

INDICE

1. CONCETTI INTRODUTTIVI	pag. 7
<i>di Andrea Michinelli</i>	
1.1. Introduzione: il <i>marketing</i> nel 2021	pag. 7
1.2. Glossario dei termini <i>marketing</i>	pag. 8
1.3. Termini <i>data protection</i> e ruoli di base	pag. 18
2. L'INFORMATIVA (EX ARTT. 13 E 14 GDPR)	pag. 21
<i>di Gianmaria Le Metre</i>	
2.1. Il requisito della trasparenza	pag. 21
2.2. Il contenuto dell'informativa	pag. 23
2.3. Le modalità di presentazione dell'informativa	pag. 26
2.4. Le finalità di <i>marketing</i> "compatibili" e le modalità di comunicazione commerciale	pag. 27
2.5. Il caso della profilazione e delle decisioni automatizzate: cosa specificare	pag. 28
2.6. L'informativa a fini di <i>marketing</i> : un esempio pratico	pag. 29
2.7. Il caso dell'informativa web	pag. 31
2.8. Il caso della <i>cookie policy</i> e le nuove linee guida 2021 del Garante (di Andrea Michinelli)	pag. 32
3. LE BASI GIURIDICHE DEL TRATTAMENTO A FINI DI MARKETING	pag. 40
<i>di Andrea Michinelli</i>	
3.1. Premessa	pag. 40
3.2. Il consenso	pag. 42
3.2.1. Consenso espresso e consenso esplicito	pag. 48
3.2.2. La raccolta dei consensi a fini di <i>marketing</i> : un esempio pratico	pag. 50
3.3. Il legittimo interesse prevalente	pag. 51
3.4. Consenso o legittimo interesse?	pag. 55
3.5. Il caso del Registro Pubblico delle Opposizioni (RPO)	pag. 59
3.6. Il caso della riforma del Regolamento <i>ePrivacy</i>	pag. 63
4. VALUTAZIONE DEI RISCHI E DPIA	pag. 65
<i>di Stefano Ricci e Antonio Perrini</i>	
4.1. Casi in cui la DPIA è obbligatoria in ambito <i>marketing</i>	pag. 66
4.2. Come svolgere la DPIA	pag. 70
4.3. Contenuti della DPIA – il modello di DPIA di ICO	pag. 75

5. CASI PARTICOLARI	pag. 78
<i>di Stefano Ricci e Antonio Perrini</i>	
5.1. Il caso della <i>lead generation</i>	pag. 78
5.2. Il caso del <i>soft-spam</i>	pag. 79
5.3. Il caso del <i>list brokering</i>	pag. 81
5.4. Il caso delle fonti pubbliche e del <i>social spam</i>	pag. 83
5.5. Il caso del <i>proximity marketing</i>	pag. 85
6. L'APPLICAZIONE DELLE SANZIONI AI SENSI DEL GDPR IN AMBITO MARKETING	pag. 88
<i>di Giuseppe Vaciago e Isabella Oldani</i>	
6.1. Premesse	pag. 88
6.2. Le sanzioni amministrative pecuniarie	pag. 88
6.3. Condizioni generali per infliggere sanzioni amministrative pecuniarie	pag. 91
6.4. Violazioni in ambito <i>marketing</i>	pag. 93
6.5. Illeciti penali	pag. 102
6.6. Il diritto al risarcimento del danno derivante dalla violazione della normativa privacy	pag. 104

COLLABORATORI

Gianmaria Le Metre, Avvocato in Bologna. Ha conseguito un master di II livello in Diritto della Proprietà Intellettuale con Just Legal Services (Milano). *Of counsel* dello studio legale 42 Law Firm in ambito privacy e nuove tecnologie. Svolge da diversi anni attività di consulenza legale in ambito IP e Data Protection per PMI, multinazionali e privati di varia complessità. Presta altresì attività di formazione (anche aziendale) e di divulgazione sugli stessi temi, scrivendo articoli per diverse testate.

Andrea Michinelli, Avvocato in Bologna. *Of counsel* dello studio legale 42 Law Firm in ambito privacy e nuove tecnologie. *Fellow of Information Privacy* (FIP) e membro certificato dello IAPP (CIPP/E, CIPM, CIPT), certificato DPO secondo lo schema UNI 11697:2017, Lead Auditor ISO/IEC 27001:2013. Ha approfondito negli anni, tra l'altro, il settore marketing per clienti di varia portata, dal professionista alla multinazionale. Divulgatore, autore di articoli e docente in corsi di formazione sulla privacy, nuove tecnologie e IP.

Isabella Oldani, Avvocato in Milano, specializzata nell'ambito della protezione dei dati personali e del diritto delle nuove tecnologie. Ha conseguito un dottorato di ricerca discutendo una tesi sul trasferimento dei dati al di fuori dell'Unione Europea. Presta consulenza a clienti nazionali e internazionali in ambito privacy e in diverse tematiche riguardanti lo sviluppo e l'implementazione di nuove tecnologie. Autore di diverse pubblicazioni in materia di protezione dei dati personali.

Antonio Perrini, Avvocato in Milano presso lo Studio Legale 42 Law Firm. Cultore della materia in Informatica Giuridica presso l'Università degli Studi dell'Insubria. Svolge il ruolo di *Data Protection Officer* (DPO). Presta regolarmente consulenza a clienti italiani e internazionali in materia di protezione dei dati personali, sui programmi di conformità al GDPR e sugli aspetti relativi alla cybersecurity. Collabora a stretto contatto con un team di full-stack developer nella gestione della parte legale relativa alla gestione di progetti legaltech e di document automation.

Stefano Ricci, Avvocato in Milano, Partner dello Studio Legale 42 Law Firm, ha conseguito un PHD sui Global Privacy Standard all'Università degli Studi di Milano Bicocca ed è docente di informatica giuridica presso l'Università degli Studi dell'Insubria. È certificato per il profilo professionale "*Data Protection Officer*" secondo la norma UNI 11697:2017.

Giuseppe Vacigo, Avvocato esperto in diritto penale societario e delle nuove tecnologie. Ha prestato la sua attività professionale per alcune importanti società nazionali e internazionali nel settore IT. Ha conseguito un PHD in Digital Forensics all'Università degli Studi di Milano Bicocca ed è docente di informatica giuridica presso l'Università degli Studi dell'Insubria. Ha frequentato in qualità di Visiting Scholar la Stanford Law School e la Fordham Law School di New York. Ha partecipato a numerosi convegni a livello nazionale e internazionale. È fellow del Nexa Center di Torino, del Cybercrime Institute di Colonia ed è socio fondatore del Tech and Law

Center di Milano. È autore di numerose pubblicazioni di carattere universitario.

* Il capitolo 6 è frutto di un lavoro comune di due autori. Giuseppe Vaciago ha materialmente redatto i paragrafi 3.2. e 3.5. e Isabella Oldani i paragrafi 3.3. e 3.6. I paragrafi 3.1. e 3.4. sono stati redatti congiuntamente. Per il paragrafo 1.2. del capitolo 1 si ringrazia Manuel Marchetti per revisioni e confronti sul tema.