

I social media e il diritto

privacy, Pratiche commerciali sleali, concorsi a premi
Norme, orientamenti e prospettive

Cosa è indispensabile sapere per usare i social

FARE BUSINESS CON I SOCIAL MEDIA COME E PERCHE'

Convegno AIDiM ANVED

Milano

8 maggio 2012



LUCERNA IURIS
LEGAL EUROPEAN NETWORK

Marco Maglio – avvocato

Presidente del Giurì per l'autodisciplina nella comunicazione diretta

Cosa sono i social media

Social media è un'espressione generica che indica tecnologie e pratiche online che le persone adottano per condividere contenuti testuali, immagini, video e audio.

In particolare i social media sono un gruppo di applicazioni Internet basate sui presupposti ideologici e tecnologici del Web 2.0 che consentono la creazione e lo scambio di contenuti generati dagli utenti.

Uno spazio di comunicazione

In particolare Facebook, Twitter, Slidashare, aSmallWorld, Windows Live, Xing, Xiaonei, Multiply, Bebo, LinkedIn, Imeem, Ning, Last.fm, MySpace, Hi5, Flickr, MyYearbook, Vkontakte, Skyrock, Friendster, Tagged, LiveJournal, Orkut, Fotolog, YouTube, Badoo, sono alcuni dei Social Network/Media che stanno offrendo un nuovo spazio di comunicazione

Ma in questo spazio occorre comportarsi correttamente, rispettando le norme ed in particolare la privacy di tutti, non solo la propria e quella degli altri.

La privacy

La privacy nasce il 15 dicembre 1890



THE RIGHT TO PRIVACY.

"It could be done only on principles of private justice, moral fitness, and public convenience, which, when applied to a new subject, make common law without a precedent; much more when received and approved by usage."

WILLIAMS, J., in *Miller v. Taylor*, 4 Burr. 2205, 2214.

THAT the individual shall have full protection in person and in property is a principle as old as the common law; but it has been found necessary from time to time to define anew the exact nature and extent of such protection. Political, social, and economic changes entail the recognition of new rights, and the common law, in its eternal youth, grows to meet the demands of society. Thus, in very early times, the law gave a remedy only for physical interference with life and property, for trespasses *vi et armis*. Then the "right to life" served only to protect the subject from battery in its various forms; liberty meant freedom from actual restraint; and the right to property secured to the individual his lands and his cattle. Later, there came a recognition of man's spiritual nature, of his feelings and his intellect. Gradually the scope of these legal rights broadened; and now the right to life has come to mean the right to enjoy life,—the right to be let alone; the right to liberty secures the exercise of extensive civil privileges; and the term "property" has grown to comprise every form of possession—intangible, as well as tangible.

Thus, with the recognition of the legal value of sensations, the protection against actual bodily injury was extended to prohibit mere attempts to do such injury; that is, the putting another in

L'evoluzione della privacy

- Diritto ad essere lasciati soli
- Diritto all'autodeterminazione informativa
- Diritto ad esercitare un controllo sulle informazioni che ci riguardano
- Prerequisito per l'esercizio effettivo delle libertà individuali

Che rischi esistono per la privacy nei social media?

Gli strumenti predisposti dalle reti sociali ci permettono di seguire i familiari che vivono in un'altra città.

Espandono la nostra possibilità di comunicare, anche in ambito politico e sociale trasformandoci in agenti attivi di campagne a favore di quello in cui crediamo.

Anche nel luogo di lavoro possono facilitare lo scambio di conoscenze tra colleghi, e tra colleghi e impresa

Ma

I rischi: la falsa intimità e gli effetti collaterali

I social network sono strumenti che danno l'impressione di uno spazio personale, o di piccola comunità.

Si tratta però di un falso senso di intimità che può spingere gli utenti a esporre troppo la propria vita privata, a rivelare informazioni strettamente personali, provocando “effetti collaterali”, anche a distanza di anni, che non devono essere sottovalutati.

I rischi: per sempre... o quasi

Quando inserisci i tuoi dati personali su un sito di social network, ne perdi il controllo. I dati possono essere registrati da tutti i tuoi contatti e dai componenti dei gruppi cui hai aderito, rielaborati, diffusi, anche a distanza di anni.

A volte, accettando di entrare in un social network, concedi all'impresa che gestisce il servizio la licenza di usare senza limiti di tempo il materiale che inserisci online... le tue foto, le tue chat, i tuoi scritti, i tuoi pensieri.

I rischi: disattivazione o cancellazione?

Se decidi di uscire da un sito di social network spesso ti è permesso solo di “disattivare” il tuo profilo, non di “cancellarlo”. I dati, i materiali che hai messo on-line, potrebbero essere comunque conservati nei server, negli archivi informatici dell’azienda che offre il servizio.

Leggi bene cosa prevedono le condizioni d'uso e le garanzie di privacy offerte nel contratto che accetti quando ti iscrivi..

I rischi: le leggi applicate

La maggior parte dei siti di social media ha sede all'estero, e così i loro server.

In caso di disputa legale o di problemi insorti per violazione della privacy, non sempre si è tutelati dalle leggi italiane ed europee.

Ognuno è Garante di se stesso

Il miglior difensore della tua privacy sei tu.

Rifletti bene prima di inserire on-line dati che non vuoi vengano diffusi o che possano essere usati a tuo danno.

Attenti alle informazioni che rendete disponibili on-line. La data e il luogo di nascita bastano per ricavare il vostro codice fiscale. Altre informazioni potrebbero aiutare un malintenzionato a risalire al vostro conto in banca o addirittura al vostro nome utente e alla password.

Cosa fare, cosa non fare

Pensa bene prima di pubblicare tuoi dati personali (soprattutto nome, indirizzo, numero di telefono) in un profilo-utente, o di accettare con disinvoltura le proposte di amicizia.

Ricorda che immagini e informazioni possono riemergere, complici i motori di ricerca, a distanza di anni.

Astieniti dal pubblicare informazioni personali e foto relative ad altri senza il loro consenso. Potresti rischiare anche sanzioni penali.

Cosa fare, cosa non fare

Usa login e password diversi da quelli utilizzati su altri siti web, sulla posta elettronica e per la gestione del conto corrente bancario on-line.

Se possibile crea pseudonimi differenti in ciascuna rete cui partecipi. Non mettere la data di nascita o altre informazioni personali nel nickname.

Utilizza impostazioni orientate alla privacy, limitando al massimo la disponibilità di informazioni, soprattutto per quanto riguarda la reperibilità dei dati da parte dei motori di ricerca.

Cosa fare, cosa non fare

Controlla come sono impostati i livelli di privacy del tuo profilo: chi ti può contattare, chi può leggere quello che scrivi, chi può inserire commenti alle tue pagine, che diritti hanno gli utenti dei gruppi ai quali appartieni.

Controlla come vengono utilizzati i tuoi dati personali da parte del fornitore del servizio. Se non desideri ricevere pubblicità, ricordati di rifiutare il consenso all'utilizzo dei dati per attività mirate di pubblicità, promozioni e marketing.

Cosa fare, cosa non fare

Leggi bene il contratto e le condizioni d'uso che accetti quando ti iscrivi a un social network. Controlla anche le modifiche che vengono introdotte unilateralmente dall'azienda. Verifica di poter recedere facilmente dal servizio, e di poter cancellare tutte le informazioni che hai pubblicato sulla tua identità.

Gli scenari futuri

- L'Unione Europea vuole riscrivere le regole per il trattamento dei dati personali, in particolare, attraverso internet.
- A novembre 2010 è stato pubblicato il “ Libro Bianco”.
- Il 25 gennaio 2012 la Commissione Europea ha approvato la bozza di regolamento che riforma la direttiva attualmente in vigore (EU/95/46 e 02/) fonte delle norme di data protection dei vari paesi europei.

Gli scenari futuri : verso la Privacy 2.0

- La riforma entrerà in vigore nel 2014
1. Nuova disciplina del “profiling”
 2. Obbligo di indicare la fonte dei dati utilizzati
 3. Nuove modalità di acquisizione del consenso: dall’opt in all’opt into
 4. Disciplina del diritto all'oblio

Le pratiche commerciali sleali

Ogni attività di promozione che utilizzi strumenti di comunicazione a distanza deve rispettare le norme che vietano la pubblicità ingannevole e le prassi commerciali sleali.

Oggi questa materia è regolata dal **D.lgs 206/2005** il cosiddetto Codice del Consumo.

L'Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato vigila per il rispetto di questa normativa.

Le manifestazioni a premi

Se si promuovono attraverso campagne di email marketing manifestazioni a premi per far conoscere un marchio o favorire le vendite di un prodotto o servizio occorre rispettare il

DPR. N. 430/2001

che disciplina

- A) i concorsi a premi
- B) le operazioni a premi

.

**Per informazioni, aggiornamenti,
approfondimenti, commenti**

- www.nonsoloprivacy.it
- www.maglio.eu
- www.dirittoemarketing.blogspot.com

GRAZIE!