalità del trattamento dei dati personali

INTERNET – Rete di dispositivi che consente lo scambio di informazioni a livello mondiale.

LIKE – Usato per dire "mi piace" nei social network, è spesso rappresentato da un pugno con il pollice in alto.

MARKETING – Attività di analisi e strategie finalizzata a capire i bisogni del consumatore e ad orientarne le decisioni per aumentare il business di una impresa.

SEGMENTAZIONE – Suddivisione in parti. Nella profilazione, si intende la categorizzazione degli utenti in gruppi, in base a determinati parametri.

SISTEMA INFORMatico – Insieme di dispositivi elettronici connessi in rete.

SITO – Nel web, insieme di pagine correlate l'una all'altra, rappresentative di un soggetto.

SOCIAL NETWORK (Facebook, Instagram, X, LinkedIn, Tik Tok ecc...) – Comunità di soggetti che condividono messaggi, foto, ecc... a quanti fanno parte della stessa rete. Per accedervi è necessaria una registrazione. La condivisione dei contenuti è possibile fra soggetti collegati fra loro.

La profilazione dell'utente

Per maggiori informazioni

Per maggiori informazioni sui sistemi di profilazione dell'utente e le modalità di protezione, rivolgersi ai facilitatori regionali.

www.regione.lombardia.it

