

Privacy e Fidelity Card

Nuovi provvedimenti del Garante per la privacy relativi a: le carte fedeltà, la tv interattiva, sia satellitare che terrestre, le etichette intelligenti a radiofrequenza e i nuovi telefonini UMTS.

I nuovi provvedimenti del Garante per la privacy impattano temi che coinvolgono un numero elevato di cittadini ed imprese quali: le carte fedeltà, la tv interattiva, sia satellitare che terrestre, le etichette intelligenti a radiofrequenza e i nuovi telefonini UMTS. L'autorità intende valutare anche attraverso modalità di consultazione pubblica, la questione delle carte fedeltà. La grande distribuzione è oggi sotto l'occhio del ciclone, in quanto utilizza dati, anche personali, ottenuti senza il diretto consenso degli interessati o per finalità non espressamente dichiarate per effettuare campagne personalizzate di marketing. Sempre più vi è una diffusa tendenza a richiedere dati sensibili che niente hanno a che vedere con il processo di acquisto, o dati dei familiari per un utilizzo strategico delle informazioni raccolte. A detta di numerosi esperti del settore, oggi la fidelity card non costituisce ancora un grave problema per la privacy in quanto pur essendo disponibili tecnologie per la tracciabilità completa del comportamento dei consumatori, in Italia tali metodologie non sono ancora di comune impiego. Ciò non vuol dire abbassare la guardia nell'analizzare il fenomeno in questione, ma è necessario che il rilascio di tali tessere sia subordinato alla richiesta di soli dati conformi allo scopo dichiarato; in caso opposto ciò implicherebbe una violazione del Codice della Privacy. Per maggiori informazioni www.e-businessconsulting.it

Pubblicato il: 03 febbraio 2005

Fonte: [Ufficio Stampa E-Business Consulting S.r.l.](#)

Autore: [Redazione FullPress](#)

Link: <http://www.e-businessconsulting.it>

News inserita in: [Varie](#)