

21 luglio 2014 12:22

ITALIA: Privacy e Google. Garante: maggiore trasparenza

Gli utenti che useranno i servizi o il motore di ricerca di Google in Italia saranno più tutelati. Il Garante privacy ha stabilito che il colosso di Mountain View non potrà utilizzare i loro dati a fini di profilazione se non ne avrà prima ottenuto il consenso e dovrà dichiarare esplicitamente di svolgere questa attività a fini commerciali. Si è conclusa con un provvedimento prescrittivo l'istruttoria avviata lo scorso anno dal Garante italiano a seguito dei cambiamenti apportati dalla società alla propria privacy policy. Si tratta del primo provvedimento in Europa che - nell'ambito di un'azione coordinata con le altre Autorità di protezione dei dati europee ed a seguito della pronuncia della Corte di Giustizia europea sul diritto all'oblio - non si limita a richiamare al rispetto dei principi della disciplina privacy, ma indica nel concreto le possibili misure che Google deve adottare per assicurare la conformità alla legge.

La società americana - si spiega in una nota - ha unificato in un unico documento le diverse regole di gestione dei dati relative alle numerosissime funzionalità offerte - dalla posta elettronica (Gmail), al social network (GooglePlus), alla gestione dei pagamenti on line (Google Wallet), alla diffusione di filmati (YouTube), alle mappe on line (Street View), all'analisi statistica (Google Analytics) - procedendo pertanto all'integrazione e interoperabilità anche dei diversi prodotti e dunque all'incrocio dei dati degli utenti relativi all'utilizzo di più servizi. Nel corso dell'istruttoria, caratterizzata anche da diverse audizioni con i suoi rappresentanti, Google ha adottato una serie di misure per rendere la propria privacy policy più conforme alle norme. Il Garante ha tuttavia rilevato il permanere di diversi profili critici relativi alla inadeguata informativa agli utenti, alla mancata richiesta di consenso per finalità di profilazione, agli incerti tempi di conservazione dei dati e ha dettato una serie di regole, che si applicano all'insieme dei servizi offerti.

L'autorità del garante della privacy ha prescritto a Google l'adozione di un sistema di informativa strutturato su più livelli, in modo da fornire in un primo livello generale le informazioni più rilevanti per l'utenza: l'indicazione dei trattamenti e dei dati oggetto di trattamento (es. localizzazione terminali, indirizzi IP etc.), dell'indirizzo presso il quale rivolgersi in lingua italiana per esercitare i propri diritti etc.; in un secondo livello, più di dettaglio, le specifiche informative relative ai singoli servizi offerti. Ma soprattutto Google dovrà spiegare chiaramente, nell'informativa generale, che i dati personali degli utenti sono monitorati e utilizzati, tra l'altro, a fini di profilazione per pubblicità mirata e che essi vengono raccolti anche con tecniche più sofisticate che non i semplici cookie, come ad esempio il fingerprinting. Quest'ultimo è un sistema che raccoglie informazioni sulle modalità di utilizzo del terminale da parte dell'utente e, a differenza dei cookie che vengono installati sul pc o nello smartphone, le archivia direttamente presso i server della società.