



TTA PUBBL
ità nella
ork e con

Etichette e legalità nella comunicazione sui social network e con gli influencer

L'INFLUENCER ED IL GDPR

Marco Vincenti

*Avvocato del Foro di Milano
SLED – Studio Legale Associato E&D*



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA
E DEL MERCATO



rima

hoopygang

FILMISNOW



SLED
STUDIO LEGALE ASSOCIATO E&D



AGENDA

1. L'influencer marketing
2. I soggetti coinvolti
3. L'influencer come interessato
4. Il SGP sui dati (anche) degli influencer
5. Perché il follower non è un Interessato e fino a quando potrà non rimanere tale
6. Conclusioni



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA
E DEL MERCATO



rima

hoopygang

FILMISNOW



SLED
STUDIO LEGALE ASSOCIATO E&D



L'INFLUENCER MARKETING



Gli Influencer sono soggetti con un più o meno ampio seguito di pubblico che **hanno la capacità di influenzare i comportamenti di acquisto dei consumatori.**

Il fenomeno dell' **influencer marketing**: le aziende per pubblicizzare i propri prodotti ovvero il proprio brand si avvalgono degli Influencer che generano un effetto pubblicitario.

I Follower vengono «condizionati» nei loro comportamenti (commerciali) dalla «condotta» dell'Influencer.

Per i **consumatori** gli Influencer presentano una **maggiore credibilità** rispetto alle figure professionali normalmente impiegate dall'impresa.

Il profilo social



- Che cosa è?
- Può avere un valore giuridico?
- Quali conseguenze possono avere i comportamenti posti in essere attraverso di esso?

I SOGGETTI COINVOLTI

LE AZIENDE



WEB AGENCY



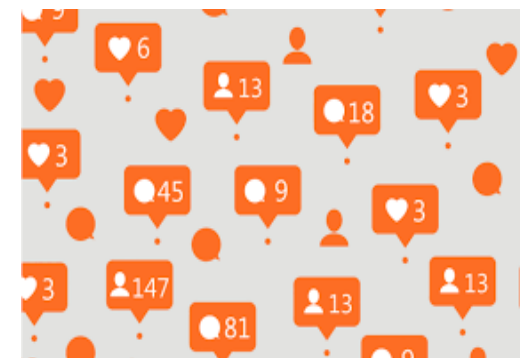
L'INFLUENCER



IL SOCIAL

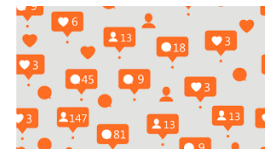


I FOLLOWERS



I SOGGETTI COINVOLTI

- Il social è Titolare del trattamento dei dati personali degli utenti iscritti al social stesso.
- Sul social veicolano i messaggi trasmessi dall'influencer e commissionati dalle diverse società.
- Le aziende e l'influencer non trattano i dati dei followers.
- Le aziende trattano i dati personali dell'influencer.
- I dati dei followers vengono anonimizzati e trattati per indagini statistiche e di mercato dalle web agency.



L'INFLUENCER COME INTERESSATO



L'**Interessato** è la persona fisica a cui si riferiscono i dati personali oggetto di trattamento.

L'Influencer è una persona fisica.

I dati personali dell'influencer devono essere trattati nel rispetto del GDPR.

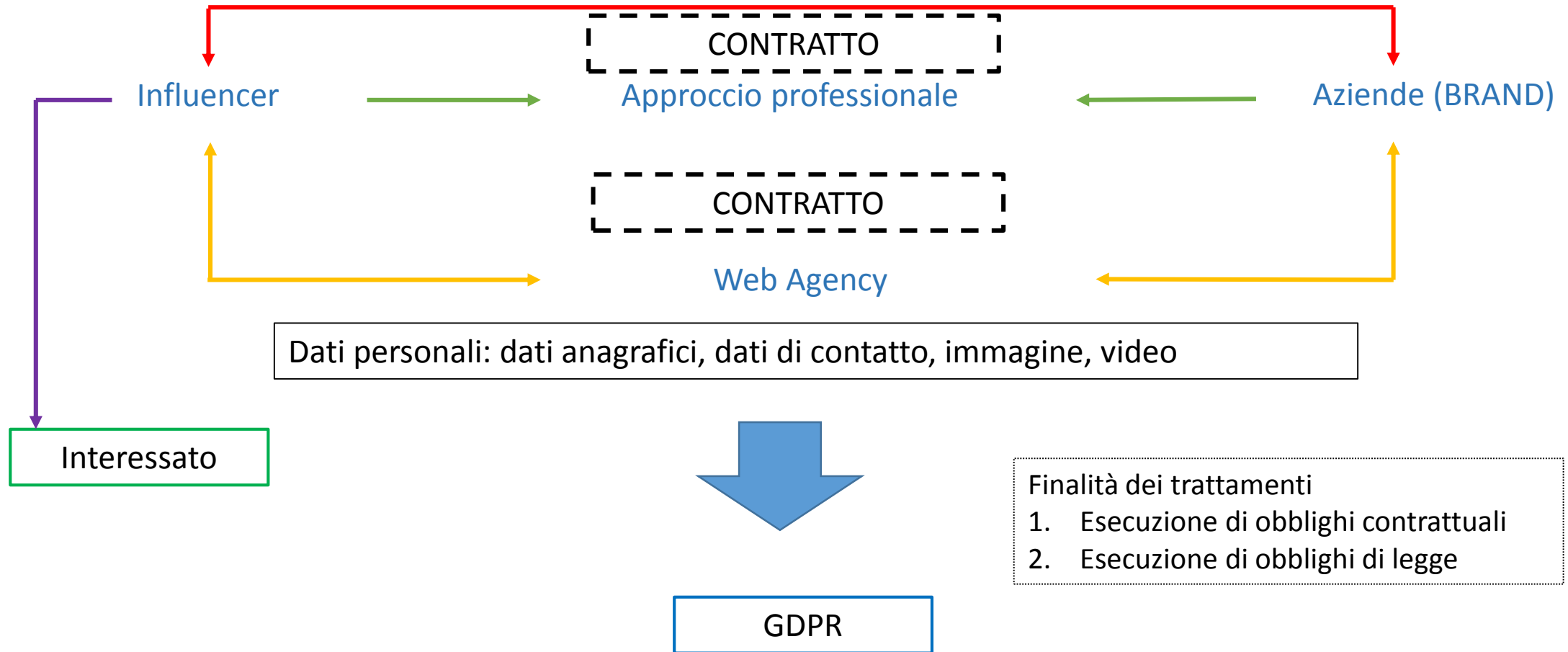
I **dati personali** sono qualsiasi informazione riguardante una persona fisica identificata o identificabile (Dati anagrafici, immagini ecc.).

Trattamento: qualsiasi operazione compresa tra la raccolta e la distruzione.

Base giuridica del trattamento: contratto (Società / Influencer; Web Agency / Influencer).



Professione Influencer



L'INFLUENCER COME INTERESSATO



- L'influencer in qualità di interessato deve essere informato in merito al trattamento che viene effettuato con i propri dati personali.
- Può esercitare in qualità di interessato i diritti riconosciuti dalla normativa.
- In caso di violazione dei propri diritti può richiedere al Titolare un risarcimento danni.

IL SGP SUI DATI (ANCHE) DEGLI INFLUENCER

- L'obiettivo del GDPR è tutelare i dati personali degli interessati
- L'azienda deve disciplinare contrattualmente il rapporto con l'influencer. Deve tutelare da un punto di vista privacy la figura dell'influencer come interessato.
- Quindi il Sistema di Gestione Privacy implementato dalle aziende deve tenere in considerazione anche il trattamento dei dati dell'influencer stesso, comprese le immagini.
- L'azienda deve prevedere delle misure tecniche ed organizzative per gestire i dati degli influencer.



Il SGP in pillole

- Trattamenti effettuati nel rispetto dei principi generali nonché PbyD & PbyD
- Informativa e consenso, ove necessario
- Gestione dei diritti degli Interessati
- Misure di sicurezza tecniche
- Misure di sicurezza organizzative



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA
E DEL MERCATO



rima

hoopygang

FILMISNOW



SLED
STUDIO LEGALE ASSOCIATO E&D



RESPONSABILITA' E SANZIONI

- **RESPONSABILITA'**

- Contrattuale (fonte: contratto)
- Extra-contrattuale (fonte: legge – GDPR)
 - E' risarcibile il danno materiale o immateriale causato da una violazione del GDPR
 - Entità della responsabilità differente in funzione del ruolo (Titolare del trattamento / Responsabile del trattamento)

- **SISTEMA SANZIONATORIO GDPR:**

- SANZIONI AMMINISTRATIVE PECUNIARIE DI TIPO A: fino a 10 000 000 EUR, o per le imprese, fino al 2 % del fatturato mondiale totale annuo dell'esercizio precedente, se superiore
- SANZIONI AMMINISTRATIVE PECUNIARIE DI TIPO B: fino a 20 000 000 EUR, o per le imprese, fino al 4 % del fatturato mondiale totale annuo dell'esercizio precedente, se superiore

Che cosa fa il Follower....

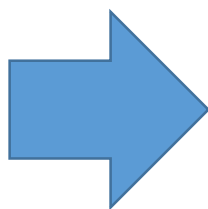


- Che cosa è?
- Può avere un valore giuridico?
- Quali conseguenze può avere?

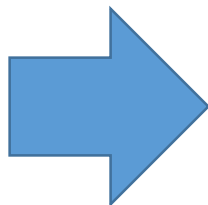
PERCHE' IL FOLLOWER NON E' INTERESSATO E FINO A QUANDO POTRA' RIMANERE TALE

L'interessato al trattamento è la persona fisica a cui si riferiscono i dati personali. Non sempre un followers può essere qualificato come interessato.

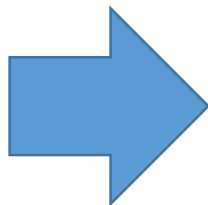
I followers possono essere:



GENERATI DA MACCHINE



NON IDENTIFICATI O IDENTIFICABILI



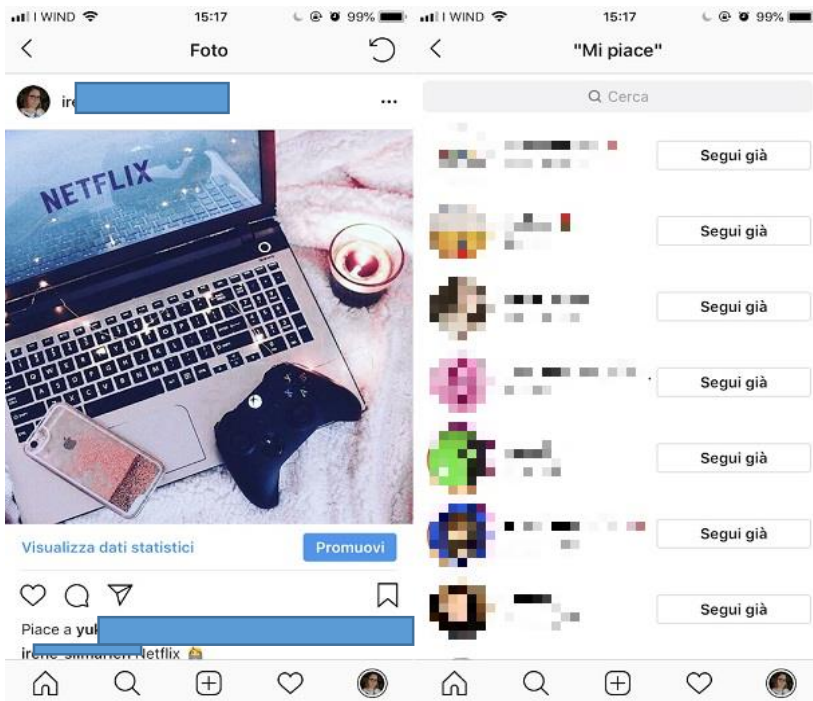
REALI - INTERESSATI

PERCHE' IL FOLLOWER NON E' INTERESSATO E FINO A QUANDO POTRA' RIMANERE TALE



- Solo i followers reali possono essere considerati interessati.
- Quando i followers sono interessati, come stabilito dal GDPR, devono essere informati in relazione al trattamento che viene effettuato con loro dati personali ed in qualità di interessati possono esercitare i diritti riconosciuti dalla normativa.
- In questi casi le aziende e gli stessi influencer che trattano i dati dei followers devono rispettare gli obblighi privacy imposti dal GDPR.

PERCHE' IL FOLLOWER NON E' INTERESSATO E FINO A QUANDO POTRA' RIMANERE TALE



- Il profilo dell'influencer è pubblico quindi potenzialmente ogni azienda può accedere al profilo e monitorare l'attività effettuata dall'influencer.
- In tal modo l'azienda viene a conoscenza anche dei dati dei follower reali resi pubblici dagli stessi.
- Un dato pubblico non può comunque essere utilizzato per ogni finalità.
- I followers autorizzano il trattamento dei propri dati personali solo per le finalità espressamente indicate dal social.
- Quindi l'azienda che tratta i dati dei followers dell'influencer commette un illecito.

CONCLUSIONI



- L'obiettivo del GDPR è tutelare i dati personali degli interessati.
- I dati personali degli interessati rappresentano un bene giuridico da tutelare e valorizzare.
- I dati personali dei followers/interessati potrebbero rappresentare per le aziende un valore economico e potrebbero essere dalle stesse utilizzati.
- L'attenzione deve essere sempre alta e non bisogna sottovalutare l'applicazione della normativa quando viene effettuato un trattamento dei dati personali.

GRAZIE per l'attenzione!

CONTATTI

Avv. Marco Vincenti
SLED – Studio Legale Associato E&D
Via Passione, n. 8 (20122) Milano
m.vincenti@sled.legal



ASSEPRIM
FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE



AUTORITÀ GARANTE
DELLA CONCORRENZA
E DEL MERCATO



rima

hoopygang

FILMISNOW



SLED
STUDIO LEGALE ASSOCIATO E&D

