Diritto dell’era digitale

Lezione 6

La profilazione

Prof. Giovanni Pascuzzi

Profilazione: una definizione

- **profilazione** *s. f.*
  - Stesura di un profilo, mediante l'identificazione e la raccolta dei dati personali e delle abitudini caratteristiche di qualcuno. [Treccani]
  - descrizione sintetica del profilo e delle caratteristiche di qlcu.: la profilazione di un cliente, di un utente [Zingarelli]
  - analisi ed elaborazione di dati relativi a utenti o clienti, al fine di suddividere l'utenza in gruppi omogenei di comportamento [Garzanti]

La profilazione di Facebook
A) Tipo di informazioni raccolte

Quali tipi di informazioni raccogliamo?

Per fornire i Prodotti Facebook, dobbiamo trattare le informazioni che ti riguardano. Il tipo di informazioni che raccogliamo dipende da come usi i nostri Prodotti. Puoi scoprire di più su come accedere alle informazioni che raccogliamo ed eliminarle accedendo alle impostazioni di Facebook e alle impostazioni di Instagram.

Azioni che tu e altri effettuate ed elementi che fornite.

- **Informazioni e contenuti che fornisci.** Raccogliamo i contenuti, le comunicazioni e le altre informazioni che fornisci quando usi i nostri Prodotti, anche quando crei un account, crei o condividi contenuti e invii messaggi o comunichi con le altre persone. Può trattarsi di informazioni presenti nei contenuti forniti o relative a essi (come i metadati), quali la posizione di una foto o la data in cui è stato creato un file. Ciò comprende anche gli elementi visualizzati attraverso le funzioni che offriamo (ad es. la nostra fotocamera), che ci consentono di effettuare azioni come suggerire maschere e filtri che potrebbero piacerti o fornirti consigli sull'uso della modalità ritratto. I nostri sistemi trattano automaticamente contenuti e comunicazioni che tu o altri fornite per analizzarne contesto e contenuti per le finalità descritte qui sotto. Scopri di più su come controllare chi può vedere i contenuti condivisi.
  - Dati sottoposti a protezione speciale: puoi scegliere di fornire informazioni nei campi del profilo o negli avvenimenti importanti di Facebook in merito a orientamento religioso, orientamento politico, opzione "Mi piacciono" o salute. Queste e altre informazioni (ad es. origine razziale o etnica, credo filosofico o appartenenza a un sindacato) sono soggette a protezioni speciali ai sensi della legge UE.

- **Reti e connessioni.** Raccogliamo informazioni su persone, Pagine, account, hashtag e gruppi con cui ti connetti e sul modo in cui vi interagisci sui nostri Prodotti, come le persone con cui ti connetti più spesso o i gruppi di cui fai parte. Se scegli di caricare, sincronizzare o importare da un dispositivo le informazioni di contatto (ad es. una rubrica o un registro chiamate o una cronologia di registro degli SMS), possiamo usarle per aiutarti a trovare altre persone che potresti conoscere e per altre finalità elencate qui sotto.

- **Il tuo utilizzo.** Raccogliamo informazioni su come usi i nostri Prodotti, quali tipi di contenuti visualizzi o con cui interagisci, funzioni usate, azioni intraprese, persone o account con cui interagisci e ora, frequenza e durata delle attività. Ad esempio, registriamo momento e durata dell'ultimo uso dei nostri Prodotti, nonché post, video e altri contenuti visualizzati negli stessi. Raccogliamo informazioni anche sull'uso delle nostre funzioni, come la fotocamera.

- **Informazioni sulle transazioni effettuate sui nostri Prodotti.** Se usi i nostri Prodotti per acquisti o altre transazioni economiche (ad esempio, acquisti in un gioco o donazioni), raccogliamo informazioni relative a tali operazioni. Può trattarsi di informazioni di pagamento, ad esempio il numero della carta di credito o di debito e altre informazioni della carta, di altre informazioni di autenticazione e dell'account e delle informazioni di contatto, spedizione e fatturazione.

- **Attività eseguite e informazioni su di te fornite dalle altre persone.** Riceviamo e analizziamo contenuti, comunicazioni e informazioni che altre persone forniscono quando usano i nostri Prodotti. Può trattarsi di informazioni che ti riguardano, come condivisioni o commenti su una foto, invio di un messaggio oppure caricamento, sincronizzazione o importazione delle tue informazioni di contatto.

La profilazione di Facebook

A) Tipo di informazioni raccolte

Informazioni sul dispositivo

Come indicato qui sotto, raccogliamo informazioni provenienti e relative a computer, cellulari, smart TV e altri dispositivi connessi al web integrati con i nostri Prodotti e combiniamo queste informazioni sui diversi dispositivi in uso. Ad esempio, usiamo le informazioni raccolte in merito all'uso dei nostri Prodotti sul cellulare per personalizzare al meglio i contenuti (comprese le inserzioni) o le funzioni visualizzate durante l'uso dei nostri Prodotti su altri dispositivi (ad es. computer portatili o tablet) o per rilevare se è stata intrapresa un'azione in risposta a un'inserzione mostrata sul cellulare o su un altro dispositivo.

Le informazioni che raccogliamo da questi dispositivi comprendono:

- **Attributi del dispositivo:** informazioni come sistema operativo, versioni hardware e software, livello della batteria, potenza del segnale, spazio di archiviazione disponibile, tipo di browser, plug-in e nomi e tipi di file e app
- **Operazioni del dispositivo:** informazioni su operazioni e comportamenti effettuati sul dispositivo, ad esempio se una finestra è in primo piano o sullo sfondo o i movimenti del mouse (che ci aiutano a distinguere gli utenti dai bot)
- **Identificatori:** identificatori univoci, ID del dispositivo e altri identificatori, come quelli provenienti da giochi, app, account usati e Family Device ID (o altri identificatori univoci per i Prodotti offerti dalle aziende di Facebook associati allo stesso dispositivo o account)
- **Segnali del dispositivo:** segnali Bluetooth e informazioni sui punti di accesso Wi-Fi nelle vicinanze, beacon e celle
- **Dati dalle impostazioni del dispositivo:** informazioni che ci consenti di ricevere tramite le impostazioni del dispositivo attivate, come l'accesso a posizione GPS, fotocamera o foto
- **Rete e connessioni:** informazioni quali nome dell'operatore mobile o ISP, lingua, fuso orario, numero di cellulare, indirizzo IP, velocità di connessione e, in alcuni casi, informazioni su altri dispositivi nelle vicinanze o nella tua rete, per aiutarti, ad esempio, a trasmettere in streaming un video da cellulare a TV
- **Dati sui cookie:** dati dai cookie memorizzati sul dispositivo, compresi ID e impostazioni dei cookie. Scopri di più su come usiamo i cookie nella normativa sui cookie di Facebook e nella normativa sui cookie di Instagram

La profilazione di Facebook
A) Tipo di informazioni raccolte

Informazioni dei partner.
Inserzionisti, sviluppatori di app ed editori possono inviarci informazioni attraverso gli strumenti di Facebook Business che usano, tra cui i nostri plug-in social (ad es. il pulsante "Mi piace"), Facebook Login, API e SDK o il pixel di Facebook. Questi partner forniscono informazioni sulle tue attività al di fuori di Facebook, fra cui informazioni sul dispositivo, siti web a cui accedi, acquisti effettuati, inserzioni visualizzate e modalità di uso dei loro servizi, che tu disponga o meno di un account Facebook o che abbia effettuato o meno l'accesso a Facebook. Ad esempio, uno sviluppatore di giochi può usare la nostra API per indicarci i giochi usati o un'azienda può informarci sugli acquisti effettuati nel proprio punto vendita. Riceviamo inoltre informazioni sulle tue azioni e sui tuoi acquisti online e offline da provider di dati terzi che hanno il diritto di fornirci le tue informazioni.

I partner ricevono i tuoi dati quando visiti o usi i loro servizi o tramite terzi con cui collaborano. Ciascuno di questi partner è tenuto a detenere i diritti legali per raccogliere, usare e condividere i tuoi dati prima di fornirci qualsiasi dato. Scopri di più sui tipi di partner da cui riceviamo i dati.

Per scoprire di più su come usiamo i cookie in connessione con gli strumenti di Facebook Business, consulta la normativa sui cookie di Facebook e la normativa sui cookie di Instagram.

La profilazione di Facebook

B) Come usano le informazioni che raccolgono

Come usiamo queste informazioni?

Usiamo le informazioni in nostro possesso (soggette alle tue scelte) nelle modalità descritte qui sotto e per fornire e supportare i Prodotti Facebook e i relativi servizi illustrati nelle Condizioni di Facebook e nelle Condizioni di Instagram. Ecco come:

> **Fornitura, personalizzazione e miglioramento dei nostri Prodotti.** Usiamo le informazioni in nostro possesso per offrire i nostri Prodotti, ad esempio per personalizzare le funzioni e i contenuti (fra cui la sezione Notizie, il feed di Instagram, le storie di Instagram e le inserzioni) e per fornirti suggerimenti (ad es. gruppi o eventi che ti potrebbero interessare o argomenti che potresti voler seguire) all'interno e all'esterno dei nostri Prodotti. Per creare Prodotti personalizzati, esclusivi e pertinenti per te, usiamo le connessioni, le preferenze, gli interessi e le attività in base ai dati raccolti e forniti da te e da altre persone (compresi eventuali dati sottoposti a protezione speciale che scegli di fornire nei casi in cui ci hai fornito il tuo esplicito consenso), il modo in cui usi e interagisci con i nostri Prodotti e le persone, i luoghi o gli elementi con cui ti connetti o che ti interessano, all'interno e all'esterno dei nostri Prodotti. Scopri di più su come usiamo le tue informazioni per personalizzare la tua esperienza su Facebook e Instagram, tra cui funzioni, contenuti e suggerimenti nei Prodotti Facebook; puoi anche scoprire di più sul modo in cui scegliamo le inserzioni che ti vengono mostrate.

- **Informazioni su Prodotti Facebook e dispositivi:** colleghiamo le informazioni sulle attività svolte su vari Prodotti Facebook e dispositivi per fornire un'esperienza più personalizzata e coerente su tutti i Prodotti Facebook in uso, ovunque ti trovi. Ad esempio, potremmo suggerirti l'iscrizione a un gruppo su Facebook che comprende persone che segui su Instagram o con cui comunichi usando Messenger. Possiamo anche rendere l'esperienza più fluida, ad esempio, compilando in automatico le informazioni di registrazione (come il numero di telefono) da uno dei Prodotti Facebook quando registri un account su un Prodotto diverso.
- **Informazioni relative alla posizione:** usiamo le informazioni relative alla posizione, come la posizione attuale, il luogo di residenza, i luoghi che ami visitare e le aziende e le persone nelle vicinanze per fornire, personalizzare e migliorare i nostri Prodotti, comprese le inserzioni, per te e le altre persone. Le informazioni basate sulla posizione possono basarsi su elementi come l'esatta posizione del dispositivo (se ci consenti di ottenerla), gli indirizzi IP e le informazioni derivanti dall'uso che tu e altre persone fate dei Prodotti Facebook (ad es. le registrazioni o gli eventi a cui partecipate).
- **Ricerca e sviluppo dei prodotti:** usiamo le informazioni in nostro possesso per sviluppare, testare e migliorare i nostri Prodotti, effettuando sondaggi e ricerche e testando e risolvendo i problemi dei nuovi prodotti e delle nuove funzionalità.

La profilazione di Facebook

B) Come usano le informazioni che raccolgono

- **Riconoscimento facciale:** in caso di attivazione, usiamo la tecnologia di riconoscimento facciale per riconoscerti nelle foto, nei video e nelle esperienze con la fotocamera. I modelli di riconoscimento facciale che creiamo sono dati sottoposti a protezione speciale ai sensi delle normative europee. Scopri di più su come usiamo la tecnologia di riconoscimento facciale o su come controllare il nostro uso di questa tecnologia nelle impostazioni di Facebook. Se inseriamo la tecnologia di riconoscimento facciale nell'esperienza su Instagram, ti informeremo in anticipo e potrai controllare il nostro uso di questa tecnologia nel tuo caso.
- **Inserzioni e altri contenuti sponsorizzati:** usiamo le informazioni in nostro possesso, tra cui quelle relative a interessi, azioni e connessioni, per selezionare e personalizzare inserzioni, offerte e altri contenuti sponsorizzati da mostrarti. Scopri di più su come selezioniamo e personalizziamo le inserzioni e sulle scelte che puoi effettuare in merito ai dati che usiamo per selezionare inserzioni e altri contenuti sponsorizzati per te nelle impostazioni di Facebook e nelle impostazioni di Instagram.

Fornitura di misurazioni, dati statistici e altri servizi per le aziende.
Usiamo le informazioni in nostro possesso (comprese le attività al di fuori dei nostri Prodotti, come siti web a cui accedi e inserzioni visualizzate) per aiutare gli inserzionisti e gli altri partner a misurare l'efficacia e la distribuzione dei loro servizi e delle loro inserzioni e a comprendere il tipo di persone che usa i loro servizi e come le persone interagiscono con i loro siti web, app e servizi. Scopri come condividiamo le informazioni con questi partner.

Promozione di sicurezza, integrità e protezione.
Usiamo le informazioni in nostro possesso per verificare account e attività, combattere le condotte dannose, rilevare e prevenire spam e altre esperienze negative, mantenere l'integrità dei nostri Prodotti e promuovere la sicurezza e la protezione all'interno e all'esterno dei Prodotti Facebook. Ad esempio, usiamo i dati di cui disponiamo per indagare su attività sospette o violazioni delle nostre normative o condizioni o per individuare i casi in cui le persone hanno bisogno di aiuto. Per ottenere maggiori informazioni, consulta il Centro assistenza sulla protezione di Facebook e i suggerimenti per la protezione di Instagram.

Comunicazione con te.
Usiamo le informazioni in nostro possesso per inviare comunicazioni di marketing, fornire informazioni sui nostri Prodotti e sulle nostre normative e condizioni. Le informazioni vengono inoltre usate per fornire una risposta quando ci contatti.

La profilazione di Facebook

B) Come usano le informazioni che raccolgono

Ricerca e innovazione per il bene della società.
Usiamo le informazioni in nostro possesso (incluse le informazioni dei partner di ricerca con cui collaboriamo) per effettuare e supportare la ricerca e l'innovazione su argomenti relativi al benessere sociale generale, ai progressi tecnologici, all'interesse pubblico, alla salute e al benessere. Ad esempio, analizziamo le informazioni di cui disponiamo relative ai percorsi di migrazione durante le emergenze per aiutare i soccorsi. Scopri di più sui nostri programmi di ricerca.

La profilazione di Facebook

C) Come guadagna Facebook

Condizioni d'uso

Ti diamo il benvenuto su Facebook!

Facebook crea tecnologie e servizi che consentono agli utenti di connettersi fra di loro, creare community e far crescere aziende. Le presenti Condizioni regolano l'uso di Facebook, Messenger e di altri prodotti, funzioni, app, servizi, tecnologie e software offerti da Facebook (i Prodotti Facebook o i Prodotti), tranne nei casi in cui ven espressamente dichiarata l'applicazione di condizioni separate (divers dalle presenti). I Prodotti in questione vengono forniti all'utente da Facebook Ireland Limited.

Anziché richiedere all'utente un pagamento per l'utilizzo di Facebook o degli altri prodotti e servizi coperti dalla presenti Condizioni, Facebook riceve una remunerazione da parte di aziende e organizzazioni per mostrare agli utenti inserzioni relative ai loro prodotti e servizi. Utilizzando i Prodotti di Facebook, l'utente accetta che Facebook possa mostrargli inserzioni che Facebook ritiene pertinenti per l'utente e per i suoi interessi. Facebook usa i dati personali dell'utente per aiutare a determinare quali inserzioni mostrare all'utente.

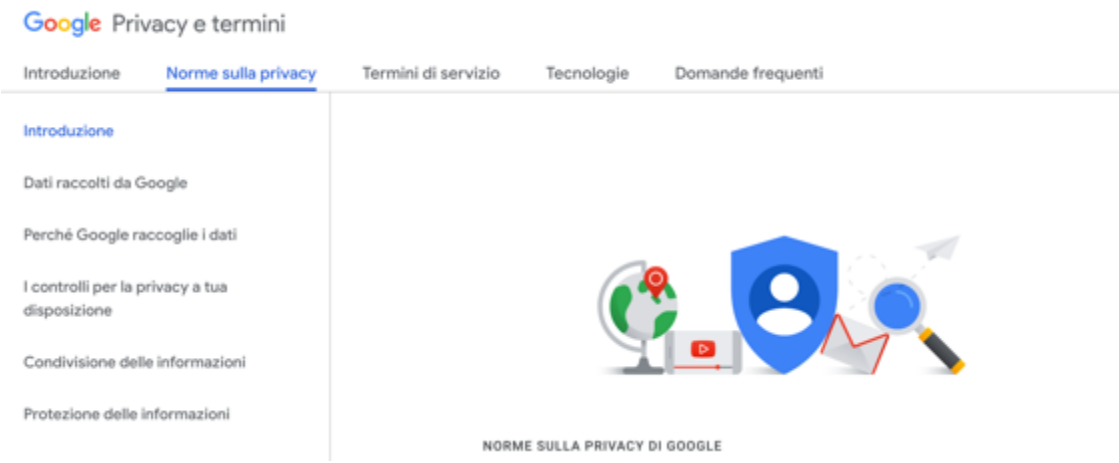
Facebook non vende dati personali dell'utente agli inserzionisti e non condivide informazioni che identificano direttamente dell'utente (informazioni come il nome, l'indirizzo e-mail o altre informazioni di contatto dell'utente) con gli inserzionisti senza l'autorizzazione specifica dell'utente. Al contrario, gli inserzionisti possono indicare a Facebook elementi come il tipo di pubblico di destinazione delle proprie inserzioni e Facebook mostrerà tali inserzioni agli utenti che potrebbero essere interessati. Facebook fornisce agli inserzionisti report sulle prestazioni delle proprie inserzioni per consentire loro di comprendere in che modo gli utenti interagiscono con i loro contenuti. Consultare la Sezione 2 di seguito per maggiori informazioni.

Facebook non è gratis - Rilevanza economica dei dati personali

Nell'adunanza del 29 novembre 2018 l'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Agcm) ha sanzionato in solido Facebook Inc. e Facebook Ireland Ltd. al pagamento di una somma pecuniaria complessiva di 10 milioni di euro per due distinte pratiche commerciali scorrette a danno dei consumatori:

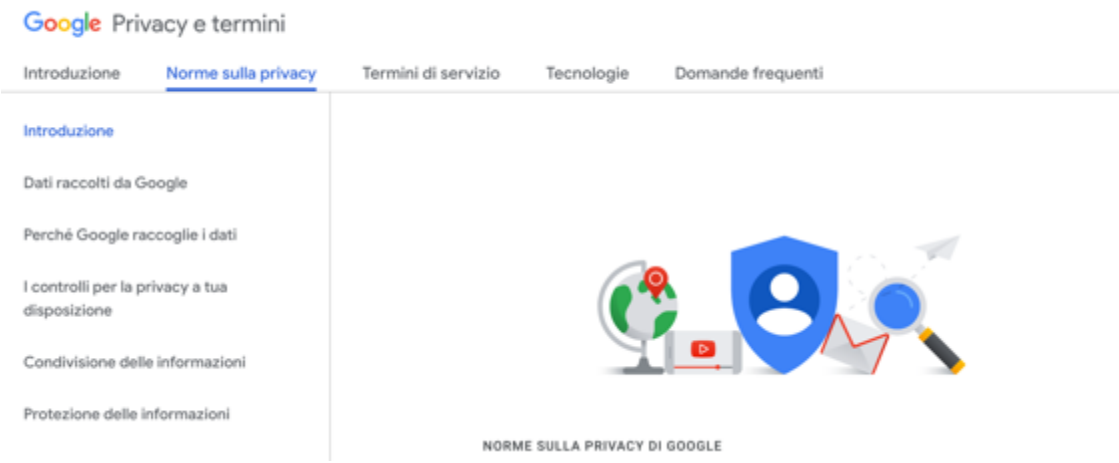
1. per aver **ingannato gli utenti** facendogli ritenere che l'iscrizione al social fosse gratuita, anzichè precisare in fase di attivazione dell'account che essa, in effetti, realizza una **transazione di natura commerciale** il cui corrispettivo è rappresentato dallo s**fruttamento commerciale dei dati personali degli utenti-iscritti**; e
2. mediante la **trasmissione e l'uso dei medesimi dati** da parte di Fb e di terzi, per finalità commerciali, **senza espresso e preventivo consenso dei consumatori registrati**, peraltro **condizionando indebitamente** la libertà di scelta di questi ultimi, tramite la pre-selezione dell'opzione di consenso alla trasmissione e la **prospettazione di rilevanti limitazioni** del social network e dei siti web/app di terzi nell'eventualità di deselezione.

Google



- **Raccogliamo** informazioni circa le tue attività nei nostri servizi, che usiamo ad esempio per consigliarti un video di YouTube che potrebbe piacerti. Le informazioni riguardanti le attività possono includere:
  - Termini che cerchi
  - Video che guardi
  - Visualizzazioni e interazioni con contenuti e annunci
  - Informazioni vocali e audio quando utilizzi le funzionalità audio
  - Acquisti
  - Persone con cui comunichi o condividi contenuti
  - Attività su siti e app di terze parti che utilizzano i nostri servizi
  - Cronologia di navigazione di Chrome che hai sincronizzato con il tuo account Google

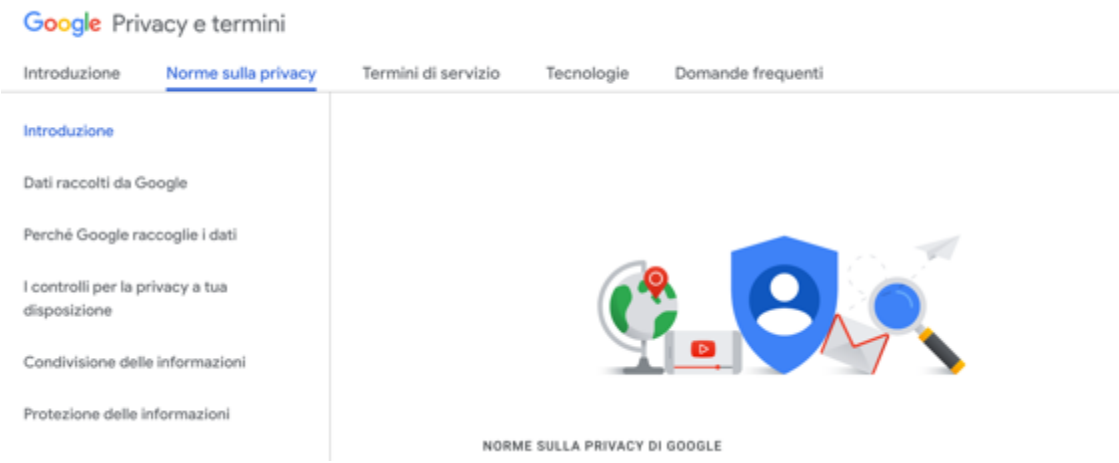
Google



- **Raccogliamo** informazioni sulla tua posizione quando utilizzi i nostri servizi, il che ci aiuta a offrire funzionalità come le indicazioni stradali per la tua gita del fine settimana o gli orari di programmazione dei film nei cinema più vicini a te.
  - La tua posizione può essere determinata con vari gradi di accuratezza, tramite:
  - GPS
  - Indirizzo IP
  - Dati dai sensori del tuo dispositivo
  - Informazioni su ciò che si trova nelle vicinanze del tuo dispositivo, ad esempio sui punti di accesso Wi-Fi e sui ripetitori di segnale dei cellulari, nonché sui dispositivi dotati di Bluetooth

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

Google



- **Utilizziamo** le informazioni raccolte per creare servizi su misura per te, ad esempio offrendoti consigli, contenuti personalizzati e risultati di ricerca personalizzati. Ad esempio, Controllo sicurezza offre suggerimenti sulla sicurezza adattati al modo in cui utilizzi i prodotti Google. E Google Play utilizza informazioni come le app che hai già installato e i video che hai guardato su YouTube per suggerire nuove app che potrebbero piacerti.
- A seconda delle tue impostazioni, potremmo mostrarti annunci personalizzati in base ai tuoi interessi. Ad esempio, se cerchi "mountain bike", potresti vedere un annuncio per attrezzatura sportiva quando ti trovi su un sito che mostra annunci pubblicati da Google. Puoi controllare le informazioni che usiamo per mostrarti annunci visitando le tue Impostazioni annunci.

Vodafone

- **In che modo utilizziamo i tuoi dati personali**
  - **Marketing, profilazione commerciale e arricchimento dei dati**
    Il trattamento dei tuoi dati personali può avvenire solo in presenza di specifici ed espressi consensi facoltativi che Vodafone ti può richiedere, come il consenso commerciale**, alla profilazione, alla localizzazione e all'arricchimento dei tuoi dati con informazioni pubbliche o provenienti da terze parti**.
    Se decidi di fornirci questi consensi puoi:
    - tenerti sempre informato su nuovi prodotti e servizi.
    - ricevere informazioni anche su prodotti e servizi di altre società che riteniamo possano interessarti, sempre che tu abbia dato un consenso specifico in tal senso e non lo abbia revocato
    - ricevere offerte personalizzate sulla base di come vengono utilizzati i nostri prodotti e servizi (incluse, ad esempio, informazioni relative alle chiamate e ai messaggi, alla posizione ecc.) e/o sulla base di informazioni a te riferibili provenienti da database pubblici, piattaforme aperte al pubblico (quali ad esempio Facebook , Instagram e LinkedIn) o terze parti che Vodafone potrà utilizzare per arricchire i tuoi dati personali.

    Puoi ricevere offerte personalizzate sulla base delle tue abitudini e propensioni al consumo o della tua appartenenza a specifiche tipologie di famiglie e/o gruppi. Tali offerte ti vengono proposte utilizzando le informazioni di cui sopra solo in forma aggregata senza richiedere uno specifico consenso, avvalendosi dell'esonero previsto dal Garante per la protezione dei dati personali, dopo aver adottato le adeguate garanzie per i clienti e aver implementato le misure prescritte dalla stessa Autorità negli specifici provvedimenti adottati nei confronti di Vodafone. Da ultimo quello del 15 ottobre 2015.

    Nel corso della fornitura dei nostri servizi alcune informazioni raccolte (quali, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, sesso, anno di nascita, provincia, ecc.) possono essere aggregate e anonimizzate in macro categorie ed essere utilizzate in modalità del tutto anonima senza il tuo consenso preventivo, per migliorare l'advertising online.

    I trattamenti di profilazione aggregata e individuale possono basarsi anche su processi decisionali e di analisi dei dati automatizzati.

Vodafone

- **In che modo utilizziamo i tuoi dati personali**
  - **Advertising online**
    Per offrire pubblicità basata sui tuoi interessi, inclusa pubblicità online basata sull'uso dei cookies, possiamo utilizzare i dati raccolti tramite i cookies insieme ad altri dati da noi raccolti.

    Puoi ricevere anche comunicazioni commerciali basate sull'uso dei cookies. Per controllare l'utilizzo dei cookies ed eventualmente disattivarli, consulta la sezione Web privacy policy e cookies.

    Ti ricordiamo che l'esclusione dalla pubblicità basata sui tuoi interessi non impedirà la visualizzazione degli annunci pubblicitari, che non saranno però basati su di essi.

    Abbiamo sottoscritto accordi con terze parti (come Facebook e Google), che ci consentono di informarti, attraverso canali di comunicazione online, sulle nostre nuove offerte in linea con i tuoi interessi.

    Nell'ambito di tale attività, gli indirizzi email dei clienti vengono trasmessi alle terze parti tramite meccanismi di crittografia (come l'hashing), che impediscono di risalire a quelli originari. I dati forniti da Vodafone sono utilizzati per l'identificazione dei clienti utilizzatori dei servizi di tali terze parti e per proporre offerte commerciali personalizzate, sempre che sia stato rilasciato a Vodafone il consenso commerciale.

    Le terze parti che operano come Responsabili di tale trattamento garantiscono di non memorizzare alcun dato ricevuto da Vodafone e di non utilizzarlo per altri scopi.

    Puoi sempre evitare tale trattamento revocando a Vodafone il consenso commerciale. Su app My Vodafone iOS, a partire dalla versione 10.3.0 raccogliamo l'ID del dispositivo (stringa alfanumerica identificativa del dispositivo).

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

Vodafone

- **In che modo utilizziamo i tuoi dati personali**
  - **Vodafone Analytics**

    Che cosa è Vodafone Analytics?
    Vodafone Analytics fornisce soluzioni utili a rispondere alle esigenze delle organizzazioni pubbliche e private che consentono l'analisi della presenza, mobilità e flussi della popolazione.
    Si tratta di informazioni ottenute in maniera innovativa dalle celle telefoniche, immediatamente e irreversibilmente anonimizzate e aggregate grazie ad algoritmi studiati ad hoc nel totale rispetto della privacy.
    Vodafone Analytics studia i flussi di mobilità di cittadini italiani e turistici per aiutare l'Amministrazione Pubblica locale a ottimizzare la pianificazione di servizi e infrastrutture nell'ambito dei settori del turismo, trasporto, retail e sicurezza. Ad esempio, comprendere come la rete di trasporti viene utilizzata consente alle Autorità locali di valutare con maggiore consapevolezza se quest'ultima necessita di essere potenziata.

    Che cosa facciamo?
    Raccogliamo i dati dalla nostra rete radio mobile per produrre analisi che ci richiedono organizzazioni pubbliche o private. I dati, prima di essere elaborati attraverso specifiche procedure algoritmiche, vengono opportunamente e irreversibilmente anonimizzati e aggregati nel rispetto delle vigenti normative sulla privacy.

    Vodafone Analytics è in grado di fornire informazioni unicamente in forma aggregata e anonima come ad esempio:

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

La normativa

- Definizione (art. 4, comma 1, n. 4 del reg.)
- «profilazione»:
  - qualsiasi forma di trattamento automatizzato di dati personali consistente nell'utilizzo di tali dati personali per valutare determinati aspetti personali relativi a una persona fisica, in particolare per analizzare o prevedere aspetti riguardanti il rendimento professionale, la situazione economica, la salute, le preferenze personali, gli interessi, l'affidabilità, il comportamento, l'ubicazione o gli spostamenti di detta persona fisica;

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

La normativa

- Informativa (art. 13; 14 reg.)
- Diritto di accesso (art. 15 reg.)
- Diritto di opposizione (art. 21)

La normativa

- *Articolo 22* **Processo decisionale automatizzato relativo alle persone fisiche, compresa la profilazione**
- 1.L'interessato ha il 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.
- 2.Il paragrafo 1 non si applica nel caso in cui la decisione:
  - a) sia necessaria per la conclusione o l'esecuzione di un contratto tra l'interessato e un titolare del trattamento;
  - b) sia autorizzata dal diritto dell'Unione o dello Stato membro cui è soggetto il titolare del trattamento, che precisa altresì misure adeguate a tutela dei diritti, delle libertà e dei legittimi interessi dell'interessato;
  - c) si basi sul consenso esplicito dell'interessato.
- 3.Nei casi di cui al paragrafo *2*, lettere a) e c), il titolare del trattamento attua misure appropriate per tutelare i diritti, le libertà e i legittimi interessi dell'interessato, almeno il diritto di ottenere l'intervento umano da parte del titolare del trattamento, di esprimere la propria opinione e di contestare la decisione.
- 4.Le decisioni di cui al paragrafo 2 non si basano sulle categorie particolari di dati personali di cui all'articolo 9, paragrafo 1, a meno che non sia d'applicazione l'articolo 9, paragrafo 2, lettere a) o g), e non siano in vigore misure adeguate a tutela dei diritti, delle libertà e dei legittimi interessi dell'interessato.

Come avviene la raccolta dei dati?

- Metadati
- Log
- Cookies
  - (considerando 30 del regolamento)
    Le persone fisiche possono essere associate a identificativi online prodotti dai dispositivi, dalle applicazioni, dagli strumenti e dai protocolli utilizzati, quali gli indirizzi IP, a marcatori temporanei (cookies) o a identificativi di altro tipo, come i tag di identificazione a radiofrequenza. Tali identificativi possono lasciare tracce che, in particolare se combinate con identificativi univoci e altre informazioni ricevute dai server, possono essere utilizzate per creare profili delle persone fisiche e identificarle.
- Tracciamento
- Big data
  - Statistiche, algoritmi, data science

Cookies

- **Ciclo di vita**
  - **Cookie di sessione:** questi cookie non vengono memorizzati in modo persistente sul dispositivo dell'utente e vengono cancellati alla chiusura del browser[6]. A differenza di altri cookie, i cookie di sessione non hanno una data di scadenza, ed in base a questo il browser riesce ad identificarli come tali.
  - **Cookie persistenti:** invece di svanire alla chiusura del browser, come vale per i cookie di sessione, i cookie persistenti scadono ad una data specifica o dopo un determinato periodo di tempo. Ciò significa che, per l'intera durata di vita del cookie (che può essere lunga o breve a seconda della data di scadenza decisa dai suoi creatori), le sue informazioni verranno trasmesse al server ogni volta che l'utente visita il sito web, o ogni volta che l'utente visualizza una risorsa appartenente a tale sito da un altro sito (ad esempio un annuncio pubblicitario). Per questo motivo, i cookie persistenti possono essere utilizzati dagli inserzionisti per registrare le informazioni sulle abitudini di navigazione web di un utente per un periodo prolungato di tempo. Tuttavia, essi sono utilizzati anche per motivi "legittimi " (come ad esempio mantenere gli utenti registrati nel loro account sui siti web, al fine di evitare, ad ogni visita, l'inserimento delle credenziali per l'accesso ai siti web).
- **Provenienza:**
  - **Cookie di prima parte:** normalmente, l'attributo di dominio di un cookie corrisponderà al dominio che viene visualizzato nella barra degli indirizzi del browser web; sono i cookie inviati al browser direttamente dal sito che si sta visitando. Questo è chiamato un cookie di prima parte**.** Possono essere sia persistenti sia di sessione; sono gestiti direttamente dal proprietario e/o responsabile del sito e vengono utilizzati, ad esempio, per garantirne il funzionamento tecnico o tenere traccia di preferenze espresse in merito all'uso del sito stesso.
  - **Cookie di terza parte:** i cookie di terze parti, appartengono a domini diversi da quello mostrato nella barra degli indirizzi. Questi tipi di cookie appaiono in genere quando le pagine web sono dotate di contenuti, come ad esempio banner pubblicitari, da siti web esterni. Questo implica la possibilità di monitoraggio della cronologia di navigazione dell'utente, ed è spesso usato dagli inserzionisti, nel tentativo di servire annunci rilevanti e personalizzati per ciascun utente. Per esempio, supponiamo che un utente visiti www.example.org. Questo sito web contiene un annuncio da ad.foxytracking.com, che, una volta scaricato, imposta un cookie che appartiene al dominio della pubblicità (ad.foxytracking.com). Quindi, l'utente visita un altro sito web, www.foo.com, che contiene anche un annuncio da ad.foxytracking.com/, e che stabilisce anche un cookie appartenente a quel dominio (ad.foxytracking.com). Alla fine, entrambi questi cookie saranno inviati al venditore quando si caricano le loro pubblicità o visitando il loro sito web. L'inserzionista può quindi utilizzare questi cookie per costruire una cronologia di navigazione degli utenti in tutti i siti che hanno gli annunci di questo inserzionista. La maggior parte dei moderni browser web contengono delle impostazioni di privacy che sono in grado di bloccare i cookie di terze parti.
- Utilizzo:
  - **Cookie tecnici:** servono per la navigazione e per facilitare l'accesso e la fruizione del sito da parte dell'utente. I cookie tecnici sono essenziali per esempio per accedere a Google o a Facebook senza doversi loggare a tutte le sessioni. Lo sono anche in operazioni molto delicate quali quelle della home banking o del pagamento tramite carta di credito o per mezzo di altri sistemi.
  - **Cookie statistici o "analytics":** vengono utilizzati a fini di ottimizzazione del sito, direttamente dal titolare del sito stesso, che potrà raccogliere informazioni in forma aggregata sul numero degli utenti e su come questi visitano il sito. A queste condizioni, per i cookie analytics valgono le stesse regole, in tema di informativa e consenso, previste per i cookie tecnici.
  - **Cookie per la memorizzazione delle preferenze:** sono cookie utili a favorire l'utilizzo corretto del sito da parte dell'utente. Vengono utilizzati, ad esempio, per tenere traccia della lingua scelta.
  - **Cookie pubblicitari:** questi cookie hanno lo scopo di fornire spazi pubblicitari. Essi possono essere installati, dal titolare del sito oppure da terze parti. Alcuni servono a riconoscere i singoli messaggi pubblicitari e sapere quali sono stati selezionati e quando. Altri cookie pubblicitari vengono utilizzati per ipotizzare un "profilo" di navigazione dell'utente, in modo da poter proporre messaggi pubblicitari in linea al suo comportamento e interessi nella rete. Tale "profilo" è anonimo e le informazioni raccolte tramite questi cookie non consentono di risalire all'identità dell'utente. In questo caso il cookie presiede uno dei sistemi per pilotare la cosiddetta "pubblicità comportamentale"[7].
  - **Cookie di social network:** si tratta dei cookie che consentono di condividere anche con altri utenti i contenuti del sito che si sta visitando. Sono i cookie tipicamente utilizzati per attivare le funzioni "Mi piace" o "Segui" dei Social Network quali Facebook e Twitter, solo per citarne alcuni. Queste funzioni consentono ai Social Network di identificare i propri utenti e raccogliere informazioni anche mentre navigano su altri siti.

Cookies

- Altri tipi utili di cookie:
  - **Secure cookie:** un cookie con il Secure flag può essere trasmesso solo su una connessione crittografata (cioè HTTPS). Questo diminuisce la probabilità di essere esposti al furto di cookie tramite intercettazioni. Per raggiungere questo obiettivo, i browser che supportano questo flag, invieranno soltanto i cookie con il Secure flag quando viene richiesta una pagina HTTPS. In altri termini, il browser non invierà un cookie con il Secure flag su una richiesta HTTP, ovvero su una connessione non crittografata.
  - **HttpOnly cookie:** cookie con il flag HttpOnly possono essere utilizzati solo se trasmessi via HTTP (o HTTPS). Essi non sono accessibili attraverso non-HTTP API come JavaScript. Questa restrizione elimina la minaccia del furto di cookie tramite cross-site scripting (XSS), evitando le minacce del cross-site tracing(XST) e cross-site request forgery (CSRF).
  - **SameSite cookie:** Google Chrome 51 ha introdotto[8] un nuovo flag SameSite che consente l'invio del cookie solo per richieste provenienti dalla stessa fonte, riuscendo così a neutralizzare attacchi come CSRF e altri tipi di attacchi.
  - **SuperCookie:** Il "supercookie" è un cookie con un'origine di un dominio di primo livello (ad esempio .com) o un public suffix (come ad esempio.co.uk). I cookie ordinari, al contrario, hanno origine in un determinato dominio, ad esempioexample.com. I supercookie possono essere un potenziale problema di sicurezza e sono quindi spesso bloccati dai browser web. Se sbloccato dal computer client, un utente malintenzionato, attraverso un sito web malevolo, potrebbe impostare un supercookie, e potenzialmente distruggere o reindirizzare le richieste degli utenti legittimi ad un altro sito web che condivide lo stesso dominio di primo livello o public suffix del sito web malevolo. Ad esempio, un supercookie con dominio .com, potrebbe maliziosamente influenzare una richiesta avanzata a example.com, anche se il cookie non ha avuto origine da example.com. Questo può essere usato per effettuare falsi accessi o modificare le informazioni degli utenti. La Public Suffix List[9] aiuta a a diminuire il rischio che si può creare attraverso i supercookie. Questo elenco è un'iniziativa trasversale che mira a fornire un'accurata e aggiornata lista di nomi dei domini. Le vecchie versioni dei browser non possono avere un elenco aggiornato, e saranno quindi vulnerabili a supercookie da determinati domini.
  - **Zombie cookie:** Gli Zombie cookie sono cookie che vengono ricreati automaticamente dopo essere stati eliminati. Questo si ottiene attraverso la memorizzazione dei contenuti del cookie in più posizioni, come la flash local storage, HTML5 storage, e attraverso altri meccanismi di archiviazione sia da parte del client che da parte del server. Quando viene rilevata l'assenza del cookie, quest'ultimo viene ricreato utilizzando i dati memorizzati in queste posizioni.

Cookies di google

TIPI DI COOKIE UTILIZZATI DA GOOGLE

Utilizziamo diversi tipi di cookie per gestire i prodotti a cui si riferiscono gli annunci e i siti web di Google. Nel tuo browser potrebbero essere memorizzati alcuni o tutti i cookie elencati qui di seguito. Puoi visualizzare e gestire i cookie nel tuo browser (anche se è possibile che i browser per dispositivi mobili non offrano questa visibilità).

Categoria di utilizzo	Esempio
Preferenze	Questi cookie permettono ai nostri siti web di memorizzare informazioni che modificano il comportamento o l'aspetto dei siti stessi, come la lingua preferita o l'area geografica in cui ti trovi. Memorizzando l'area geografica, ad esempio, un sito web potrebbe essere in grado di offrirti previsioni meteo locali o notizie sul traffico locale. I cookie possono anche aiutarti a modificare le dimensioni del testo, il tipo di carattere e altre parti personalizzabili delle pagine web. La perdita delle informazioni memorizzate in un cookie delle preferenze potrebbe rendere meno funzionale l'esperienza sul sito web ma non dovrebbe comprometterne il funzionamento. La maggior parte degli utenti di Google ha un cookie delle preferenze chiamato "NID" nei browser. Il browser invia questo cookie con le richieste ai siti di Google. Il cookie NID contiene un ID univoco che viene utilizzato da Google per memorizzare le tue preferenze e altre informazioni, ad esempio la lingua preferita (ad esempio l'italiano), il numero di risultati di ricerca che desideri vengano mostrati per ogni pagina (ad esempio 10 o 20) e la tua preferenza di attivazione del filtro SafeSearch di Google.
Sicurezza	Utilizziamo i cookie di sicurezza per autenticare gli utenti, prevenire l'uso fraudolento delle credenziali di accesso e proteggere i dati degli utenti da soggetti non autorizzati. Ad esempio, utilizziamo cookie chiamati "SID" e "HSID" contenenti record con firma digitale e crittografati per l'ID dell'account Google di un utente e per la sua data di accesso più recente. La combinazione di questi due cookie ci permette di bloccare molti tipi di attacchi, ad esempio i tentativi di rubare i contenuti dei moduli che completi sulle pagine web.
Processi	I cookie dei processi contribuiscono al funzionamento dei siti web e all'offerta dei servizi che i visitatori si aspettano di trovarvi, ad esempio la possibilità di navigare tra le pagine o di accedere ad aree protette del sito. Senza questi cookie, il sito non può funzionare correttamente. Ad esempio, utilizziamo un cookie chiamato "lbcs" che consente a Google Documenti di aprire molti documenti in un unico browser. Il blocco di questo cookie potrebbe compromettere il corretto funzionamento di Google Documenti.
Pubblicità	Utilizziamo i cookie per rendere la pubblicità più coinvolgente per gli utenti e più utile per publisher e inserzionisti. Alcuni impieghi comuni dei cookie includono la selezione della pubblicità in base a ciò che è pertinente per un utente, il miglioramento dei rapporti sul rendimento delle campagne e la possibilità di evitare la visualizzazione di annunci che l'utente ha già visto. Google utilizza i cookie, come i cookie NID e SID, per contribuire alla personalizzazione degli annunci nelle

Cookies di google

proprietà di Google, come la Ricerca Google. Ad esempio, li utilizziamo per memorizzare le tue ricerche più recenti, le tue interazioni precedenti con gli annunci di un inserzionista o i risultati di ricerca e le tue visite al sito web di un inserzionista. In questo modo possiamo mostrarti annunci personalizzati su Google.

Usiamo anche uno o più cookies per la pubblicità mostrata in tutto il web. Uno dei più importanti cookies pubblicitari è chiamato IDE ed è memorizzato nei browsers sotto il dominio doubleclick.net. Un altro chiamato ANID è memorizzato sotto il dominio google.com. Utilizziamo altri cookies chiamati DSID, FLC, AID, TAID, ed exchange_uid. Anche altre società di Google, come YouTube, potrebbero utilizzare questi cookies per mostrarti pubblicità più pertinenti.

A volte cookie pubblicitari possono essere impostati nel dominio del sito che stai visitando. Nel caso di pubblicità che mostriamo in tutto il Web, i cookie (ad esempio, i cookie chiamati "__gads" o "__gac") possono essere impostati nel sito web che stai visitando. Diversamente dai cookie impostati su i domini Google, questi cookie non possono essere letti da Google quando si naviga su un sito diverso da quello in cui sono stati impostati. Questi servono a quantificare le interazioni con le inserzioni pubblicitarie su quel determinato dominio ed evitare che la stesso annuncio sia mostrato alla stessa persona troppe volte.

Google usa anche cookie di conversione (ad esempio, cookie chiamati "__gcl"), il cui scopo principale è aiutare gli inserzionisti a scoprire quante volte le persone che fanno clic sui loro annunci poi eseguono delle operazioni sul loro sito (ad esempio, effettuano acquisti). Questi cookie permettono a Google e all'inserzionista di sapere che hai fatto clic sull'annuncio e che successivamente hai visitato il sito dell'inserzionista. I cookie di conversione

	non vengono utilizzati da Google per gli annunci personalizzati e vengono conservati solo per un periodo limitato. Alcuni degli altri nostri cookie possono essere usati anche per quantificare gli eventi di conversione. A questo scopo possono essere utilizzati, ad esempio, i cookie di Google Marketing Platform e di Google Analytics. Utilizziamo anche cookies chiamati 'AID', 'DSID' e 'TAID' che sono usati per predisporre il link tra le tue attività realizzate su diversi dispositivi se hai prima effettuato l'accesso con il tuo Account Google su un altro dispositivo. Questo per sincronizzare gli annunci che vedi su diversi dispositivi e quantificare eventuali eventi di conversione. Questo tipo di cookies possono essere impostati sotto i nomi di dominio google.com/ads, google.com/ads/measurement, oppure googleadsservices.com. Se non vuoi che ti siano mostrati gli annunci in modo sincronizzato nei tuoi diversi dispositivi, puoi sempre decidere di disattivare la funzione Ads Personalization usando Ads Settings.
Stato della sessione	I siti web spesso raccolgono informazioni sul modo in cui gli utenti interagiscono con essi. Tali informazioni potrebbero riguardare le pagine visitate più spesso dagli utenti e gli eventuali messaggi di errore che ricevono da determinate pagine. Utilizziamo questi "cookie relativi allo stato della sessione" per migliorare i nostri servizi e l'esperienza di navigazione dei nostri utenti. Il blocco o l'eliminazione di questi cookie non renderà inutilizzabile il sito web. Questi cookie potrebbero essere utilizzati anche per misurare l'efficacia della pubblicità PPC (Pay Per Click) e della pubblicità affiliata. Ad esempio, utilizziamo un cookie chiamato

Cookies di google

	"recently_watched_video_id_list" per consentire a YouTube di registrare i video guardati più di recente da un determinato browser.
Analytics	Google Analytics è lo strumento di analisi di Google che aiuta i proprietari di siti web e app a capire come i visitatori interagiscono con i contenuti di loro proprietà. Questo servizio potrebbe utilizzare un insieme di cookie per raccogliere informazioni e generare statistiche sull'utilizzo dei siti web senza fornire informazioni personali sui singoli visitatori a Google. Il cookie principale utilizzato da Google Analytics è "_ga". Oltre a fornire le statistiche di utilizzo del sito, i dati raccolti sulle proprietà di Google da Google Analytics possono anche essere utilizzati, insieme ad alcuni dei cookie pubblicitari sopra descritti, al fine di mostrare annunci più pertinenti sulle proprietà di Google (ad esempio, nella Ricerca Google) e in tutto il Web, nonché per misurare le interazioni con gli annunci mostrati. Leggi ulteriori informazioni su cookie di Analytics e privacy.

Tracciamento

- Il tracciamento si basa sulla presenza di codice non visibile incluso nelle pagine web.
- Questo codice serve a tenere traccia delle visite ai siti web e a raccogliere i dati relativi all'interazione dell'utente con le pagine.
- Quando lo stesso elemento tracciante è presente su più siti web, i dati raccolti grazie ad esso possono essere usati per compilare un profilo dettagliato dell'attività dell'utente durante la navigazione.
- Le società che si occupano della raccolta di questi dati sono solite aggregarli, condividerli e venderli ad altri soggetti.

Elementi traccianti dei social media

- I social network inseriscono elementi traccianti sui loro siti web per seguire quello che l'utente fa, legge e guarda online.
- Ciò permette alle società dietro ai social media di raccogliere i dati sulla navigazione dell'utente e migliorare la propria efficacia nell'indirizzare campagne pubblicitarie.
- Anche chi non utilizza un social network può essere tracciato nelle sue abitudini di navigazione.

Un altro modo per rendersi tracciabile è accedere ai siti web utilizzando le credenziali di Facebook o Twitter.

Cookie traccianti intersito

- I cookie traccianti intersito seguono l'utente da un sito all'altro per raccogliere informazioni sulla sua attività online.
- Ciò viene spesso effettuato senza consenso o conoscenza espliciti.
- Le società di gestione e di analisi dei dati spesso si servono di questi cookie per tracciare e profilare l'utente, dedurre i suoi interessi e migliorare le proprie campagne pubblicitarie.
- Dal momento che questi tipi di cookie sono impostati da società diverse da quella a cui appartiene il sito web visitato, ci si riferisce ad essi anche come cookie traccianti di terze parti.

Contenuti traccianti

- Molti siti web ospitano annunci pubblicitari, video e altri contenuti dotati di codice tracciante proveniente da società diverse.
- Per esempio, un sito web può ospitare un video proveniente da una piattaforma dedicata ai video, ma il codice che lo richiama può contenere elementi traccianti.
- Alcuni elementi traccianti possono essere:
  - Annunci pubblicitari
  - Campi di inserimento delle credenziali
  - Moduli
  - Pagamenti
  - Commenti
  - Video e foto
  - Pulsanti

Fingerprinter

- I fingerprinter sono utilizzati per raccogliere dettagli sulle impostazioni del browser e del computer nel tentativo di profilare l'utente.
- Grazie a questa "impronta digitale elettronica" è possibile creare un profilo univoco dell'utente tenendo traccia del suo passaggio su vari siti web.
- Quando le impostazioni avanzate per la privacy sono impostate in maniera restrittiva, i fingerprinter vengono bloccati.
- Di seguito alcune caratteristiche del browser e del computer che possono essere raccolte tramite fingerprinting:
  - Il tipo di browser e le estensioni installate
  - Il sistema operativo e il modello del dispositivo
  - La risoluzione dello schermo, il sistema operativo e la lingua
  - Le informazioni sulla connessione di rete
  - I tipi di carattere installati sul dispositivo.

Come si crea il «profilo»?

- Elaborazione dell’insieme di attività di profilazione e aggregazione dei dati degli utenti.
- Digital footprint
  - insieme di tracce che ci lasciamo dietro in rete
    - Vedi esempio da facebook

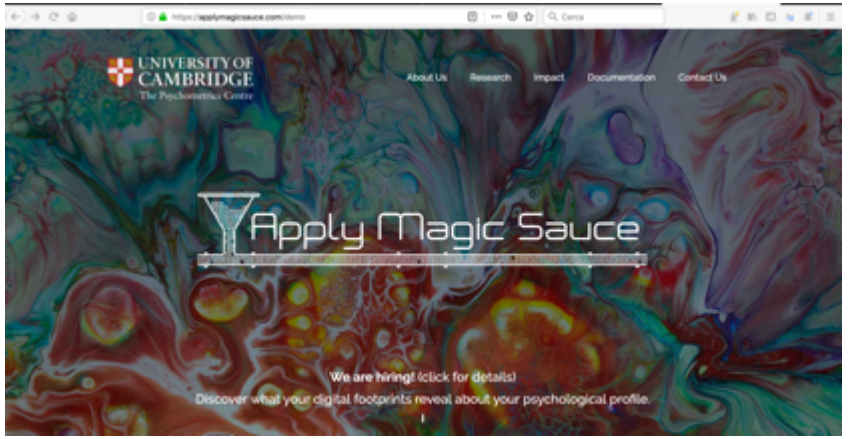
      - Informazioni sul dispositivo
        - Attributi del dispositivo:
        - Operazioni del dispositivo:
        - Identificatori:
        - Segnali del dispositivo:
        - Dati dalle impostazioni del dispositivo:
        - Rete e connessioni:
        - Dati sui cookie:

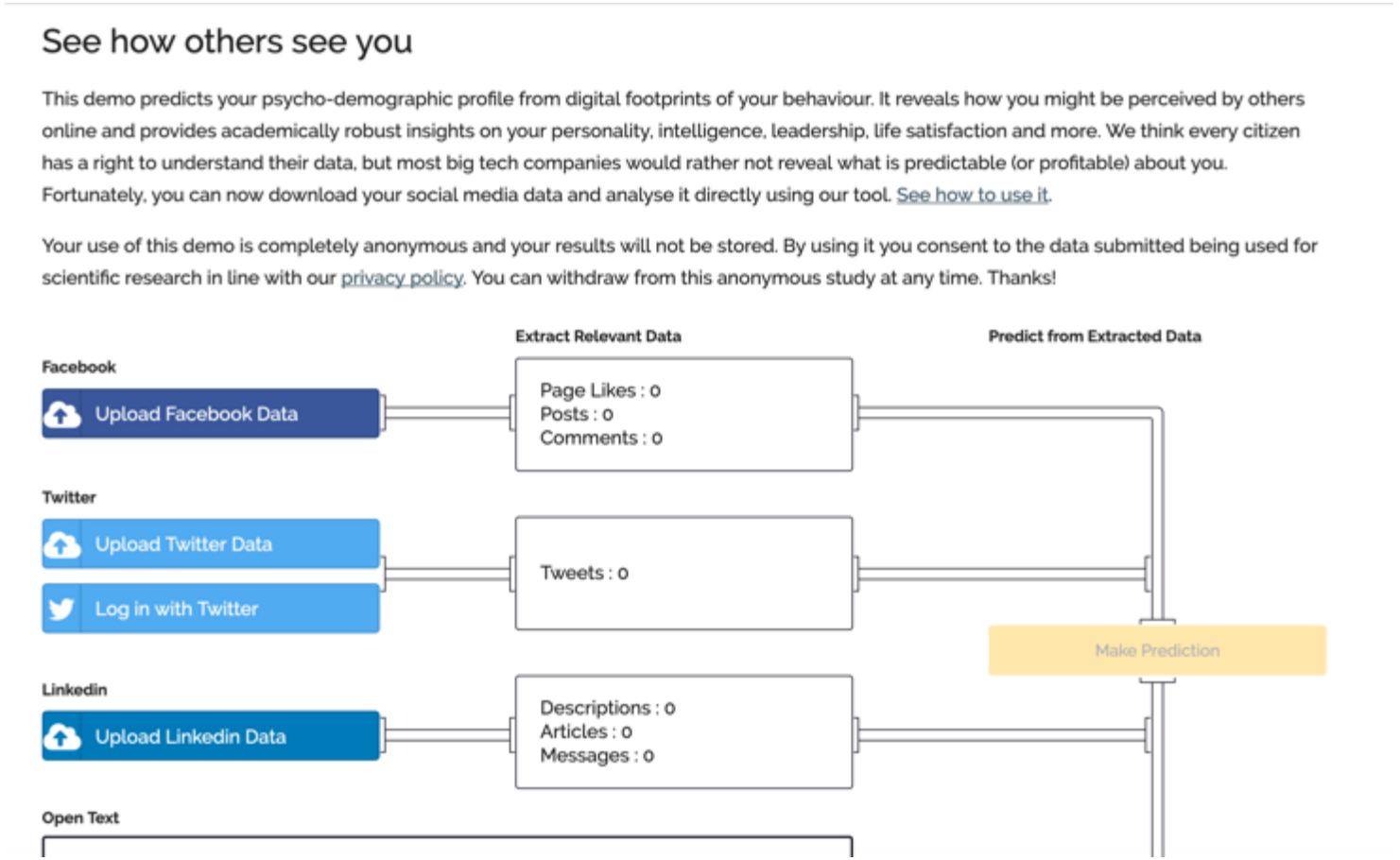
      - Azioni che tu e altri effettuate ed elementi che fornite.
        - Informazioni e contenuti che fornisci. Reti e connessioni.
        - Il tuo utilizzo
        - Informazioni sulle transazioni effettuate sui nostri Prodotti.
        - Attività eseguite e informazioni su di te fornite dalle altre persone.

Come si crea il «profilo»?

- Elaborazione dell’insieme di attività di profilazione e aggregazione dei dati degli utenti.
- Digital shadow
  - la figura completa che viene fuori dall’analisi di questo insieme di dati, o di una parte di esso.
  - Corrisponde all’idea che ci facciamo sulle altre persone

Come si crea il «profilo»? Digital shadow





Obiettivo della profilazione: solo la pubblicità?

- Pubblicità comportamentale
  - La *pubblicità comportamentale online* o *online behavioural advertising*, è una pratica basata sull'attività da parte di un utente tramite la navigazione su vari siti web che permette ai pubblicitari di personalizzare il contenuto della pubblicità in base agli interessi degli utenti
    - Definizione data da https://www.easa-alliance.org/issues/oba

Obiettivo della profilazione: solo la pubblicità?

- Pubblicità comportamentale
  - Pubblicità comportamentale online: raccolta di dati da un determinato computer o dispositivo in merito ai comportamenti di visualizzazione Web o all'utilizzo di app mobili nel tempo e su più domini Web e / o app mobili non sotto «controllo comune» allo scopo di utilizzare tali dati per prevedere le preferenze e gli interessi dell'utente Web per fornire pubblicità online a quel particolare computer, app o dispositivo mobile in base alle preferenze o agli interessi dedotti da tale visualizzazione Web o comportamenti di utilizzo dell'app mobile.
  - La pubblicità comportamentale online non include le attività degli operatori del sito Web o dei fornitori di app (First party), *Ad Delivery or Ad Reporting* o la pubblicità contestuale (ad esempio pubblicità basata sul contenuto della pagina Web visitata, la visita corrente di un consumatore a una pagina web o una query di ricerca).
- (EASA Best Practice Recommendation onOnline Behavioural Advertising, p. 11)

Obiettivo della profilazione: solo la pubblicità?

- Pubblicità comportamentale

- Attraverso la profilazione si riesce a fare una pubblicità mirata

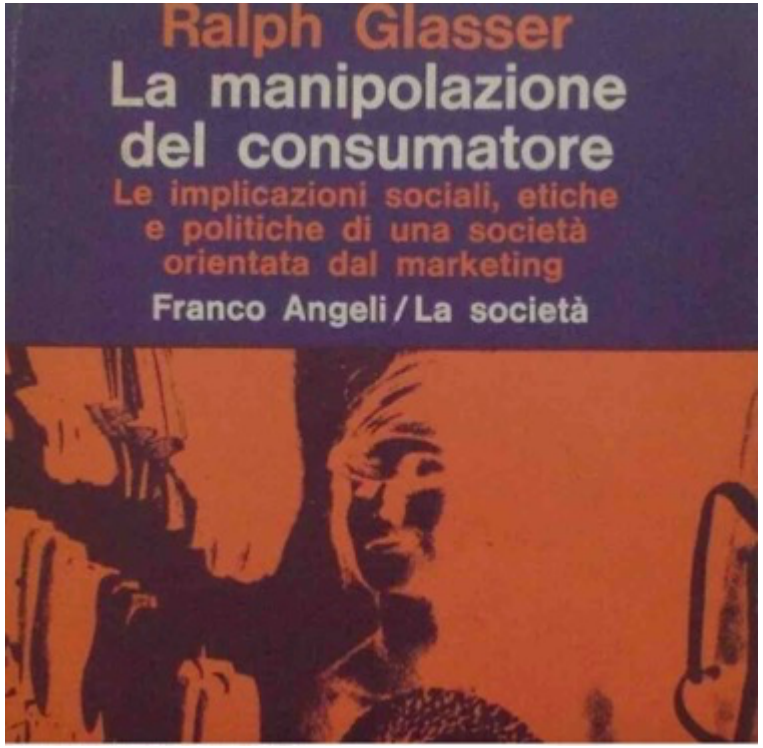
Obiettivo della profilazione: anche la manipolazione?

- Quali sono i rischi legati alla profilazione per finalità di marketing?
- Esiste un confine tra influenza e manipolazione.
  - Ma quanto è labile?
  - E quanto ancor più sottile sta diventando nel mondo digitale?
  - Quella di scegliere è forse una illusione?

- Nel codice del consumo, gli articoli dal 18 al 27, definiscono e pongono il divieto nei confronti delle pratiche commerciali ingannevoli e scorrette.

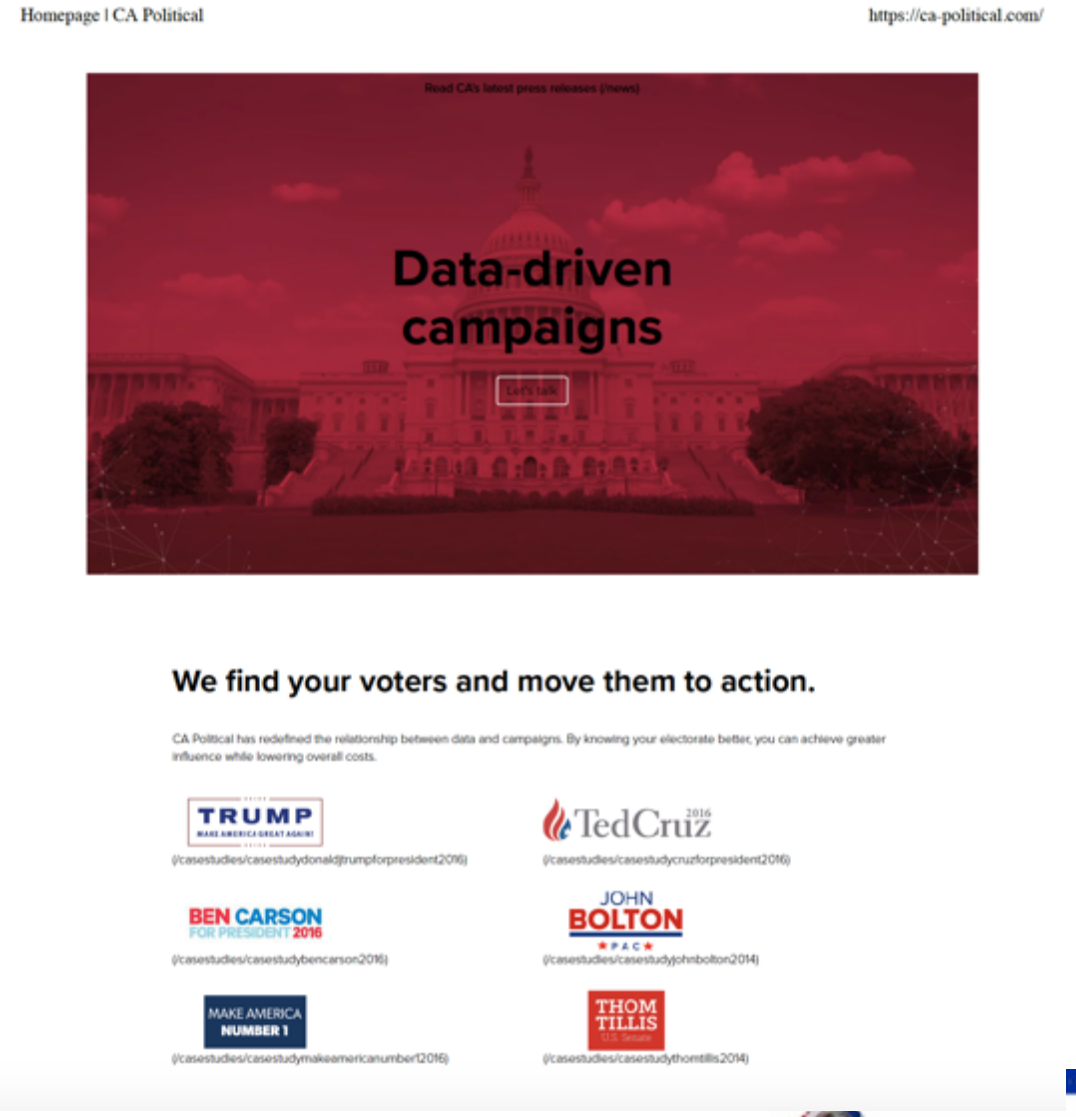
Obiettivo della profilazione: anche la manipolazione?

- La manipolazione del consumatore
- La razionalità limitata
- Il nudge



Obiettivo della profilazione: anche la manipolazione?

- Il caso Cambridge analytica



Il caso Cambridge analytica

- a) Cambridge Analytica (CA) era una società che operava nel campo della "data science" (https://ca-political.com/)
- b) In particolare CA-political si vantava di aver ridefinito il rapporto tra i dati e le campagne elettorali: conoscendo meglio gli elettori si può avere maggiore influenza su di essi riducendo i costi.
- c) Il motto di CA-political era: "Noi troviamo i tuoi elettori e li induciamo ad agire" (vedi lo screenshot).
- d) Per fare questo lavoro, CA-Political ha acquisito milioni di dati provenienti (in maniera illegale) da Facebook.
- e) CA-Political creava, in particolare, dei "profili psicografici" nei quali non solo identifica quali elettori probabilmente si muoverebbero a vantaggio di un certo candidato, ma usa le informazioni per predire ed anche modificare il loro comportamento futuro.
- f) Al momento si sospetta che CA-Political abbia influenzato le campagne elettorali per Trump e per la Brexit. Anche un partito politico italiano si sarebbe rivolto a CA-Political.

- IL 2 maggio 2018 la società ha dichiarato bancarotta (ma nasce Emerdata)

Il caso Cambridge analytica

- Presi da Facebook i dati di 87 milioni di persone
- I dati erano, per Cambridge Analytica, abbastanza accurati da poter creare dei profili psicologici dei possessori dei dati.
- Per una data campagna politica, i dati erano abbastanza dettagliati da poter creare dei profili ai quali suggerire che tipo di pubblicità sarebbe stato più pertinente al fine di persuadere una particolare persona, in una particolare posizione, per qualche evento politico.

- Nel luglio 2019, la Federal Trade Commission ha stabilito di multare Facebook per una cifra pari a $5 miliardi di dollari (€4 miliardi e mezzo circa) per sistemare la situazione riguardante lo scandalo.

Il caso Cambridge analytica

- sistema di “microtargeting comportamentale”,
  - pubblicità altamente personalizzata su ogni singola persona.
- far leva non solo sui gusti, come fanno già altri sistemi analoghi per il marketing, ma sulle emozioni degli utenti.
- algoritmo sviluppato dal ricercatore di Cambridge (da qui il nome dell’azienda) Michal Kosinski.
- Il modello è studiato per prevedere e anticipare le risposte degli individui.
- Sono sufficienti informazioni su 70 “Mi piace” messi su Facebook per sapere più cose sulla personalità di un soggetto rispetto ai suoi amici, 150 per saperne di più dei genitori del soggetto e 300 per superare le conoscenze del suo partner.
- Con una quantità ancora maggiore di “Mi piace” è possibile conoscere più cose sulla personalità rispetto a quante ne conosca il soggetto.

Come funzionava l’algoritmo di Cambridge Analtyca

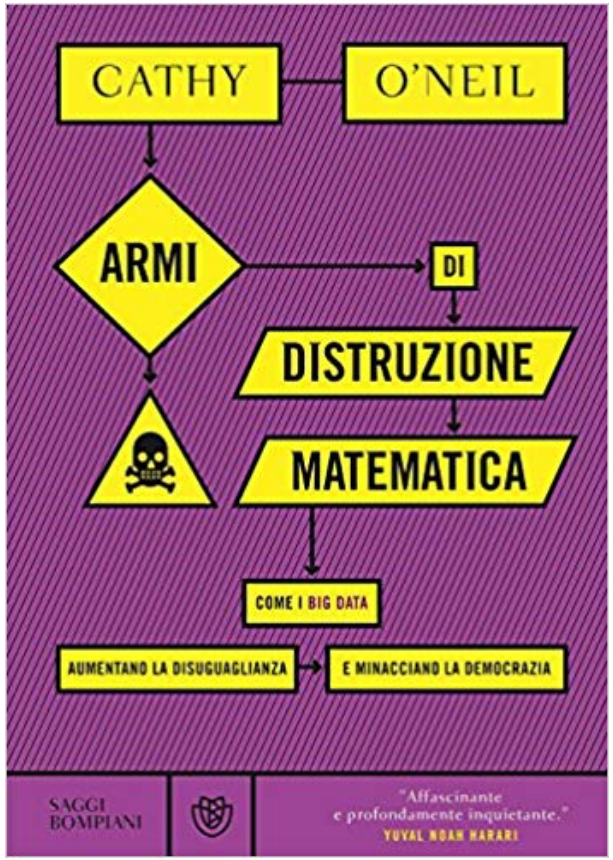
- Perché un’offerta (ogni offerta: commerciale, politica, eccetera) sia accettata, bisogna che arrivi alla persona giusta.
- Segmentare il pubblico
- Ricerca psicografica
  - Modalità di ricerca, adottata prevalentemente nell’ambito del marketing e della pubblicità, che prende in considerazione aggregati di consumatori sulla base dei loro atteggiamenti. […] Particolare rilievo viene dato, nell’ambito di questo tipo di ricerca, allo studio degli ‘stili di vita’, profili psicosociologici costruiti sulla base di vari fattori, comprendenti abitudini, gusti, tipo di alimentazione, modalità di fruizione dei mass media, attenzione per i problemi della salute e altre variabili di ordine psico-sociale, condivisi da gruppi omogenei di persone.

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

Come funzionava l’algoritmo di Cambridge Analtyca

- Per ordinare e convertire l’enorme, indigesto fritto misto di dati personali raccolti dai social network in materiale utile a costruire un campione psicografico, bisogna connettere i dati a **profili psicologici**.
- Teoria dei Big Five:
  - I Big Five sono uno dei più noti e reputati **modelli della personalità**, descritta secondo cinque scale di opposti
    - l'estroversione-introversione,
    - gradevolezza-sgradevolezza,
    - coscienziosità-negligenza,
    - nevroticismo-stabilità emotiva,
    - apertura mentale-chiusura mentale

Sono attendibili gli algoritmi che producono le «profilazioni»?



Sono attendibili gli algoritmi che producono le «profilazioni»? Esiste una responsabilità da «errata profilazione»?

- Nel 2018, David Carroll, professore alla New School's Parsons School of Design, ha chiesto a Cambridge analytica di conoscere i dati che conosceva su di lui (ai sensi del British data protection law)
- Carroll è un elettore del Partito democratico, deluso dalla Clinton, per questo forse non avrebbe votato alla elezioni
- Di seguito il prospetto delle informazioni fornite.
- Carroll vuole sapere come si è arrivati al ranking e cosa voglia dire

Sono attendibili gli algoritmi che producono le «profilazioni»? Esiste una responsabilità da «errata profilazione»?

National Debt Importance Rank [1-10]	10
Gun Rights Importance Rank [1-10]	3
Traditional Social and Moral Values Importance Rank [1-10]	9
Environment Importance Rank [1-10]	5
Education Importance Rank [1-10]	4
National Security Importance Rank [1-10]	7
Immigration Importance Rank [1-10]	8
Socially Progressive Civil Rights Importance Rank [1-10]	6
Jobs and Economy Importance Rank [1-10]	1
Healthcare Importance Rank [1-10]	2
Registered Partisanship	Very Unlikely Republican
Unregistered Partisanship	Very Unlikely Republican
2016 General Election Turnout Propensity	Very High

DAVID CARROLL

Giovanni Pascuzzi
Tracce Digitali
www.giovannipascuzzi.eu

La tecnologia protegge…

- *VPN* (acronimo di *Virtual Private Network*)
  - strumenti grazie ai quali è possibile mascherare il proprio indirizzo IP, facendo risultare il terminale connesso e geolocalizzato in una posizione differente da quella attuale.
- *Ad blocking*
  - un tipo di software che ha come fine quello di rimuovere o alterare la pubblicità online durante l'utilizzo di applicazioni o nella semplice navigazione in internet.
- Navigazione anonima