



L'ALLARME

Privacy, Stanzione: "Attenzione al rischio pedinamento digitale"

Home > Privacy

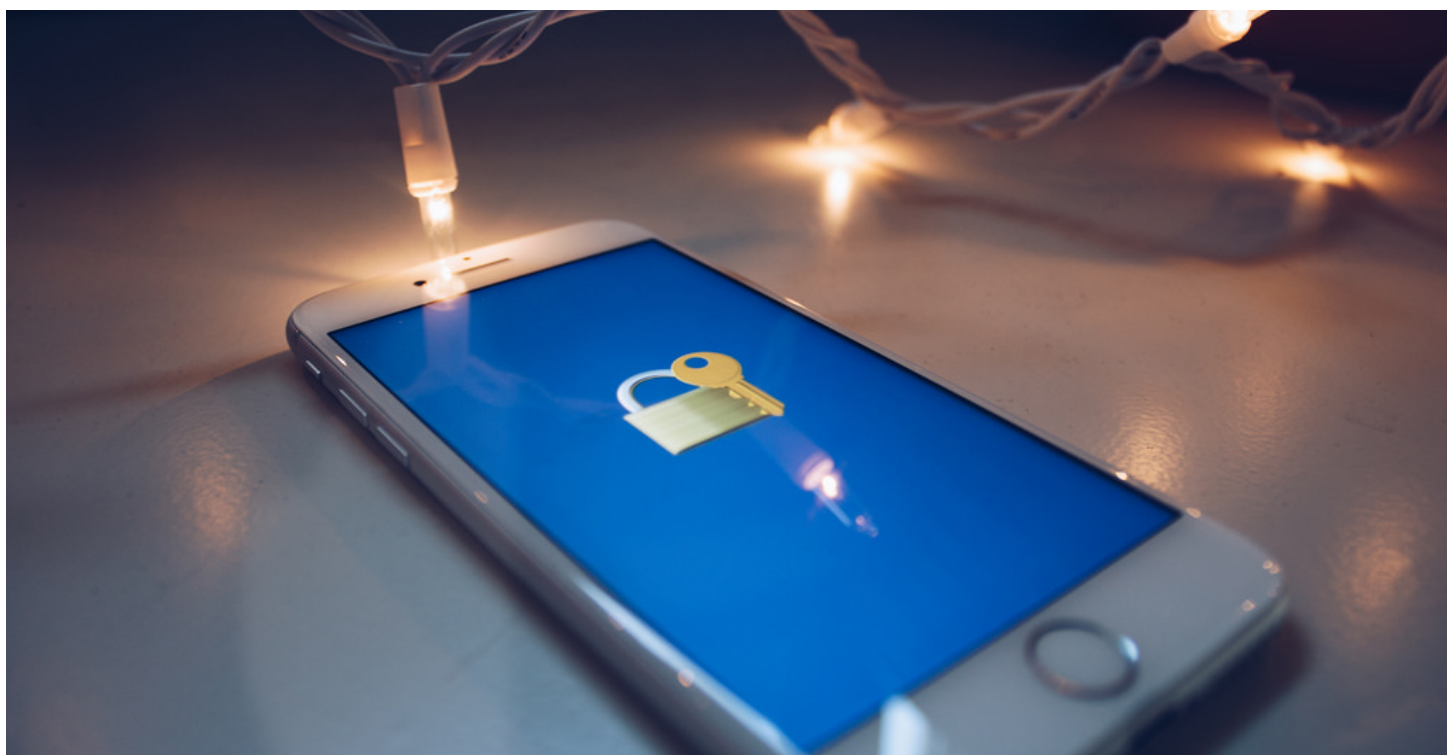
Condividi questo articolo



Il Garante mette in guardia contro i pericoli del massiccio uso di tecnologie: "Servizi apparentemente liberi e gratuiti in realtà si pagano con i nostri dati personali". La soluzione? Sinergia tra riservatezza delle informazioni, antitrust e consumeristica

09 Dic 2020

Veronica Balocco



Si chiama **“pedinamento digitale”** il prezzo da pagare per i vantaggi dati dal digitale nel difficile periodo della pandemia. E’ quanto afferma il **presidente del Garante privacy Pasquale Stanzone**, che – intervenendo al forum de **il Sole 24 Ore ‘LockUp Economy Mercati e regole al tempo della pandemia, tra sostenibilità e solidarietà’** – ha svelato le due facce della medaglia sociale: **“Se il distanziamento fisico non è anche sociale lo si deve alle nuove tecnologie – ha chiarito Stanzone -, tuttavia il digitale ha dimostrato di essere davvero a servizio dell’uomo, ma non senza un prezzo”**.

Indice degli argomenti

- **“Necessaria una strategia difensiva”**
- **“Far convergere le tutele”**

“Necessaria una strategia difensiva”

Secondo il Presidente, le piattaforme online hanno assunto un **“ruolo determinante, assurgendo a veri e propri poteri privati scevri da adeguato statuto di responsabilità”**. Proprio per questo, ha aggiunto, **“la pandemia ha dimostrato l’esigenza di una strategia difensiva”** perché il **“consumatore si trova a fronteggiare congiunture e rapporti inediti in cui le regole stentano a affermarsi in un contesto caratterizzato da assenza di mercato di riferimento in cui il prezzo del servizio sono i nostri dati personali”**. Quando si naviga online in pratica, ha messo in guardia il Garante, **ci troviamo di fronte a “servizi apparentemente liberi e gratuiti ma che in realtà si pagano con i nostri dati personali”**.

“Far convergere le tutele”

Gestione dei contratti e GDPR: guida all'esternalizzazione di attività dei dati personali

Legal



Consente all'invio di comunicazioni promozionali inerenti i prodotti e i servizi di soggetti terzi rispetto ai Titolari con modalità di contatto automatizzate e tradizionali da parte dei terzi medesimi, a cui vengono comunicati i dati.

☐ No ☒ Si

SCARICA IL WHITEPAPER

La pandemia, ha fatto presente **Stanzone**, “ha accelerato in modo esponenziale il processo di digitalizzazione della nostra vita. Ogni tipo di rapporto è stato trasposto e vissuto in rete”. In questo contesto potenzialmente rischioso, “la **tutela dei dati** del cittadino digitale assume

sempre di più un ruolo crescente nella difesa da strategie commerciali invasive, sleali o comunque scorrette, poiché fondate sull'indebito sfruttamento dei dati personali dei cittadini – ha aggiunto -. In particolare pensiamo allo schema negoziale servizi contro dati. In tale contesto **la sinergia tra discipline privacy, antitrust e consumeristica rappresenta un presidio fondamentale per il cittadino nel segno della massimizzazione e della convergenza delle tutele**. Le associazioni dei consumatori possono infatti fornire un contributo determinante all'azione di tutela del Garante segnalando criticità e potenziali violazioni".

“La disciplina della privacy – ha concluso il **presidente dell'Autorità garante** – offre garanzie, strumenti preziosi per la protezione dei consumatori che si integrano con misure antitrust per offrire una tutela convergente e globale della persona”. ■

@RIPRODUZIONE RISERVATA

04 Febbraio

Formazione e Smart Working: come usare la tecnologia con consapevolezza



Argomenti del webinar

agile

ChangeManagement

lavoro agile

smartworking

Inizia tra 28 4 16 42
gg ore min sec

ISCRIVITI

White Paper

Cogliere tutti i vantaggi di un ufficio paperless: come digitalizzare in 90 giorni



28 Ott 2020

Argomenti del whitepaper

dematerializzazione

digitalizzazione

ufficio paperless

Scaricalo gratis!

DOWNLOAD

Argomenti trattati

Personaggi

P pasquale stanzione

Aziende

A Autorità garante della privacy

Approfondimenti

A Antitrust**C** covid-19**D** dati personali**D** digitalizzazione**D** distanziamento sociale**P** privacy**R** rischi**T** tutela consumatori

Articoli correlati

L'INTERVENTO

Dati personali, sì alla valorizzazione no alla monetizzazione

12 Ott 2020

L'INTERVISTA

Garante Privacy, il presidente Stanzione: "Monetizzazione dati fra le sfide più delicate"

05 Ott 2020

AUTHORITY

Garante Privacy, Stanzione presidente. Si insedia il nuovo collegio

29 Lug 2020

Vodafone
Business **LAB**

Prospettive Best Case Tecnologie

NB-IoT e 5G per aumentare la resilienza della smart factory

< 1 di 13 >

in