

---

# *On-line behavioural advertising* ed i nuovi servizi integrati di Google

---

Avv. Italo Cerno

C.I.R.S.F.I.D. – Università di Bologna



---

# Pubblicità

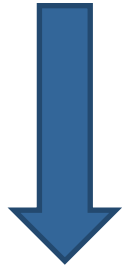
«qualsiasi forma di messaggio che è *diffuso, in qualsiasi modo*, nell'esercizio di un'attività commerciale, industriale, artigianale o professionale *allo scopo di promuovere* il trasferimento di beni mobili o immobili, la prestazione di opere o di servizi oppure la costituzione o il trasferimento di diritti ed obblighi su di essi»

[art 2, comma 1, lett. *a*) del d.lgs. 2 agosto 2007, n. 145]

**OPERATORE PUBBLICITARIO**

**PUBBLICITÀ  
TRADIZIONALE**

*one-to-many*



*flusso di  
informazioni*



**WEB  
ADVERTISING**

*one-to-one*

**UTENTE**

---

## *On-line behavioural advertising*

«La **pubblicità comportamentale** si basa sull'osservazione del comportamento delle persone nel tempo.

Questo tipo di pubblicità cerca di studiare le caratteristiche del comportamento delle persone attraverso le loro azioni (frequentazione ripetuta di certi siti, interazioni, parole chiave, produzione di contenuti online, ecc.) al fine di elaborare un **profilo specifico** e quindi inviare messaggi pubblicitari che corrispondano perfettamente agli **interessi** dedotti».

[Parere 2/2010 del Gruppo di lavoro art. 29 sulla protezione dei dati ]

# Tipologie di “profilo”

In base alle modalità di raccolta delle informazioni:

- “profilo **esplicito**”, quando è creato a partire da dati personali che l’interessato stesso ha fornito a un servizio *web*, in particolare all’atto della registrazione, ma non solo (si pensi ai *social network* dove gli iscritti forniscono costantemente informazioni);
- “profilo **predittivo**”, quando è stabilito per deduzione attraverso l’osservazione del comportamento dell’utente nel corso del tempo, in particolare monitorando le pagine visitate e i messaggi pubblicitari visualizzati o cliccati.

---

# Modalità di tracciamento

- **cookie** (tradizionali, *flash*, *zombie*, ...);
- **file di log** (indirizzo *IP*, tipo di *browser*, data e ora connessione, punti di accesso *WiFi* o ripetitori di segnale dei cellulari, ...);
- **software** (*spyware*, *deep packet inspection*, ...);
- ...

---

# I servizi integrati di Google

Alcuni esempi:

- **Google Ricerca;**
- **Google Traduttore;**
- **Google Maps;**
- **Gmail;**
- **YouTube;**
- **...**

---

# Le nuove “Norme sulla privacy” di Google

## Alcuni estratti:

- «**Raccogliamo dati** per offrire servizi migliori a tutti i nostri utenti, ad esempio per capire elementi fondamentali come la lingua parlata dall’utente oppure elementi più complessi come quali annunci potrebbero essere più utili per l’utente o le persone che potrebbero interessare di più all’utente online»

## Modalità di raccolta dati:

- «Dati forniti dall’utente»;
- «Dati che raccogliamo dall’utilizzo dei nostri servizi da parte dell’utente».



## *(segue)* Le nuove “Norme sulla privacy” di Google

- «Utilizziamo diverse tecnologie per raccogliere e memorizzare informazioni **quando un utente visita un servizio Google**, **tra le quali** l’invio di uno o più cookie o identificatori anonimi al dispositivo dell’utente. Utilizziamo i cookie e gli identificatori anonimi **anche** **quando l’utente interagisce con i servizi che offriamo ai nostri partner**, ad esempio servizi pubblicitari o applicazioni di Google che potrebbero essere disponibili su altri siti»;
- «Utilizziamo i dati raccolti da tutti i nostri servizi [...] **anche** per offrire contenuti personalizzati, ad esempio per visualizzare risultati di ricerca e annunci più pertinenti»;

## *(segue)* Le nuove “Norme sulla privacy” di Google

- «Potremmo unire le informazioni personali derivanti da un servizio a quelle (comprese le informazioni personali) di altri servizi Google, ad esempio per semplificare la condivisione di contenuti con conoscenti»;
- «Google tratta le informazioni personali sui suoi **server in diversi Paesi in tutto il mondo**. Potremmo trattare informazioni personali su un server sito in un Paese diverso da quello in cui si trova l’utente»;

# *(segue)* Le nuove “Norme sulla privacy” di Google

➤ «gli utenti possono:

- esaminare e controllare alcuni tipi di informazioni collegate all’account Google utilizzando **Google Dashboard**;
- visualizzare e modificare le preferenze relative agli annunci, ad esempio le categorie che potrebbero interessare loro, utilizzando **Gestione preferenze annunci**. Possono anche disattivare alcuni servizi pubblicitari di Google».

# Disattivazione della “personalizzazione” in Google

- **browser** (impostazione filtri, svuotare la *cache* ed eliminare i *cookie*);
- con **accesso eseguito**:
  - **Cronologia web** (rimozione, sospensione, eliminazione di singoli elementi);
  - **disattivazione risultati personali**;
- con **accesso non eseguito**:
  - **disattivazione risultati personali** (*link* + icona)
- **plug-in**.

# ***O.B.A.*: la disciplina non applicabile**

Norme che fanno esclusivo riferimento al contenuto del messaggio pubblicitario e non anche ad elementi esterni ad esso (o *a latere*):

## ➤ **D.lgs. 2 agosto 2007, n. 145**

- «la pubblicità deve essere *palese, veritiera e corretta*» (art. 1, comma 2);

## ➤ **Codice di autodisciplina delle comunicazioni commerciali**

- «La comunicazione commerciale deve essere *onesta, veritiera e corretta*» (art. 1, comma 1);

## ➤ **Codice del consumo**

- pratiche commerciali sleali (ingannevoli o aggressive, che falsano o sono idonee a falsare il comportamento economico del consumatore).

# O.B.A.: la disciplina applicabile

Norme in materia di comunicazioni elettroniche e trattamento dei dati personali.

In Europa:

## ➤ **Dir. 2002/58/CE** sulle comunicazioni elettroniche

- «comunicazione: ogni *informazione* scambiata o trasmessa tra un numero finito di soggetti tramite un servizio di comunicazione elettronica accessibile al pubblico» (art. 2, par. 2, lett. d);
- «Gli Stati membri assicurano che l'archiviazione di informazioni oppure l'accesso a informazioni già archiviate nell'apparecchiatura terminale di un abbonato o di un utente sia consentito unicamente a condizione che l'abbonato o l'utente in questione abbia espresso *preliminarmente il proprio consenso*, dopo essere stato informato in modo chiaro e completo» (art. 5, par. 3);

## *(segue) O.B.A.: la disciplina applicabile*

### ➤ **Dir. 95/46/CE** sul trattamento dei dati personali

- «Gli Stati membri dispongono che i dati personali devono essere:[...]
- b) rilevati per **finalità determinate**, esplicite e legittime, e successivamente trattati in modo non incompatibile con tali finalità. [...];
- c) adeguati, pertinenti e **non eccedenti rispetto alle finalità** per le quali vengono rilevati e/o per le quali vengono successivamente trattati; [...];
- e) conservati in modo da consentire l'identificazione delle persone interessate per un arco di **tempo** non superiore a quello necessario al conseguimento delle finalità per le quali sono rilevati o sono successivamente trattati [...]]» (art. 6, par. 1);

## *(segue)* O.B.A.: la disciplina applicabile

- «Gli Stati membri dispongono che il trattamento di dati personali può essere effettuato soltanto quando:
  - a) la persona interessata ha manifestato il proprio **consenso** in maniera **inequivocabile** [...]» (art. 7, par. 1);
- «consenso della persona interessata: qualsiasi manifestazione di **volontà libera, specifica e informata** con la quale la persona interessata accetta che i dati personali che la riguardano siano oggetto di un trattamento» (art. 2, lett. h).



---

## *(segue) O.B.A.: la disciplina applicabile*

ICC – International Chamber of Commerce;

IAB – Interactive Advertising Bureau;

EASA – The European Advertising Standard Alliance;

- Consenso «esplicito» (sistema *Opt-out*);
- Consenso «preventivo» solo per i dati sensibili.

# I nuovi “Termini di servizio” di Google

## Alcuni estratti:

- «I Servizi sono forniti da Google Inc. («Google»), con **sede** a 1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, **CA** 94043, **Stati Uniti**»;
- «l’utente accetta che vengano applicate le **leggi** della **California, USA**».

## Versione precedente:

- «Google Inc., la cui **sede principale** è a 1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94043, United States»;
- «I Termini e il suo rapporto con Google in base ai Termini, sarà disciplinato dalla **legge inglese**».

# Gli “Accordi di autoregolamentazione” di Google

Google aderisce, in particolare, a:

## ➤ «*Safe Harbor*»

- ❑ decisione della Commissione europea del 26 luglio 2000 n. 2000/520/CE secondo la quale i «Principi di approdo sicuro in materia di riservatezza» garantiscono un livello adeguato di protezione dei dati personali trasferiti dalla Comunità ad organizzazioni aventi sede negli Stati Uniti;
- ❑ autorizzazione al trasferimento verso gli Stati Uniti d’America («Safe Harbor») del 10 ottobre 2001 dell’Autorità Garante italiana.

## ➤ «*European Framework for Online Behavioural Advertising* adottato dallo **IAB Europe**».

---

«Il mondo è ancora oggi dominato, come quaranta anni fa, più dalla paura e dal pessimismo che non dalla speranza e dall'ottimismo quando si tratta di informatica: non che manchino seri motivi di apprensione, ma essi non devono far dimenticare anche i vantaggi che l'informatica procura [...]. Il pericolo è che – come si suol dire – con l'acqua sporca si finisca per gettar via anche il bambino che vi ha fatto il bagno».

[RENATO BORRUSO]

---

**italo.cerno@unibo.it**

**itcerno@tin.it**

---

