

GDPR: privacy & newsletter

gli articoli citati sono tratti dal GDPR consultabile su
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:32016R0679&from=IT>

1. TUTTI i nominativi a cui spediamo la newsletter devono essere stati autorizzati dagli stessi, in modo **esplicito e verificabile**
2. Nessuna mail va spedita agli iscritti dicendo che ci siamo adeguati al GDPR
 - Se spediamo newsletter a nominativi autorizzati possiamo tranquillamente continuare a farlo, senza cambiare nulla
 - Se spediamo newsletter a nominativi NON autorizzati non sarà una comunicazione a bonificare il nostro archivio
 - **Cosa fare con archivi non regolari?** Se non si vuole rimuoverli, come dovrebbe essere fatto, si consiglia di mandare una mail con una esplicita richiesta di consenso al trattamento dei loro dati.
3. Chi riceve una newsletter deve potere **rimuovere e verificare** i suoi dati di iscrizione
4. Spedire **newsletter per lavoro** (non per fare pubblicità) ai propri clienti è consentito. Per il fatto stesso che siano clienti (o soci) diventa implicito un loro consenso a ricevere comunicazioni pertinenti. Magari non usate il termine "newsletter" che può dar adito a dubbi commerciali e consideratele normali comunicazioni tramite e-mail (*articolo 44*)
5. L'archivio degli iscritti dovrebbe avere insieme al nominativo la **verifica di quando e come** è stata fatta l'iscrizione.
6. Ogni nominativo deve avere una "**scadenza**", non si possono mantenere informazioni senza limiti temporali. Il periodo del mantenimento dei dati deve essere a conoscenza all'interessato.
7. L'articolo 32) dice che è sufficiente la spunta della semplice casella di iscrizione se l'informativa è chiara, libera ed inequivocabile. Tale articolo chiarisce che non esiste un assenso senza azione (mancata risposta, consenso implicito, ecc)
8. Chi utilizza newsletter realizzate con da terzi (mailchimp, zoho, mailup, ecc) è responsabile in solido che i dati ospitati da tali aziende non siano rivenduti o gestiti senza rispettare la legge europea.
9. L'utilizzo di newsletter fatte da terzi può creare profilazione sui comportamenti degli utenti, saremo in grado di vedere cosa ha fatto chi ha ricevuto la newsletter. Occorre specificarlo nell'informativa della privacy e al momento dell'iscrizione.
10. Nella dichiarazione della privacy sull'uso della newsletter vanno indicati tutti coloro che hanno accesso a tali dati (la nostra azienda/associazione, eventuali consulenti, eventuali ditte terze)
11. Chi gestisce una newsletter quasi sicuramente gestisce dati personali che devono essere salvaguardati con richieste anche tecniche. La compilazione di un **documento con l'analisi dei rischi**, i sistemi di protezione adottati e la procedura in caso di furto è fortemente consigliato (vedi <https://www.cnil.fr/fr/outil-pia-telechargez-et-installez-le-logiciel-de-la-cnil> o check list fornite su richiesta)
12. L'articolo 10) dice che: "gli Stati membri dovrebbero rimanere liberi di ... specificare ulteriormente l'applicazione delle norme", l'Italia, finora, non ha scritto nulla e questo lascia aperte possibili future interpretazioni (tutte italiane) della norma che attualmente è semplice e chiara.
13. L'articolo 28) dice che acquisire dati "pseudononimizzati" può aiutare ad essere in regola. Nel caso delle newsletter potremmo interpretare che le **richieste di iscrizione basate solo su nome ed e-mail** (tralasciando quindi dati come cognome, telefono, azienda, città, ecc) possono essere più facilmente in regola con il decreto sulla tutela dei dati personali.
14. L'articolo 13) dice che: "gli Stati membri e le loro autorità di controllo sono invitati a considerare le esigenze specifiche delle micro, piccole e medie imprese ...". Questo dovrebbe essere interpretato che non si può chiedere alla piccola impresa le stesse attenzioni e procedure che si chiedono ai colossi del web. Quindi non preoccupiamoci eccessivamente, i "piccoli" non sono responsabili di "tutto", devo fare quello che gli è possibile.

Chi si lamenta di questa legge dovrebbe spiegare per quale motivo ha bisogno di conservare dati personali o di fornirli a ditte esterne. Quasi sempre sono ragioni di poca utilità ed il marketing non è buono a prescindere. Alle medio-piccole aziende conservare dati personali serve a poco o a niente. I dati sono preziosi alle multinazionali per tracciare dei profili di ogni singola persona incredibilmente dettagliati, questa legge cerca di mettere un freno al mercato nascosto dei nostri dati personali.

Roberto Moretto
www.robertomoretto.com

questo testo non ha valore giuridico, aiuta a capire le richieste di legge e verrà aggiornato se sorgeranno nuove interpretazioni

versione 20180605