



FAQ sul regolamento generale sulla protezione dei dati



1. Quando è entrato in vigore esattamente l'RGPD?

L'RGPD è in vigore già dal 25 maggio 2016, ma avrà efficacia solo a partire dal 25 maggio 2018.

2. È previsto un periodo di transizione?

Ci troviamo già nella fase di transizione. Per questo motivo, i commercianti online dovrebbero iniziare subito ad occuparsi delle misure necessarie per essere in linea con l'RGPD, in modo da trovarsi preparati il 25 maggio, quando il regolamento comincerà ad avere efficacia.

3. La legislazione sulla protezione dei dati cambia radicalmente rispetto ad oggi?

o, i principi fondamentali, introdotti nella legislazione europea sulla protezione dei dati con la Direttiva 95/46/CE, rimangono validi anche con l'RGPD. Alcuni esempi sono il principio di minimizzazione dei dati personali e quello della limitazione delle finalità. A questi si aggiungono nuovi principi, come la protezione dei dati per impostazione predefinita ("privacy by default") e la protezione dei dati fin dalla progettazione ("privacy by design").

4. Che cosa cambia concretamente per i commercianti online?

Un cambiamento radicale è l'introduzione del principio di responsabilizzazione, che obbliga le aziende a provare la loro conformità all'RGPD. Da ciò derivano maggiori obblighi di documentazione e fornitura di prove, ovvero la gestione di un registro delle attività di trattamento, l'esecuzione di valutazioni d'impatto sulla protezione dei dati e la documentazione di eventi legati alla protezione dei dati. Inoltre, il rischio derivante dal mancato rispetto delle norme sulla privacy è aumentato notevolmente: le violazioni possono essere sanzionate con multe fino a 20 milioni di euro o pari ad un massimo del 4% degli interi proventi annui a livello mondiale.

Altre modifiche sono le seguenti:

- ▶ Gli obblighi di informazione nei confronti degli interessati (ad es. la dichiarazione sulla tutela dei dati) sono stati ampliati.
- ▶ È necessario osservare il diritto alla portabilità dei dati e i termini entro i quali si è tenuti a dare seguito alle richieste per l'esercizio dei diritti degli interessati.
- ▶ Teoricamente, l'impiego di cookie e strumenti pubblicitari potrà in futuro essere giustificato tramite una ponderazione degli interessi, a meno che il Regolamento ePrivacy previsto non includa disposizioni differenti.
- ▶ I contratti con i subappaltatori per il trattamento di dati per conto di terzi dovranno soddisfare requisiti più severi.



5. Quali modifiche dovranno applicare i commercianti online e dove?

Dovranno essere applicate le seguenti modifiche:

- ▶ Le procedure che comportano un trattamento di dati personali devono essere documentate in un registro delle attività di trattamento.
- ▶ La dichiarazione sulla tutela dei dati deve essere aggiornata.
- ▶ Le dichiarazioni di consenso ottenute finora secondo il diritto francese continuano ad essere valide, ammesso che rispondano ai maggiori requisiti introdotti a proposito della volontarietà. In caso contrario devono essere adattate.
- ▶ I contratti per il trattamento di dati per conto del titolare devono essere verificati ed eventualmente modificati.
- ▶ È necessario eseguire delle valutazioni d'impatto sulla protezione dei dati quando il responsabile del trattamento esegue attività di trattamento che rappresentano un rischio elevato per i diritti e le libertà degli interessati.
- ▶ Le procedure interne devono essere riadattate al fine di garantire il diritto dell'interessato di chiedere l'accesso, la rettifica, la cancellazione dei dati o di opporsi al loro trattamento, nonché il diritto alla portabilità dei dati introdotto dal regolamento. Normalmente, le richieste da parte degli interessati devono essere elaborate entro un mese.
- ▶ È necessario introdurre un piano d'azione in caso di violazioni che interessano i dati in modo che possano essere comunicate all'autorità di controllo entro 72 ore dopo la rilevazione.

6. Un negozio online che riporta il sigillo di qualità Trusted Shops soddisfa già ora i criteri dell'RGPD?

No, perché non è possibile verificare tutti i requisiti dell'RGPD nell'ambito dell'assegnazione del sigillo di qualità. Ad esempio, la verifica per il conferimento del sigillo di qualità non contempla la verifica di documenti interni come il registro delle attività di trattamento.

7. Il sigillo di qualità verrà ritirato se il negozio online non soddisfa le modifiche al giorno in cui comincia ad avere efficacia?

Il sigillo di qualità verrà ritirato se il negozio online non soddisfa le modifiche al giorno in cui comincia ad avere efficacia? Il ritiro del sigillo di qualità non avverrà automaticamente.

Tuttavia, raccomandiamo di preparare autonomamente già in precedenza le modifiche necessarie, in modo da applicarle al negozio fin dal primo giorno. Richiamiamo l'attenzione sul fatto che, anche dopo aver ottenuto la certificazione da parte di Trusted Shops, il negozio deve essere comunque sempre conforme alle condizioni quadro legali e ai criteri di qualità di Trusted Shops.

8. Il negozio online deve ora dotarsi di un responsabile della protezione dei dati?

Secondo l'art. 37, par. 1, lett. c dell'RGPD, i commercianti online devono nominare un responsabile della protezione dei dati quando la loro attività principale consiste nel trattamento su larga scala di categorie particolari di dati personali.



9. A che cosa devono prestare attenzione i commercianti online per quanto riguarda i propri subappaltatori (servizi di invio di newsletter, software e-commerce, operatori di pagamenti, strumenti di tracking...)?

I subappaltatori devono offrire garanzie sufficienti che il rispetto dei requisiti dell'RGPD sia assicurato tramite misure tecniche e organizzative adeguate.

Una volta individuato un subappaltatore adeguato, è necessario sottoscrivere un contratto per il trattamento di dati per conto di terzi che deve soddisfare i requisiti indicati all'art. 28, par. 3 dell'RGPD.

10. Quali domande deve porre il commerciante online al subappaltatore?

È necessario scoprire se il subappaltatore offre garanzie sufficienti per ottemperare ai requisiti dell'RGPD. Il possesso di una certificazione della protezione dei dati è un indicatore importante della conformità del subappaltatore all'RGPD.

È inoltre necessario assicurarsi di concludere con il subappaltatore un contratto per il trattamento dei dati che include le informazioni obbligatorie secondo l'art. 28, par. 3 dell'RGPD.

Ad esempio, il contratto per il trattamento dei dati per conto di terzi deve stabilire se e in quali circostanze il responsabile del trattamento può ricorrere ad altri subappaltatori.

Un altro punto è la trasmissione di dati personali in Paesi extra UE:

i dati rimarranno nell'UE o verranno trasmessi in uno o più Paesi esterni?

Per la trasmissione di dati a livello internazionale, è necessario verificare se sono presenti garanzie che consentano di assicurare un livello adeguato di protezione dei dati.

11. In che modo un negozio online può verificare se la propria dichiarazione sulla tutela dei dati è sufficiente?

Per prima cosa, è necessario fare un inventario delle attività di trattamento dei dati attualmente effettuate nel proprio negozio online (strumenti di tracciamento, newsletter, controlli della solvibilità, trasmissione di dati a terzi). La dichiarazione sulla tutela dei dati deve fornire informazioni su queste attività di trattamento. Devono essere indicate le seguenti informazioni obbligatorie sul trattamento:

- ▶ Nome e dati di contatto del titolare del trattamento ed eventualmente del responsabile della protezione dei dati
- ▶ Basi giuridiche previste
- ▶ Legittimo interesse del titolare
- ▶ Destinatari dei dati o categorie di destinatari
- ▶ Informazioni sulla trasmissione di dati verso Paesi terzi
- ▶ Termini di cancellazione o criteri per stabilirli
- ▶ Informazioni sul diritto dell'interessato di chiedere l'accesso, la rettifica, il blocco, la cancellazione dei dati o di opporsi al loro trattamento, e sul diritto alla portabilità
- ▶ Diritto di ricorso presso le autorità di controllo
- ▶ Richiamo al diritto di revocare in qualsiasi momento il consenso accordato



- ▶ Esistenza del diritto di reclamo presso un'autorità di controllo
- ▶ Nei processi decisionali automatizzati (inclusa la profilazione), la logica, la portata e le conseguenze previste del trattamento.
- ▶ La provenienza dei dati, se questi non vengono raccolti direttamente presso gli interessati (ma ad es. da fonti pubbliche)

12. Lo scoring è ancora consentito?

Lo scoring continua ad essere consentito a determinate condizioni.

I presupposti per i commercianti online rimangono invariati:

lo scoring può avere luogo unicamente con il consenso esplicito dell'interessato, oppure se è necessario per la conclusione o l'esecuzione del contratto. Un esempio di quest'ultimo caso è qualora il cliente selezioni il metodo di pagamento "contro fattura" o "rateale". La novità è che l'interessato deve essere informato sulla logica, sulla portata e sulle conseguenze previste del trattamento.

13. Quale sarà esattamente in futuro la dinamica delle sanzioni finanziarie?

L'art. 83 dell'RGPD prevede multe considerevolmente più elevate che in precedenza. Per determinate violazioni sono infatti previste sanzioni fino a 20 milioni di euro oppure pari al 4% dei proventi annui di un'azienda. È difficile prevedere fino a che punto le autorità di controllo si faranno uso di questa eventualità nella pratica, ma ci si aspetta un notevole aumento dell'importo delle sanzioni per le violazioni dei dati personali.

14. Sono previsti diritti speciali per la protezione dei dati dei bambini?

Ai bambini dev'essere garantita una protezione speciale. Per questo motivo, l'RGPD prevede dei regolamenti specifici che li riguardano. Secondo l'RGPD, il trattamento di dati personali di bambini di età inferiore ai 16 anni è ammesso solo nella misura in cui è stato autorizzato da parte di chi ne esercita la patria potestà o in presenza del consenso di quest'ultimo. FAQ sul regolamento generale sulla protezione dei dati e sui prodotti Trusted Shops.



FAQ sul regolamento generale sulla protezione dei dati e sui prodotti Trusted Shops



1. Anche Trusted Shops dovrà adeguarsi alle nuove regole in materia di protezione dei dati?

Come tutte le aziende europee, anche Trusted Shops si è già attivata per soddisfare i requisiti dell'RGPD nell'ambito delle proprie attività. Oltre alla rielaborazione del registro delle attività di trattamento e altri documenti, ciò implica anche l'adattamento delle dichiarazioni sulla tutela dei dati disponibili sui propri siti web e la formazione dei dipendenti in considerazione dell'RGPD.

2. Trusted Shops propone un contratto per il trattamento di dati per conto di terzi?

Con l'entrata in vigore dell'RGPD e in linea con le modifiche dei requisiti legali ad esso connesse, Trusted Shops offrirà ai negozi online che si avvalgono dei suoi prodotti la stipulazione di un contratto per il trattamento di dati per loro conto.

Stiamo lavorando alla formulazione di una bozza standardizzata che metteremo a disposizione dei clienti interessati già prima dell'applicazione dell'RGPD. Trusted Shops si scusa preventivamente, poiché, tenendo conto del numero dei suoi clienti e della portata del cambiamento, non potrà verificare e firmare le bozze di contratto proposte dai singoli clienti.

Naturalmente, la bozza proposta da Trusted Shops si atterrà agli obblighi legali e prenderà in considerazione in modo adeguato gli interessi dei clienti.

3. I commercianti online devono informare dell'utilizzo dei prodotti Trusted Shops nella propria dichiarazione sulla tutela dei dati?

Poiché con la modifica della legislazione aumentano anche gli obblighi di informazione per gli operatori di siti web, in futuro anche i negozi online dovranno informare nella loro dichiarazione sulla tutela dei dati se trasmettono dati personali a Trusted Shops (sulla base di una dichiarazione di consenso da parte dell'acquirente o nell'ambito di un contratto con Trusted Shops sul trattamento di dati per conto del negozio stesso) o se permettono a Trusted Shops di raccogliere tali dati sul loro sito web.

Nella dichiarazione sulla tutela dei dati è necessario descrivere le modalità di raccolta e di trattamento dei dati e menzionare le categorie di dati raccolti. Trusted Shops GmbH deve essere menzionata esplicitamente come responsabile del trattamento per conto del negozio online. Inoltre, la dichiarazione sulla tutela dei dati deve indicare lo scopo e le basi giuridiche del trattamento. Se la trasmissione dei dati personali a Trusted Shops avviene sulla base di un consenso, è necessario informare anche sul diritto di revocare il consenso o di opporsi al trattamento dei dati.



4. Quali dati vengono raccolti con l'utilizzo dei prodotti Trusted Shops?

A. Un negozio online che utilizza i prodotti Trusted Shops via API:

Se un negozio online utilizza i prodotti Trusted Shops attraverso le API Trusted Shops, il tipo e il momento della trasmissione a Trusted Shops dei dati personali degli acquirenti dipendono dalle impostazioni individuali delle API stesse.

Per questo motivo non è possibile fornire informazioni generali su quali dati vengono scambiati tra il negozio online e Trusted Shops tramite l'utilizzo di un'API Trusted Shops. Dettagli sulle API messe a disposizione da Trusted Shops sono disponibili su api.trustedshops.com.

Attenzione: anche se la trasmissione di dati personali dagli acquirenti a Trusted Shops avviene via API, è necessario il consenso preventivo da parte degli interessati, poiché l'operazione avviene a scopi di marketing. Il negozio online è quindi tenuto a ottenere preventivamente il consenso necessario.

B. Un negozio online che ha integrato il Trustbadge:

a) Trasmissione di dati al momento della visita del negozio online con Trustbadge integrato

Così come nel caso dell'accesso a una pagina internet, anche l'accesso ad un Trustbadge integrato in un negozio tramite browser (quindi contemporaneamente all'accesso alla pagina del negozio) crea automaticamente una voce nel registro del server. Poiché si tratta di un formato standard, qui si trovano informazioni sul browser d'accesso (data, orario, referer, indirizzo IP del client, user agent,...).

Si tratta di dettagli sull'utilizzo presenti in qualsiasi tipo di trasmissione di dati su internet.

La trasmissione di questi dati avviene soprattutto in presenza di qualsiasi tipo di integrazione di contenuti di terzi.

Trusted Shops non crea profili di utilizzo da questi dati e non riconduce i dati alla persona che ha visitato il sito. Questi dati vengono utilizzati unicamente per assicurare un funzionamento privo di problemi.

Inoltre, la semplice visita alla pagina di un negozio sulla quale è stato integrato il Trustbadge non implica il salvataggio o la raccolta automatica di dati personali relativi all'utente (ad es. nome, indirizzo e-mail, ecc.).

b) Trasmissione di dati in occasione di un acquisto

Se l'acquirente di un negozio che ha integrato il Trustbadge non utilizza personalmente i prodotti Trusted Shops, viene trasmesso a Trusted Shops solo il numero d'ordine, utile in seguito soprattutto per verificare garanzie o recensioni.

Altri dati (soprattutto quelli personali) vengono trasmessi a Trusted Shops solo se il cliente del negozio utilizza attivamente i prodotti Trusted Shops per gli acquirenti e se il cliente acconsente alla trasmissione di dati o se lo ha fatto in passato per acquisti futuri.



In questo caso, vengono raccolti solo i dati minimi necessari per l'utilizzo dei nostri prodotti. Solitamente, per l'utilizzo della garanzia Trusted Shops con recensione del negozio si tratta dei seguenti dati: data e numero dell'ordine, eventuale numero cliente esistente, valore dell'ordine, valuta, eventualmente data di consegna prevista, modalità di pagamento e indirizzo e-mail dell'acquirente. Nel caso in cui il negozio abbia integrato le recensioni di prodotto, vengono inoltre raccolti URL, immagine, descrizione, SKU, GTIN e MPN del prodotto e il relativo produttore. Se viene inviato un promemoria di valutazione senza garanzia, sono sufficienti il numero dell'ordine e l'indirizzo e-mail. Trusted Shops non ottiene alcun altro dato personale dell'utente.

Un parametro neutrale costituito dall'indirizzo e-mail associato ad hash tramite funzione crittografica unidirezionale (algoritmo MD 5) consente di verificare automaticamente se l'acquirente è già registrato per l'utilizzo del prodotto. Prima della trasmissione, l'indirizzo e-mail viene convertito in questo valore hash non decifrabile da parte di Trusted Shops. In caso di assenza di corrispondenze, il parametro viene rifiutato. L'indirizzo e-mail viene quindi raccolto solo se l'acquirente sceglie di utilizzare prodotti Trusted Shops. Durante la trasmissione automatica non vengono comunicati né la versione non crittografata dell'indirizzo e-mail dell'acquirente, né altri dati.

I dati ottenuti vengono salvati internamente esclusivamente per lo svolgimento di quanto contemplato nei contratti stipulati e solo per la durata utile alla loro esecuzione. In seguito i dati vengono bloccati per qualsiasi tipo di riutilizzo e vengono eliminati definitivamente alla scadenza di qualsiasi eventuale termine di conservazione a fini commerciali o fiscali.

Se l'acquirente sceglie di non utilizzare i prodotti Trusted Shops a lui dedicati e abbandona la pagina, nessun dato viene trasmesso a Trusted Shops, né salvato o elaborato da parte di quest'ultima.

5. A che cosa bisogna prestare attenzione all'invio di richieste di recensioni?

Le richieste di recensioni sono pubblicità

All'invio di e-mail contenenti promemoria di valutazione, è necessario tenere in considerazione determinate disposizioni sulla protezione dei dati e sulla concorrenza, poiché si tratta di un esempio di utilizzo di dati personali a fini promozionali. Le richieste di valutazione inviate sono pubblicità.

Sono numerose le sentenze tedesche (*LG Hamburg, Sentenza del 30/06/2006 – 309 S 276/05 - I sondaggi per le ricerche di mercato sono pubblicità; AG Hannover, sentenza del 03/04/2013 – 550 C 13442/12 e AG Düsseldorf, sentenza del 27/10/2014 – 20 C 6875/14 e LG Leipzig, sentenza del 13/11/2015 – 02 HK O 888/15 – Le richieste di feedback sono pubblicità; OLG Dresden, sentenza del 24/04/2016 - Az.: 14 U 1773/13 - I sondaggi di opinione inviate via e-mail sono pubblicità illecita*) che stabiliscono esplicitamente che le richieste di feedback e valutazione costituiscono forme di pubblicità ai sensi della legislazione tedesca contro la concorrenza sleale (UWG), § 7 par. 2 n. 3. Questi messaggi disturbano i querelanti come qualsiasi altra e-mail pubblicitaria.



Ottenimento del consenso

L'invio di richieste di valutazione presuppone quindi sempre un consenso esplicito.

Il semplice possesso dell'indirizzo e-mail non è sufficiente. Questo discorso vale anche quando un indirizzo e-mail viene trasmesso a terzi per l'invio di promemoria di valutazione, come ad esempio in caso di utilizzo del raccogliatore di recensioni o della raccolta automatica da parte di Trusted Shops. Nelle condizioni generali di adesione, Trusted Shops obbliga il commerciante online per contratto a ottenere un valido consenso.

Se la trasmissione dei dati avviene senza che il negozio online abbia ottenuto preventivamente il consenso, si tratta di una violazione contrattuale da parte del commerciante online, sul quale Trusted Shops può rivalersi.

Per questo motivo, all'attivazione della funzione si richiama esplicitamente a questo prerequisito.

Per ottenere un consenso valido ai sensi della legislazione tedesca contro la concorrenza sleale (UWG), § 7 par. 2 n. 3, è indispensabile una dichiarazione separata da parte dell'acquirente. La dichiarazione di consenso non può quindi essere unita ad altre dichiarazioni. È inoltre necessaria un'azione attiva da parte del cliente: questa può essere portata a termine solo contrassegnando una casella di spunta o premendo un pulsante separato che consente di richiedere l'invio di promemoria di valutazione, oppure con un'altra azione attiva, come ad esempio la compilazione di un campo con la sola funzione di richiedere l'invio di promemoria di valutazione.

Ambito e portata

L'ambito e la portata del consenso devono essere univoci: quali dati sono stati trasmessi e a chi, da chi sono stati inviati, a quale scopo, regolarmente o una volta sola ecc. Se la richiesta di recensione è stata inviata da terzi, la dichiarazione di consenso deve includere anche la trasmissione dell'indirizzo e-mail a terzi ai fini dell'invio di richieste di recensioni. Se il promemoria di valutazione viene inviato da Trusted Shops, è necessario che il cliente dichiari al negozio online il proprio consenso affinché l'indirizzo e-mail venga trasmesso a Trusted Shops ai fini dell'invio del promemoria di valutazione. È inoltre necessario informare sempre che il consenso può essere revocato in qualsiasi momento. La fornitura del consenso deve essere messa a protocollo in modo da disporre di prove.

Il consenso può ad esempio essere fornito per mezzo di una casella di spunta nell'account del cliente:

Consenso tramite casella di spunta

☐ Dopo i miei acquisti desidero sempre ricevere via e-mail un solo promemoria di recensione e accetto che il mio indirizzo e-mail venga fornito a Trusted Shops GmbH a questo scopo.

Oppure (in caso di invio del promemoria di valutazione da parte del negozio online)

☐ Desidero fornire una valutazione dei miei acquisti. A questo scopo, richiedo l'invio di un'e-mail dopo i miei acquisti.



Un'altra possibilità è inclusa nell' editor giuridico di Trusted Shops tra le indicazioni pratiche relative all'invito a fornire recensioni.

La richiesta del consenso nell'area login o attraverso un link nell'e-mail di conferma dell'ordine presenta il vantaggio che l'indirizzo e-mail è stato eventualmente già confermato (nel primo caso), oppure che solo il titolare dell'e-mail ha accesso al link (nel secondo caso). In entrambi i casi, il cosiddetto "double opt-in" utilizzato come prova è superfluo.

Cartoline di valutazione

Allegare una cartolina di valutazione non comporta alcun rischio.

Può trattarsi anche ad esempio di un volantino con l'indirizzo di un profilo delle recensioni.

I severi regolamenti previsti per la pubblicità via e-mail non si applicano a questa modalità di invio.

Anche in caso di contatto personale è possibile richiedere al cliente in maniera diretta di lasciare una recensione. Poiché in questo caso non ci si avvale dell'invio di e-mail, il consenso preventivo non è necessario.

Trusted Shops è il marchio di fiducia
n° 1 in Europa per il commercio online.



Ha altre domande sulle soluzioni di fiducia Trusted Shops?
Lo staff di Trusted Shops sarà lieto di aiutarla.

 +39 029 4754586

members@trustedshops.com