

CODICE DI CONDOTTA "PRIVACY OK"

**Privacy e protezione dei dati personali
nell'ambito di Internet e del commercio elettronico**

VERSIONE FP/02/2017 DEL 25.08.2017



Marchio di certificazione UE di proprietà di Federprivacy
deposito EUIPO n. 017454001 del 09.11.2017

INDICE

<u>PREMESSA</u>	3
<u>1 DISPOSIZIONI PRELIMINARI</u>	4
<u>1.1 DEFINIZIONI</u>	4
<u>1.2 FINALITÀ DEL CODICE</u>	5
<u>1.3 SOGGETTI ADERENTI AL CODICE, EFFICACIA, ED OPERATIVITÀ</u>	5
<u>1.5 MODALITÀ DI ADESIONE</u>	6
<u>1.6 LOGO DISTINTIVO</u>	6
<u>1.7 NORME DEONTOLOGICHE, DIFFUSIONE E AGGIORNAMENTO</u>	6
<u>2 APPLICAZIONE DEL CODICE</u>	7
<u>2.1 ORGANI DI GESTIONE, RAPPRESENTANZA, E VIGILANZA</u>	7
<u>2.2 FUNZIONI DEL CONSIGLIO DIRETTIVO</u>	7
<u>2.3 COMITATO DI VIGILANZA</u>	8
<u>2.4 FUNZIONI E ATTIVITÀ DEL COMITATO DI VIGILANZA</u>	8
<u>3 NORME DI COMPORTAMENTO</u>	9
<u>3.1 REQUISITI PER L'ADESIONE CON UTILIZZO DEL MARCHIO</u>	9
<u>3.2 - TUTELA DEI RAPPORTI CON GLI UTENTI</u>	9
<u>3.3 - PRATICHE E OMISSIONI INGANNEVOLI</u>	10
<u>3.4 - RISPETTO NORME QUALITÀ PROFESSIONALI DEGLI ADERENTI</u>	10
<u>3.5 - RISPETTO OBBLIGO DI INFORMARE GLI UTENTI</u>	11
<u>3.6 - RISPETTO DELLA NORMA SUL CONSENSO</u>	11
<u>3.7 - RISPETTO DEI DIRITTI DEGLI INTERESSATI</u>	11
<u>3.8 - TRATTAMENTI DI INFORMAZIONI SENSIBILI</u>	12
<u>3.9 - SICUREZZA DEI TRATTAMENTI ONLINE</u>	13
<u>3.10 - RESPONSABILE DELLA PROTEZIONE DEI DATI</u>	13
<u>3.11 - RISPETTO DEGLI OBBLIGHI GENERALI DELLA NORMATIVA</u>	13
<u>4 PUBBLICITA' DEL CODICE</u>	14
<u>4.1- PUBBLICITÀ DEL CODICE E DEL LOGO DISTINTIVO</u>	14
<u>5 PROCEDIMENTI DISCIPLINARI</u>	14
<u>5.1 - PRINCIPI PER IL GIUDIZIO</u>	14
<u>5.2 - PARERE PREVENTIVO</u>	14
<u>6 NORME PROCEDURALI</u>	14
<u>6.1 - SEGNALAZIONI AL COMITATO DI VIGILANZA</u>	14
<u>6.2 - PROCEDIMENTO AVANTI AL COMITATO DI VIGILANZA</u>	15
<u>6.3 - DECISIONE DEL COMITATO DI VIGILANZA E RICORSI</u>	15
<u>6.4 – PROCEDIMENTO D’UFFICIO</u>	16
<u>6.5 - PUBBLICAZIONE DELLE DECISIONI</u>	16
<u>6.6 - INOSSERVANZA DELLE DECISIONI</u>	16

PREMESSA

L'Associazione professionale Federprivacy, iscritta presso il Ministero dello Sviluppo Economico ai sensi della Legge 4/2013, è stata costituita nel 2008 e conta oltre 6.000 iscritti al proprio sito web istituzionale, e circa 15.000 lettori della propria newsletter settimanale. Tra le proprie finalità istituzionali di Federprivacy, rientrano quelle di promuovere con ogni mezzo la divulgazione, la conoscenza ed il rispetto delle normative vigenti in materia di privacy e data-protection su tutto il territorio nazionale ed internazionale, nonché elaborare codici etici e di condotta, definire linee guida e standard di riferimento negli ambiti della privacy e della protezione dei dati personali. Considerando che negli ultimi anni Internet ed il settore del commercio elettronico hanno registrato una crescita esponenziale, e che un numero sempre maggiore di utenti si avvale del web per comunicare e fare acquisti attraverso siti, app, ed altri servizi della società dell'informazione, di pari passo le statistiche e le ricerche condotte hanno evidenziato che una percentuale elevata di siti web e app non sono conformi alla normativa sulla protezione dei dati personali relativamente agli istituti dell'informativa e del consenso, e perciò si è ravvisata la necessità per gli interessati di disporre di modalità utili a valutare rapidamente il livello di conformità ai principi generali della normativa vigente in materia di protezione dei dati personali dei soggetti ai quali comunicano le proprie informazioni personali, o presso i quali acquistano prodotti e servizi online.

Sulla base degli orientamenti forniti dal Regolamento UE 2016/679, tra le possibili soluzioni da adottare per promuovere il rispetto della normativa in materia di protezione dei dati personali, attenuare i rischi, e migliorare la trasparenza nei confronti degli utenti, anche le associazioni sono incoraggiate ad elaborare dei codici di condotta, ragion per cui Federprivacy ha deciso di mettere a punto un proprio codice di condotta specificamente riguardante i trattamenti di dati personali effettuati nell'ambito di Internet e del commercio elettronico attraverso siti web, app, ed altri servizi della società dell'informazione.

Aziende pubbliche e private, associazioni, ed enti che aderiscono su base volontaria al presente Codice di Condotta, si impegnano in modo giuridicamente vincolante a soddisfarne i requisiti ivi previsti, e mediante il marchio di qualità denominato "Privacy Ok", che sono autorizzati ad esporre sui propri siti web, app, ed altri servizi della società dell'informazione, danno evidenza agli utenti consumatori circa gli standard a cui aderiscono e che si sono impegnati a rispettare.

Il Codice di Condotta "Privacy e protezione dei dati personali nell'ambito di Internet e del commercio elettronico", in abbinamento al marchio di qualità "Privacy Ok", intende quindi favorire il clima di fiducia degli utenti che utilizzano Internet, e contribuire ad uno sviluppo armonioso dell'economia digitale.

Articolo 1

DISPOSIZIONI PRELIMINARI

1.1 - Definizioni

Per una corretta comprensione dei contenuti del Codice di Condotta, nel presente documento si intende per:

- **"Aderente"**: ogni azienda pubblica o privata, associazione, o ente che aderisce al Codice di Condotta "Privacy e Protezione dei dati personali nell'ambito di Internet e del Commercio Elettronico" istituito da Federprivacy
- **"Utente"**: la persona che fruisce dei servizi della rete Internet e dei servizi di commercio elettronico definita anche "interessato" ai sensi della normativa in materia di protezione dei dati personali, e identificabile nell'ambito del commercio elettronico come "consumatore" ai fini del Codice del Consumo
- **"Internet"**: la rete pubblica dei sistemi informativi nel suo insieme, comprendente siti web, app, social network, Internet Of Things, ed altri servizi della società dell'informazione utilizzati per le comunicazioni informatiche ed il commercio elettronico
- **"Sito Web"**: ogni sito della rete pubblica Internet, compresi social network, blog, app, community, forum, ed altri servizi della società dell'informazione utilizzati sul World Wide Web.
- **"Codice"**: il presente Codice di Condotta nel suo insieme, comprendente, requisiti, standard, norme, prassi, regole, etc., applicabili ad aziende, associazioni, ed enti che vi aderiscono
- **"Marchio di Qualità"**: il marchio di qualità contrassegnato dal logo distintivo "Privacy Ok", promosso da Federprivacy per identificare siti web, app, ed altri servizi della società dell'informazione gestiti da aziende, associazioni, ed enti che aderiscono al presente Codice di Condotta, e che sono autorizzati ad esporlo per dare evidenza agli utenti degli standard che si sono impegnati a rispettare

1.2 - Finalità del Codice

Il presente Codice di Condotta (di seguito "Codice") è volto a disciplinare la condotta professionale di aziende, enti e associazioni che attraverso Internet trattano dati personali degli utenti, con lo scopo di fornire a questi ultimi uno strumento utile a valutare rapidamente il livello di conformità ai principi generali della normativa vigente in materia di protezione dei dati personali dei soggetti ai quali comunicano le loro informazioni personali, o presso i quali acquistano prodotti e servizi online.

Tra le finalità del Codice, vi sono anche quella di contribuire a migliorare la trasparenza dei trattamenti di dati personali in Internet, quella di favorire il clima di fiducia degli utenti che fruiscono dei servizi sia gratuiti che a pagamento erogati da siti web, e quella di fornire elementi propedeutici alla valutazione del grado di affidabilità di questi ultimi, stimolando così uno sviluppo armonioso dell'economia digitale a beneficio anche di imprese, enti, ed associazioni che sono giuridicamente assoggettati alle leggi e ai regolamenti dell'Unione Europea.

I soggetti che aderiscono al presente Codice si obbligano al rispetto delle norme in esso contenute, e possono richiedere l'autorizzazione ad esporre il marchio di qualità "Privacy Ok" per dare evidenza agli utenti circa gli standard che si sono impegnati a rispettare nell'ambito dei trattamenti di dati personali effettuati attraverso Internet.

Oltre alla conformità sotto il profilo legale alla normativa vigente in materia di protezione dei dati personali, anche la correttezza, la trasparenza, la riservatezza, e il rispetto dei principi morali ed etici, sono tutti elementi fondamentali del presente Codice che gli aderenti ad esso devono sempre perseguire nell'ambito dei trattamenti di dati personali che svolgono attraverso Internet.

1.3 - Soggetti aderenti al Codice, efficacia, ed operatività

Al Codice possono aderire imprese, enti, ed associazioni che effettuano trattamenti di dati personali tramite Internet, che sono giuridicamente assoggettati alle leggi e ai regolamenti dell'Unione Europea, e che rivestono la qualità di "sostenitori" di Federprivacy in regola con il pagamento delle quote annuali di pertinenza pubblicate sul sito web della stessa associazione. Sono consentite adesioni come gruppi di imprese, e sono accettate come valide adesioni anche riferite a singole divisioni o rami di aziende.

Non è consentita l'adesione al Codice da parte di titolari del trattamento che sono gestori di siti web che svolgono attività illegali, che violano palesemente la normativa in materia di protezione dei dati personali o quella sul diritto d'autore e sul copyright, oppure relativi a gioco d'azzardo, sfruttamento della prostituzione, intrattenimento pornografico e pedopornografico, collegati anche indirettamente a organizzazioni

terroristiche o estremiste, e di ogni altro settore che sia in contrasto con le norme dello statuto di Federprivacy, o che sia ritenuto incompatibile con esso a insindacabile giudizio del Consiglio Direttivo di Federprivacy.

L'adesione ai principi del Codice vincola aziende, associazioni ed enti aderenti al rispetto dei medesimi e le sottopone, in caso di violazione, all'applicazione delle sanzioni in esso definite.

1.5 - Modalità di adesione

L'adesione al Codice è obbligatoria per i soggetti che intendono darne evidenza agli utenti mediante la pubblicizzazione e l'esposizione del marchio di qualità "Privacy Ok", mentre è libera e volontaria per chi non intende ottenere il suddetto marchio.

Per aderire al Codice è necessaria la sottoscrizione dell'apposito modulo online messo a disposizione da Federprivacy sul proprio sito web, con il quale il soggetto richiedente dichiara di accettare tutte le finalità e le norme del Codice, impegnandosi a rispettarle, e accettando l'applicazione delle sanzioni previste in caso di inosservanza o violazioni.

1.6 - Logo distintivo

Gli aderenti che sono titolari di uno o più siti web, i quali risultano conformi alle finalità e ai dettati del Codice possono essere autorizzati da Federprivacy ad esporre e pubblicizzare su ciascuno di essi il logo distintivo del marchio di qualità "Privacy Ok", che attesta l'adesione vincolante allo stesso Codice e li contraddistingue come operatori che si impegnano a rispettarne gli standard nell'ambito dei trattamenti di dati personali effettuati attraverso Internet.

L'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità "Privacy Ok" da parte dell'aderente è concessa e/o rinnovata con validità annuale previa valutazione sui singoli siti web che Federprivacy può svolgere direttamente oppure avvalendosi di un ente di certificazione indipendente di terza parte per verificare la conformità al presente Codice.

Le richieste di autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità sono sottoposte a Federprivacy contestualmente all'adesione al Codice, indicando i siti web in cui si intende esporre il logo "Privacy Ok".

1.7 - Norme deontologiche, diffusione e aggiornamento

Federprivacy, in qualità di associazione promotrice, si impegna alla più ampia diffusione delle norme e delle finalità del Codice nei confronti degli utenti e anche sul fronte istituzionale, promuovendo in tal modo uno sviluppo armonioso del mercato digitale, avvalendosi di comunicazione stampa, mass media, e del proprio sito web, richiedendo eventualmente anche la collaborazione di enti pubblici e autorità.

Il Codice viene periodicamente aggiornato e/o modificato per mantenere la dovuta conformità alle continue innovazioni giuridiche, tecnologiche, ed operative di Internet e della normativa sulla protezione dei dati personali.

Ogni aggiornamento e/o modifica sono proposti dal Comitato di Vigilanza, e, previa approvazione del Consiglio Direttivo di Federprivacy, la versione aggiornata del Codice viene pubblicata sul sito web di Federprivacy e ne viene data comunicazione via posta elettronica certificata o ordinaria con conferma di lettura agli aderenti entro il termine massimo di giorni 10 dalla loro definizione.

A seguito della ricezione della notifica di aggiornamento e/o modifica del Codice, gli aderenti hanno 7 giorni di tempo per esprimere eventuali osservazioni, o manifestare eventuali contestazioni.

Decorsi i suddetti termini, gli aggiornamenti e/o le modifiche apportate si intendono definitivamente accettate ed immediatamente applicabili per tutti gli aderenti con non abbiano manifestato il proprio dissenso.

Articolo 2

APPLICAZIONE DEL CODICE

2.1 - Organi di gestione, rappresentanza, e vigilanza

L'organo deputato alla gestione e alla promozione del Codice e dei principi in esso contenuti è il Consiglio Direttivo di Federprivacy.

L'organo deputato alla vigilanza sull'applicazione del Codice da parte degli aderenti è il Comitato di Vigilanza di Federprivacy.

2.2 – Funzioni del Consiglio Direttivo

Nell'ambito del presente Codice, il Consiglio Direttivo ha le seguenti funzioni:

- Ricevere ed esaminare le domande di adesione al presente Codice
- Dare comunicazione agli aderenti dell'attribuzione del marchio di qualità, o la sua sospensione o revoca, nonché comminare le sanzioni previste dal Codice
- Tenere ed aggiornare il registro degli aderenti autorizzati ad utilizzare il marchio di qualità
- Raccogliere eventuali reclami proposti dagli aderenti stessi e dai terzi utenti consumatori e sottoporli all'esame del Comitato di Vigilanza, ratificandone le relative decisioni

2.3 – Comitato di Vigilanza

Il Comitato di Vigilanza di Federprivacy è composto da un minimo di tre a un massimo di cinque membri che sono esperti giuridici della normativa in materia di privacy e protezione dei dati personali. I membri del Comitato di Vigilanza eleggono tra di loro un presidente che coordina gli altri membri.

I membri del Comitato di Vigilanza vengono nominati e revocati dal presidente di Federprivacy, durano in carica due anni, e la loro nomina è rinnovabile. La loro carica è puramente onorifica e non prevede compensi.

2.4 – Funzioni e attività del Comitato di Vigilanza

Il Comitato di Vigilanza ha i seguenti compiti:

- Vigilare sulla corretta applicazione del Codice da parte degli aderenti, riportando direttamente al Consiglio Direttivo
- Su incarico del Consiglio direttivo di Federprivacy, verificare il rispetto dei requisiti del presente Codice da parte degli aderenti
- Svolgere periodicamente attività di audit con o senza preavviso su siti web che espongono il marchio di qualità
- Esaminare e gestire i reclami proposti dagli aderenti stessi e dagli utenti
- Definire, dopo il procedimento di infrazione e nel rispetto del principio di contraddittorio e di difesa, le sanzioni previste nel presente Codice
- Tutelare il marchio di qualità attestante l'adesione al presente Codice anche in sede giurisdizionale, in ogni Stato e grado
- Fornire pareri preventivi agli aderenti e al Consiglio Direttivo

Il Comitato di Vigilanza, nell'ambito della propria attività, può svolgere ogni indagine ritenuta opportuna e finalizzata alla verifica della corretta attuazione del presente Codice anche senza preavviso.

Il Comitato di Vigilanza opera in trasparenza, ma tenendo strettamente riservate tutte le informazioni raccolte di cui viene a conoscenza nel corso dello svolgimento della propria attività.

Ogni aderente al Codice è obbligato a dare la massima collaborazione al Comitato di Vigilanza laddove vengano richieste informazioni e/o documenti necessari a verificare e/o comprovare il rispetto delle norme dello stesso Codice.

Articolo 3

NORME DI COMPORTAMENTO

3.1 - Requisiti per l'adesione con utilizzo del marchio

Ogni soggetto che intende aderire al presente Codice con lo scopo di utilizzare il marchio di qualità "Privacy Ok" deve formulare istanza di adesione su apposito modulo online da inviare al Consiglio Direttivo recante:

1. Denominazione, ragione sociale e sede del soggetto richiedente
2. URL o altri estremi identificativi di ciascun sito web per cui è richiesto l'utilizzo del marchio di qualità
3. Dichiarazione di non tenere occultamente una condotta contraria al Codice
4. Dichiarazione di presa visione e di impegno al rispetto del Codice
5. Dichiarazione dell'eventuale possesso di una polizza assicurativa sulla responsabilità civile per danni derivanti da violazioni sui dati personali cagionati a terzi che abbiano il diritto ad essere risarciti

Il Consiglio Direttivo, dopo la verifica della completezza e della conformità della documentazione prodotta, procederà ad annotare i dati del richiedente sul Registro degli aderenti, e a dare comunicazione al richiedente dell'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità.

Gli obblighi derivanti dall'adesione al presente Codice decorrono dalla data di iscrizione nel Registro degli aderenti.

3.2 - Tutela dei rapporti con gli utenti

Ogni aderente al Codice si impegna a mantenere un comportamento improntato sulla correttezza, la liceità, e sul rispetto degli utenti in ogni attività svolta attraverso i propri siti web che comporta il trattamento dei loro dati personali.

Nell'ambito dello svolgimento delle proprie attività svolte attraverso i propri siti web, l'aderente deve sempre comportarsi in modo trasparente con l'interessato, in conformità con le disposizioni vigenti in materia di protezione dei dati personali e in linea con i principi etici contenuti nel presente Codice.

Il mancato rispetto delle norme di cui al presente articolo potrà comportare, dopo un primo ammonimento, la revoca dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità.

3.3 - Pratiche e omissioni ingannevoli

E' considerata ingannevole una pratica che comporta la comunicazione di informazioni non veritiere, o che, seppure di fatto corrette, sono in grado di indurre in errore l'utente medio riguardo all'assunzione di decisioni, che altrimenti non avrebbe preso, di fornire i propri dati personali o prestare liberamente il proprio consenso all'Aderente.

E' considerata altresì ingannevole una pratica che comporta l'omissione di informazioni rilevanti e comunque necessarie all'utente medio per prendere una decisione consapevole di fornire i propri dati personali o prestare il proprio consenso all'Aderente.

Sono in ogni caso considerate ingannevoli le pratiche che si basino palesemente sull'inganno o che risultino significativamente riduttive a causa di fattori spazio temporali che rendano difficoltoso per l'utente medio essere dovutamente informato o prestare consapevolmente il proprio consenso al trattamento dei suoi dati personali, nonché l'utilizzo di sistemi mirati a forzare l'ottenimento del consenso dell'interessato mediante checkbox preselezionate o altri espedienti che pregiudichino l'effettiva possibilità di esprimere liberamente il proprio consenso.

Il mancato rispetto delle norme di cui al presente articolo potrà comportare, dopo un primo ammonimento, l'applicazione di una sanzione fino 6 mesi di sospensione dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità.

3.4 - Rispetto delle norme sulle qualità professionali degli aderenti

L'adesione al Codice impone agli aderenti l'obbligo di garantire standard professionali di elevata qualità nello svolgimento di trattamenti di dati personali attraverso i propri siti web.

Per questo motivo, gli aderenti devono disporre di strumenti o modalità per essere regolarmente informati ed aggiornati sulle principali prescrizioni di legge in materia di protezione dei dati personali.

Il mancato rispetto delle norme di cui al presente articolo potrà comportare, dopo un primo ammonimento, l'applicazione di una sanzione fino 2 mesi di sospensione dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità.

3.5 - Rispetto obbligo di informare gli utenti

Ogni aderente è tenuto ad adottare nei propri siti web delle misure appropriate per fornire all'utente tutte le informazioni riguardanti il trattamento dei suoi dati personali in conformità alla normativa vigente in materia.

Tali informazioni devono essere fornite all'interessato in modo conciso, trasparente, intelligibile e facilmente accessibile, con un linguaggio semplice e chiaro, in particolare nel caso di informazioni destinate specificamente ai minori.

Una delle lingue utilizzate deve essere quella ufficiale o prevalente dell'area geografica a cui si rivolge il sito web, oppure l'inglese se il servizio è rivolto a un pubblico internazionale di utenti.

Il mancato rispetto delle norme di cui al presente articolo potrà comportare, dopo un primo ammonimento, la revoca dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità.

3.6 - Rispetto della norma sul consenso dell'interessato

In tutti i casi in cui il trattamento dei dati personali richiede consenso, l'aderente deve essere in grado di dimostrare che l'interessato, possa liberamente prestare il proprio consenso in conformità con le prescrizioni di legge vigenti, sia che si tratti di un maggiorenne oppure di un minore.

L'aderente è tenuto altresì a rispettare il diritto dell'interessato di revocare il proprio consenso in qualsiasi momento con la stessa facilità con cui è stato precedentemente accordato.

Il mancato rispetto delle norme di cui al presente articolo potrà comportare, dopo un primo ammonimento, la revoca dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità.

3.7 - Rispetto dei diritti degli interessati

Ogni aderente al Codice si impegna a rispettare tutti i diritti dell'interessato che sono riconosciuti a questo dalla normativa vigente in materia di protezione dei dati personali.

I riscontri alle richieste avanzate dall'interessato nei confronti dell'aderente per l'esercizio dei propri diritti in ordine al trattamento dei propri dati personali devono essere forniti nelle modalità e nei termini stabiliti dalla legge.

Il mancato rispetto delle norme di cui al presente articolo potrà comportare, dopo un primo ammonimento, l'applicazione di una sanzione fino 3 mesi di sospensione dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità.

3.8 - Trattamenti di informazioni sensibili

A meno che l'interessato non abbia prestato il proprio consenso esplicito e specifico in conformità alla normativa vigente, o che sussistano specifiche deroghe previste dalla legge, l'aderente al Codice è tenuto a rispettare il divieto di trattare informazioni di carattere sensibile, quali i dati personali che rivelino l'origine razziale o etnica, le opinioni politiche, le convinzioni religiose o filosofiche, o l'appartenenza sindacale, nonché dati genetici, dati biometrici intesi a identificare in modo univoco una persona fisica, dati relativi alla salute o alla vita sessuale o all'orientamento sessuale della persona.

Il mancato rispetto delle norme di cui al presente articolo potrà comportare, dopo un primo ammonimento, la revoca dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità.

3.9 - Sicurezza dei trattamenti online

Tra le misure tecniche e organizzative adeguate che il titolare deve adottare per proteggere i dati personali in base alla normativa vigente al fine di garantire un livello di sicurezza adeguato al rischio, l'aderente al presente Codice deve prevedere nei propri siti web l'utilizzo di un protocollo di comunicazione sicura a 128 bit o superiore utilizzando certificati SSL (Secure Sockets Layer) emessi da una Certification Authority di terza parte (trusted third party).

Il mancato rispetto delle norme di cui al presente articolo potrà comportare, dopo un primo ammonimento, l'applicazione di una sanzione fino 2 mesi di sospensione dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità.

3.10 - Responsabile della protezione dei dati

Qualora l'aderente al presente Codice rientri nei parametri dalla normativa vigente ed applicabile che prevedono l'obbligo di designazione di un responsabile della protezione dei dati (data protection officer), ne deve correttamente rendere noti gli estremi identificativi e i dati di contatto in modo accessibile agli utenti sui propri siti web che trattano dati personali.

Il mancato rispetto delle norme di cui al presente articolo potrà comportare, dopo un primo ammonimento, l'applicazione di una sanzione fino 3 mesi di sospensione dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità.

3.11 - Rispetto degli obblighi generali della normativa

Anche se non espressamente riportati nel presente Codice, ogni aderente è tenuto a rispettare tutti gli altri obblighi generali ad esso applicabili della normativa vigente in materia di dati personali, per i quali è compito dell'Autorità di Controllo sorvegliarne l'applicazione e accertarne le violazioni, comminando le eventuali sanzioni pecuniarie previste dalla legge.

Il mancato rispetto delle norme di cui al presente articolo potrà comportare, anche senza previo ammonimento, l'applicazione di una sanzione da 2 mesi di sospensione, e nei casi più gravi fino alla revoca dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità.

Articolo 4

PUBBLICITA' DEL CODICE

4.1- Pubblicità del Codice e del logo distintivo

Il presente Codice, presentato nella sua versione originale e aggiornata, ovvero recante nella prima pagina il marchio di qualità "Privacy Ok", logo distintivo dell'adesione al medesimo, deve essere messo a disposizione dell'utente, affinché questo possa essere liberamente consultato. L'aderente, dovrà inoltre fornire, se richieste dagli utenti, informazioni di contatto di Federprivacy quale soggetto promotore del Codice e del marchio di qualità.

L'aderente ha la facoltà di divulgare il Codice e la propria qualità di aderente nei modi e con i mezzi che ritenga opportuni, nel rispetto delle finalità del presente Codice.

Ogni aderente al presente Codice può esporre il logo distintivo del marchio di qualità "Privacy Ok" anche su cataloghi stampati per la divulgazione al pubblico dei propri servizi della società dell'informazione, purché questi riguardino i siti web per cui è autorizzato all'utilizzo del marchio di qualità.

Ogni eventuale abuso del marchio di qualità e del logo distintivo "Privacy Ok", è da considerarsi una violazione delle norme contenute nel Codice, e pertanto soggetto a sanzione, fatta salva ogni facoltà di tutelare il marchio in sede giudiziaria da parte di Federprivacy, in qualità di soggetto promotore e titolare della proprietà intellettuale del Codice e del marchio stesso.

Il mancato rispetto delle norme di cui al presente articolo potrà comportare, dopo un primo ammonimento, l'applicazione di una sanzione fino 4 mesi di sospensione dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità.

Articolo 5

PROCEDIMENTI DISCIPLINARI

5.1 - Principi per il giudizio

I provvedimenti disciplinari sono definiti dal Comitato di Vigilanza in conformità alle previsioni del presente Codice esclusivamente sulla base di evidenze oggettive, e non di sospetti, impressioni personali, o mere segnalazioni da parte di terzi.

I membri del Comitato di Vigilanza svolgono le loro funzioni in base ai loro principi etici e alle loro competenze secondo il proprio libero convincimento, e non in rappresentanza di interessi di categoria.

Nell'adempimento dei loro compiti i membri del Comitato di Vigilanza sono tenuti ad osservare il massimo riserbo.

5.2 - Parere preventivo

Su richiesta di un aderente, il Comitato di Vigilanza esprime, in via preventiva, il proprio parere circa la conformità alle norme del Codice che si intenderebbe attuare.

Il parere viene espresso sotto riserva della validità e completezza dei dati e delle informazioni fornite dalla parte richiedente. A questa condizione, il parere di conformità impegna il Comitato di Vigilanza a non agire d'ufficio contro la condotta approvata.

L'aderente nei cui confronti è stato espresso un parere preventivo deve astenersi da ogni utilizzo del parere medesimo per fini di pubblicità o per divulgazione a terzi.

Il mancato rispetto delle norme di cui al presente articolo potrà comportare, dopo un primo ammonimento, l'applicazione di una sanzione fino 1 mese di sospensione dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità.

Articolo 6

NORME PROCEDURALI

6.1 - Segnalazioni al Comitato di Vigilanza

Chiunque ritenga di subire pregiudizio da attività contrarie al Codice può richiedere l'intervento del Comitato di Vigilanza nei confronti di chi, avendo accettato il Codice stesso, abbia commesso le attività ritenute in violazione del medesimo.

I soggetti, diversi dai consumatori o loro associazioni, che intendano chiedere l'intervento del Comitato di Vigilanza, devono inviare un'istanza scritta tramite l'apposito modulo online presente nel sito web di Federprivacy, indicando la condotta che intende sottoporre all'esame del Comitato di Vigilanza, esponendo le proprie ragioni ed allegando la relativa documentazione.

Il Comitato di Vigilanza, confermando la ricezione dell'istanza, comunicherà termini e modalità di riscontro, con l'eventuale previsione di un addebito di un corrispettivo per diritti di segreteria.

I singoli utenti, come le associazioni di categoria, possono gratuitamente segnalare al Comitato di Vigilanza le condotte ritenute non conformi alle norme del presente Codice, presentando un'istanza scritta tramite l'apposito modulo online presente nel sito web di Federprivacy, indicando la condotta che si intende sottoporre all'esame del Comitato di Vigilanza, esponendo le proprie ragioni ed allegando la relativa documentazione.

6.2 - Procedimento avanti al Comitato di Vigilanza

Le richieste di provvedimento vengono inviate al Presidente del Comitato di Vigilanza che provvede all'istruzione della pratica, con la nomina di un relatore tra i membri del Comitato medesimo.

Nello svolgimento del proprio compito il Comitato di Vigilanza può interpellare le parti interessate e acquisire i necessari documenti utili alla disamina della vicenda, nonché concedere alle parti un termine per le proprie deduzioni.

Il termine per lo svolgimento dell'intera procedura è fissato in un massimo di 30 giorni dalla prima riunione del Comitato. Al termine dei predetti 30 giorni, qualora il Comitato ritenga la pratica sufficientemente istruita, emette la propria decisione.

6.3 - Decisione del Comitato di Vigilanza e ricorsi

Quando il Comitato di Vigilanza emette la sua decisione, ne dà tempestiva comunicazione per iscritto alle parti interessate, previa ratifica del Consiglio Direttivo di Federprivacy.

Quando la decisione stabilisce che la condotta esaminata non è conforme alle norme del Codice, dispone che le parti interessate desistano dalla stessa e determina le sanzioni previste dal presente Codice con decisione motivata, fornendo quando opportuno precisazioni sugli elementi disapprovati.

Le decisioni del Comitato di Vigilanza sono vincolanti e definitive, fatta comunque salva la facoltà di proporre ricorso al Collegio di Probiviri secondo le procedure e le modalità previste dallo statuto di Federprivacy per i propri iscritti.

6.4 – Procedimento d’Ufficio

Il Comitato di Vigilanza può procedere d’Ufficio alla verifica di conformità al Codice di ogni condotta praticata dagli aderenti, e qualora la condotta presa in esame appaia contraria a una o più norme del Codice, può aprire formalmente un procedimento di infrazione.

6.5 - Pubblicazione delle decisioni

Tutte gli estremi delle decisioni del Comitato di Vigilanza sono pubblicate sul sito internet di Federprivacy.

Le parti nei cui confronti la decisione è stata pronunciata devono astenersi da ogni utilizzazione della decisione medesima per fini di pubblicità.

6.6 - Inosservanza delle decisioni

Qualora gli aderenti che sono tenuti ad uniformarsi alle decisioni del Comitato di Vigilanza non vi si attengano nei tempi previsti neppure dopo un reiterato ordine di cessazione di una condotta disapprovata, il Comitato di Vigilanza dispone che sia data notizia al pubblico dell'inottemperanza attraverso gli organi di informazione di Federprivacy.

L'inottemperanza alle decisioni del Comitato di Vigilanza costituiscono grave inadempimento degli obblighi previsti dal Codice e comportano la radiazione dal Registro degli aderenti, nonché la revoca dell'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità.

Firenze, 29 agosto 2017