

P O R T O L A N O
C A V A L L O

I dati dei clienti e la privacy nell'era digitale: aspetti legali



- Personalizzazione e customizzazione: data ut des?
- Big Data: opportunità e criticità
- Wearable Technologies
- Social Media

- I dati come “prezzo” per ottenere benefici e personalizzazione di beni o servizi
- I limiti del consenso
- Profilazione e dati sensibili
- Alcuni casi pratici





- Big Data: definizione
- Opportunità: analisi dei dati, analisi predittiva, sfruttamento di database
- Criticità: tecniche di anonimizzazione imperfette, rischi per la privacy, diritti di proprietà intellettuale (per input data e output data)

- Dispositivi bio-medicali
- Dispositivi commerciali utilizzabili nella vita quotidiana, nel tempo libero o a supporto di attività pratiche
- Opportunità: monitoraggio di comportamenti quotidiani, analisi e creazione di modelli
- Criticità: inadeguatezza del consenso, monitoraggio continuo, usi ulteriori, profilazione, normativa di settore





- Social media come fonte di Big Data o canale di marketing...
- ...ma anche di informazioni dettagliate relative ad un particolare cliente (su abitudini, interessi, ecc.)

- Linee Guida del Garante in materia di attività promozionale e contrasto allo *spam* del 4 luglio 2013

- Social Spam:

invio di messaggi e link attraverso i social network



- Marketing Virale

utenti di internet che suggeriscono e raccomandano ad altri utenti l'utilizzo di un prodotto o servizio



GRAZIE



LAURA LIGUORI

lliguori@portolano.it

+39 02 72234-1 (Milan office)

+39 06 69666-1 (Rome office)

Mob. +39 347 77 22 185

