

PROFILAZIONE

Avv. Paolina Testa

Studio Legale FTCC

Milano, 22 marzo 2018



Cos'è la profilazione

Art. 4.4 GDPR:

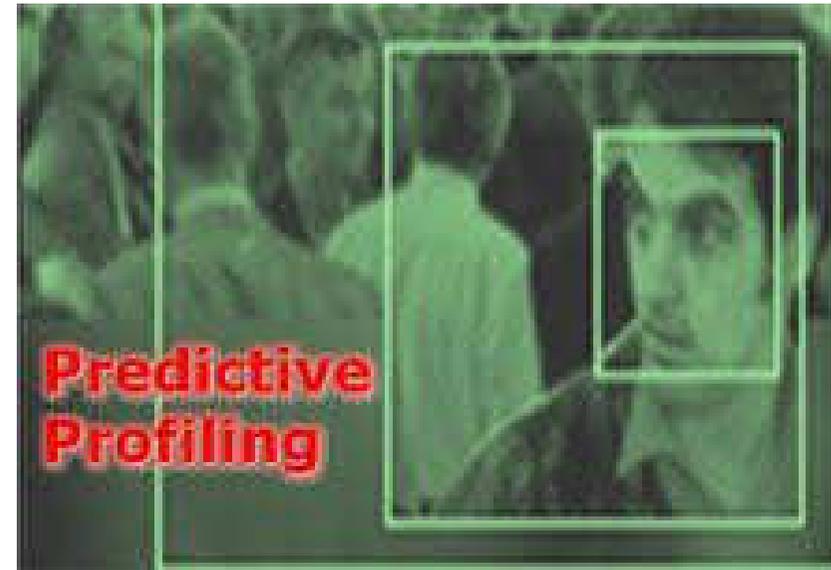
- qualsiasi forma di **trattamento automatizzato**
- di **dati personali**, inclusi gli identificativi on-line (cons. 30)
- finalizzato a **valutare** determinati aspetti personali di una persona fisica

Finalità di analizzare



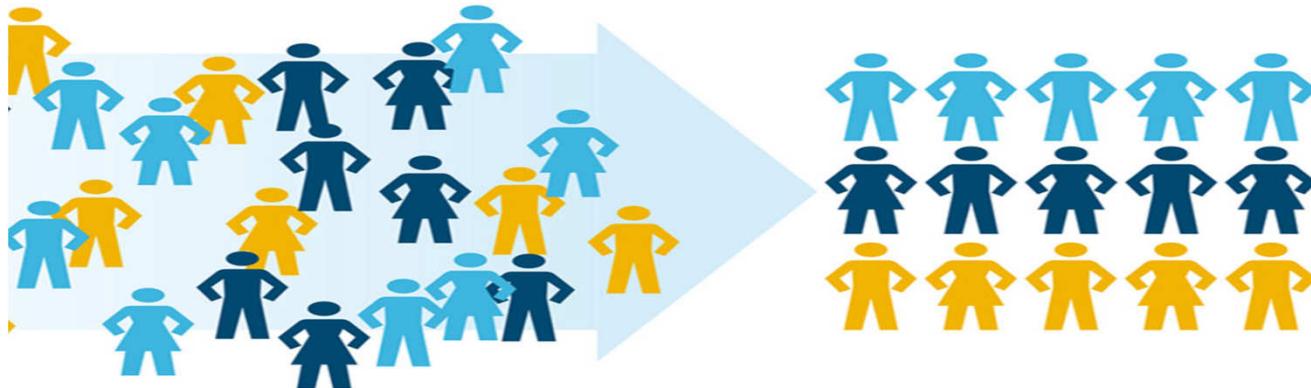
aspetti riguardanti il rendimento professionale, la situazione economica, la salute, le preferenze personali, gli interessi, l'affidabilità, il comportamento, l'ubicazione o gli spostamenti

Finalità di prevedere



Non c'è profilazione se il trattamento:

- **non** è almeno in parte **automatizzato**; oppure
- **non** riguarda **dati personali**; oppure
- **non** ha **finalità valutative**



Profilazione per finalità di marketing

Principi generali (art. 5):

- **minimizzazione** (art. 5.1.c);
- **conservazione limitata** (art. 5.1.e);
- **esattezza** (art. 5.1.d);

Condizioni di liceità della profilazione

Consenso informato (art. 6.1.a) → necessità che gli interessati abbiano informazioni sufficienti e chiare.

Profilazione necessaria per l'**esecuzione di un contratto** (art. 6.1.b)?

Profilazione necessaria per il perseguimento di un **interesse legittimo** del titolare (art. 6.1.f)?

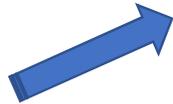


Categorie particolari di dati

Art. 9.1: Regola generale: divieto di trattamento

Eccezioni – **Consenso esplicito** dell'interessato per una o più finalità specifiche (art. 9.2.a) .

Dati particolari



Raccolta specifica

Combinazione di
altri dati



LA SUA OPINIONE PER NOI
È IMPORTANTE!



Diritti dell'interessato

Diritto di **essere informato** (artt. 13 e 14) → come funziona il processo di profilazione.

Diritto di **accesso** (art. 15) → logica del trattamento, possibili conseguenze della profilazione → salvi i diritti di proprietà intellettuale del titolare.

Diritto di **revocare il consenso** in qualsiasi momento (art. 7 co. 3).

Diritto di **opporsi** in qualsiasi momento al trattamento per **finalità di marketing diretto**, ivi compresa la **profilazione** connessa al marketing diretto (art. 21. 2).

Diritto alla **portabilità** (art. 20): non riguarda i dati profilati.



Processo decisionale automatizzato

Art. 22.1 “L’interessato ha diritto di non essere sottoposto a una **decisione** basata unicamente sul trattamento automatizzato, compresa la **profilazione**, che **produca effetti giuridici che lo riguardano** o che **incida in modo analogo significativamente sulla sua persona**”.

Eccezioni (art. 22.2): tra cui **consenso esplicito** dell’interessato.

Anche in questo caso, obbligo del titolare di attuare misure appropriate a tutela dell’interessato: **almeno il diritto di ottenere l’intervento umano, di esprimere la propria opinione, di contestare la decisione** (art. 22.3).



Art. 29 WP: possibile coinvolgimento della **pubblicità on-line**

Elementi di attenzione:

- invasività del processo di profilazione (tracciamento attraverso una pluralità di apparecchi, di siti web e di servizi)
- modo in cui la pubblicità raggiunge il destinatario
- sfruttamento della conoscenza delle vulnerabilità del destinatario.

Misura **specific**a a tutela dell'interessato: diritto di **opposizione** al trattamento per finalità di marketing diretto (art. 15.2)

Diritto di **revocare** il consenso (art. 7 co. 3)

Profilazione: adempimenti

Abolizione della notifica preventiva – obbligo di comunicazione preventiva, nel caso di trattamento fondato sull'interesse legittimo che prevede l'uso di nuove tecnologie o strumenti automatizzati.

Necessità della **valutazione d'impatto** (DPIA), nel caso di profilazione sulla quale si fondano decisioni che hanno effetti giuridici o incidono in modo analogo significativamente sugli interessati (art. 35.2.a).

Necessità di **nomina del DPO** se le **attività principali** del titolare consistono in trattamenti che richiedono il monitoraggio regolare e sistematico degli interessati su larga scala (art. 37.1.b).

