

Marchio di qualità per i siti web che rispettano la privacy degli utenti

Il 67% dei siti e delle app non rivela agli utenti dove sono conservati i loro dati personali, e il 51% non chiarisce se e con chi vengono condivise le informazioni. Policy generiche, imprecise e prive di dettagli, e nel 44% dei casi agli utenti non sono neanche comunicate le modalità di accesso per l'esercizio dei loro diritti. Pubblicato codice di condotta per aziende virtuose che possono attestare il proprio impegno a rispettare la privacy online degli utenti mediante un marchio di qualità. Ferrero la prima ad avere ottenuto il bollino "Privacy Ok"

Firenze, 14 novembre 2017 - E' un verdetto preoccupante, quello emesso dal Global Privacy Enforcement Network (GPEN) al termine di un'indagine internazionale condotta da ventiquattro Autorità per la protezione dei dati personali, tra le quali anche il Garante italiano:

la ricerca, svolta su 455 siti web ed app di vari settori come viaggi, sanità, banche, social media, giochi d'azzardo, e retail, ha infatti evidenziato che solo il 35% delle informative sulla privacy menziona l'adozione di misure di sicurezza a protezione delle informazioni personali degli utenti, e il 67% dei siti e delle applicazioni omette di specificare in quale parte del mondo vanno a finire i dati, mentre il 51% non chiarisce se e con chi questi vengono condivisi. Non solo le Autorità hanno rilevato policy spesso generiche e talvolta imprecise con riferimenti normativi obsoleti, ma a quasi metà degli utenti (44%) non vengono neanche comunicate le modalità di accesso per l'esercizio dei loro diritti.

Benché lo scenario attuale delinei un web sempre più simile ad una giungla piena di insidie mettendo a rischio la fiducia degli utenti che si avvalgono della rete per socializzare e fare shopping online, arrivano però buone notizie grazie al marchio di qualità "Privacy Ok", uno strumento che aiuterà gli utenti a valutare rapidamente il livello di conformità ad uno specifico codice di condotta e ai principi generali della normativa in materia di privacy di siti e app, come spiega Nicola Bernardi, presidente di Federprivacy:

"Per contribuire ad un clima di fiducia che favorisca lo sviluppo del mercato digitale, le aziende virtuose che operano in modo trasparente e lecito hanno ora l'opportunità di ottenere un marchio di qualità ed esporlo sui propri siti web ed app per dare evidenza che hanno aderito al nostro codice di condotta assumendosi l'impegno vincolante di rispettarne tutte le regole. Inoltre, gli utenti possono contare sul fatto che non si tratta di un semplice bollino rilasciato in maniera autoreferenziale - sottolinea Bernardi - Infatti, le attività di assessment non vengono svolte dal nostro staff interno ma sono state affidate all'organismo di terza parte e indipendente TÜV Italia, che assicura l'imparzialità del processo di valutazione per determinare se un sito o una app è effettivamente conforme e meritevole di fregiarsi del marchio."

Ulteriori elementi di garanzia a tutela degli interessati, sono provveduti dall'operato di un comitato di vigilanza che monitora periodicamente i siti e le app che hanno ottenuto il marchio per verificare che continuino a rispettare il codice di condotta, e in ogni momento gli utenti stessi possono rivolgersi ad uno [sportello online](#) per inviare le loro segnalazioni.

Tra le aziende che hanno mostrato interesse per il marchio di qualità di Federprivacy, Ferrero è stata la prima ad aderire al codice di condotta per attestare il proprio impegno a rispettare la privacy online degli utenti, ottenendo il bollino "Privacy Ok" in tutti i principali siti web italiani del Gruppo, a partire da quello di [Nutella](#).

Ufficio Stampa Federprivacy

Email: press@federprivacy.it

Web: www.federprivacy.it

Twitter: [@Federprivacy](https://twitter.com/Federprivacy)

Mobile: +39 335 147.33.33

Informazioni online: [Chi siamo](#)