



# REGOLAMENTO

## Marchio di qualità

# "PRIVACY OK"

VERSIONE FP/05/2020 DEL 09.12.2020



Marchio di certificazione UE di proprietà di Federprivacy deposito EUIPO  
protocolli n. 017454001 del 09.11.2017 e n.017941779 del 10.08.2018

**FEDERPRIVACY** – Associazione Professionale ai sensi della Legge 4/2013, iscritta nel Registro del Ministero dello Sviluppo Economico – Sede Legale: Via Brunetto Degli Innocenti, 2 – 50063 Figline Valdarno (Firenze) ITALY - Codice Fiscale 94156260484 Partita Iva IT06413480481 – Tel. +39 055 5276058 - Numero Verde 800910424 - Fax +39 055 5609184 - Skype : Federprivacy Web: [www.federprivacy.org](http://www.federprivacy.org) - Email : [urp@federprivacy.org](mailto:urp@federprivacy.org) - Pec : [federprivacy@pec.it](mailto:federprivacy@pec.it) - Twitter: [@Federprivacy](https://twitter.com/Federprivacy)

## INDICE

ART. 1 USO E CONCESSIONE DEL MARCHIO DI QUALITÀ

ART. 2 NORMATIVA DI RIFERIMENTO E PROPRIETÀ DEL MARCHIO

ART. 3 FINALITÀ DEL MARCHIO

ART. 4 SISTEMA DEL MARCHIO

ART. 5 CONCESSIONE E MANTENIMENTO DEL MARCHIO

ART. 6 MODALITÀ DI ATTRIBUZIONE DEL MARCHIO

ART. 7 LOGO IDENTIFICATIVO

ART. 8 QUOTA ANNUA DI ISCRIZIONE NEL "CLUB PRIVACY OK"

ART. 9 COMPOSIZIONE E FUNZIONI DEL COMITATO DI VIGILANZA

ART. 10 MODALITÀ DI VERIFICA DELLE CARATTERISTICHE E DI  
SORVEGLIANZA DELL'USO DEL MARCHIO

ART. 11 SANZIONI E REVOCA MARCHIO

ART. 12 USO INDEBITO DEL MARCHIO

ART. 13 APPROVAZIONE E REVISIONI DEL REGOLAMENTO

ART. 14 NORME FINALI

## **Art. 1 Uso e concessione del Marchio di Qualità**

Premesso che Federprivacy non svolge un'attività che comporta la fornitura di prodotti o servizi del tipo certificato con il codice di condotta "Privacy Ok", e per tale ragione soddisfa le condizioni di cui all'articolo 83, paragrafo 2, del regolamento UE 2017/1001, il presente Regolamento disciplina l'uso e la concessione a terzi del Marchio di Qualità (di seguito "marchio") 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 Codice di Condotta "Privacy Ok - Privacy e protezione dei dati personali nell'ambito di Internet e del commercio elettronico", di seguito denominato "codice di condotta".

## **Art. 2 Normativa di riferimento e proprietà del marchio**

La normativa di riferimento per il marchio di cui al presente regolamento è la Direttiva europea 2006/123/CE (recepita in Italia con il Dlgs 59/2010) relativa ai servizi nel mercato europeo comune basata sugli articoli 47.2 e 55 del Trattato della Comunità Europea, la quale promuove l'armonizzazione delle legislazioni dei paesi membri in ambiti quali la tutela dei consumatori, che è la principale finalità perseguita da Federprivacy con l'istituzione del marchio "Privacy Ok", come dettagliatamente specificato all'art. 3 del presente regolamento. La proprietà del marchio è di Federprivacy, e chiunque intenda esporlo nel proprio sito web, esporlo nel proprio materiale promozionale, o utilizzarlo in qualsivoglia altra modalità, deve essere preventivamente autorizzato dalla stessa Federprivacy.

## **Art. 3 Finalità del Marchio**

La finalità del marchio "Privacy Ok" è quella di offrire agli utenti consumatori che si avvalgono del web per acquistare prodotti e servizi uno strumento che permetta loro di 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 mediante la rete Internet. In tale ambito, i servizi contemplati dal marchio "Privacy Ok" sono rientranti nella classe 42 della Classificazione di Nizza relativa a servizi di sicurezza dei dati; programmazione di programmi per la sicurezza in internet; servizi di sicurezza per reti informatiche, accessi informatici e transazioni computerizzate; servizi di sicurezza informatica contro l'accesso illegale a una rete; analisi di minacce per la sicurezza informatica per la protezione dei dati.

## **Art. 4 Sistema del Marchio**

Il sistema del marchio è costituito da:

- Codice di condotta
- Regolamento del marchio di qualità "Privacy Ok"
- Logo distintivo "Privacy Ok"
- Consiglio Direttivo di Federprivacy
- Comitato di Vigilanza di Federprivacy
- Modulistica pubblicata online sul sito di Federprivacy per l'adesione al codice di condotta e la richiesta attribuzione del marchio di qualità
- Registro "Club Privacy Ok" pubblicato online sul sito [www.federprivacy.org](http://www.federprivacy.org)
- Sanzioni per l'inosservanza delle norme del codice di condotta

I provvedimenti disciplinari sono definiti dal Comitato di Vigilanza in conformità alle previsioni contenute nel codice di condotta ed elencate all'art.11 del presente regolamento esclusivamente sulla base di evidenze oggettive, e non di sospetti, impressioni personali, o mere segnalazioni da parte di terzi.

### **Art. 5 Concessione e mantenimento del Marchio**

Le modalità di concessione e mantenimento del marchio si basano:

- sul rispetto, da parte degli aderenti, del codice di condotta, e del presente Regolamento;
- sull'attività di verifica del rispetto di tali requisiti da parte del Comitato di Vigilanza o dell'ente di certificazione indipendente di terza parte incaricato di verificare la conformità al codice di condotta;
- sull'attribuzione del marchio con comunicazione formale da parte di Federprivacy
- sul pagamento della quota annua di pertinenza per l'iscrizione nel "Club Privacy Ok"

La richiesta di concessione all'utilizzo del marchio di qualità "Privacy Ok" da parte dell'aderente deve essere effettuata contestualmente all'adesione al codice di condotta, esclusivamente attraverso la procedura online descritta all'art.6 del presente regolamento.

A seguito della ricezione della richiesta di concessione del marchio di qualità e alla contestuale adesione al codice di condotta, Federprivacy incarica l'ente di certificazione indipendente di terza parte TÜV Italia di svolgere la verifica della conformità a tutti i requisiti richiesti dal codice di condotta da parte del sito web del richiedente, redigendo relativo rapporto indicante l'esito finale, sulla base del quale nei successivi 15 giorni lavorativi Federprivacy comunica al richiedente tramite email:

- Esito positivo con autorizzazione alla concessione all'utilizzo del marchio per un 1 anno previo pagamento della quota annua di iscrizione di pertinenza nel "Club Privacy Ok", come specificato nella procedura di richiesta online
- Esito negativo con diniego alla concessione all'utilizzo del marchio e l'indicazione dei punti delle norme di comportamento non soddisfatte dal sito, senza richiesta di pagamento di alcuna quota di iscrizione

In caso di esito positivo, di propria iniziativa o su segnalazione di uno o più utenti il Comitato di Vigilanza verifica, non meno di una volta l'anno, che il sito web mantenga la conformità al codice di condotta nelle modalità descritte all'art.10 del presente regolamento, riferendo tempestivamente al Consiglio Direttivo di Federprivacy le eventuali non conformità riscontrate.

### **Art. 6 Modalità di attribuzione del Marchio**

La richiesta di attribuzione del marchio deve essere inoltrata dal soggetto richiedente a Federprivacy attraverso la specifica procedura online sul sito [www.federprivacy.org](http://www.federprivacy.org) con contestuale adesione al codice di condotta, utilizzando esclusivamente l'apposita funzione "Richiedi il Marchio di Qualità Privacy Ok" presente nel menù utente dell'area riservata dei soggetti aderenti di Federprivacy, nella quale vengono richieste le seguenti informazioni:

- Nome e Cognome della persona fisica che inoltra la richiesta
- Ente/Azienda richiedente
- Indirizzo della sede principale dell'ente/azienda completo di cap, città, provincia
- Partita iva o codice fiscale del richiedente
- Indirizzo Web (url) del sito per cui viene richiesta la concessione del marchio
- Conferma della presa visione del codice di condotta con impegno a rispettarlo
- Dichiarazione che l'azienda/ente richiedente non tiene occultamente alcuna condotta contraria al Codice di condotta
- Eventuale possesso di una polizza assicurativa sulla responsabilità civile per danni derivanti da violazioni sui dati personali cagionati a terzi
- Disponibilità a versare la quota annua di iscrizione nel "Club Privacy Ok" in caso di concessione all'utilizzo del marchio

Gli obblighi derivanti dall'adesione al codice di condotta decorrono dalla data della comunicazione formale di attribuzione del marchio.

### **Art. 7 Logo identificativo**

Ogni aderente è tenuto ad esporre il logo distintivo "Privacy Ok", che attesta la propria adesione al codice di condotta, solo ed esclusivamente nei siti web per cui ha ricevuto comunicazione formale di attribuzione del marchio di qualità. Il marchio di qualità può essere utilizzato dai soggetti autorizzati anche nel proprio materiale pubblicitario, e in altri modi e con mezzi che siano ritenuti opportuni, purché nel rispetto delle finalità del presente Regolamento, e a condizione che venga sempre specificato il sito web in cui è esposto il logo identificativo.

Il logo, può essere utilizzato dai soggetti autorizzati solo nelle due versioni a) e b) approvate da Federprivacy (vedasi sotto le rispettive rappresentazioni grafiche), anche in dimensioni diverse da quelle dell'originale riportato nel presente codice di condotta, purché ne sia mantenuta tassativamente inalterata la forma grafica.



**a)** Marchio Privacy Ok versione scudo semplice



**b)** Marchio Privacy Ok versione scudo incorniciato con denominazione Federprivacy

Il logo del marchio di qualità "Privacy Ok" deve contenere un link all'indirizzo [www.federprivacy.org/privacyok](http://www.federprivacy.org/privacyok), pagina del sito di Federprivacy in cui sono pubblicati il presente Regolamento e il codice di condotta, così da rendere liberamente consultabile all'utente consumatore tutta la documentazione relativa al marchio e agli obblighi assunti dal soggetto che aderisce al codice di condotta.

Ogni eventuale abuso del marchio è da considerarsi una violazione delle norme contenute nel codice di condotta, e pertanto, soggetto a sanzione, fatta salva ogni facoltà di tutelare il marchio in sede giudiziaria da parte di Federprivacy.

### **Art. 8 Quota annua di iscrizione nel "Club Privacy Ok"**

Per la concessione ed il rinnovo del marchio, l'aderente è tenuto al versamento di una quota annua per l'iscrizione nel "Club Privacy Ok", contributo che è destinato al sostegno del funzionamento del Sistema, il cui ammontare determinato da Federprivacy e da questa pubblicato sul proprio sito web.

### **Art. 9 Composizione e funzioni del 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.

Il Comitato di Vigilanza ha i seguenti compiti:

- Vigilare sulla corretta applicazione del Codice da parte degli aderenti
- Su incarico del Consiglio direttivo di Federprivacy, verificare il rispetto dei requisiti del codice di condotta 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 codice di condotta
- Tutelare il marchio di qualità attestante l'adesione al codice di condotta 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, riportando direttamente al Consiglio Direttivo di Federprivacy.

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.

## **Art. 10 Modalità di verifica delle caratteristiche e di sorveglianza dell'uso del marchio**

Il Comitato di Vigilanza svolge tutte le attività di verifica delle caratteristiche e di sorveglianza dell'uso del marchio "Privacy Ok" interamente in remoto, di propria iniziativa o su segnalazione ricevute da parte di utenti, ispezionando online i siti web che lo hanno ottenuto, verificando che questi siano conformi a tutti i requisiti del codice di condotta, relativi a quanto di seguito descritto:

**a) 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).

**b) 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).

**c) 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).

**d) 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).

**e) Rispetto della norma sul consenso dell'interessato** (In tutti i casi in cui il trattamento dei dati personali richiede il 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).

**f) 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).

**g) 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)

**h) 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).

**i) 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), o comunque abbia provveduto a dotarsi facoltativamente di tale figura, ne deve correttamente rendere noti i dati di contatto in modo accessibile agli utenti sui propri siti web che trattano dati personali).

**l) 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)



## **Art. 11 Sanzioni e revoca marchio**

La violazione delle norme di comportamento previste nel presente Regolamento e nel codice di condotta da parte di un aderente, a seconda della gravità delle violazioni rilevate e tenuto conto dell'eventuale recidiva, comporta le sanzioni previste nello stesso codice di condotta nelle misure di seguito descritte:

- **Violazione art. 3.2 del codice di condotta** - Tutela dei rapporti con gli utenti: dopo un primo ammonimento, la revoca dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità
- **Violazione art. 3.3 del codice di condotta** - Pratiche e omissioni ingannevoli: applicazione di una sanzione fino 6 mesi di sospensione dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità
- **Violazione art. 3.4 del codice di condotta** - Rispetto delle norme sulle qualità professionali degli aderenti: applicazione di una sanzione fino 2 mesi di sospensione dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità
- **Violazione art. 3.5 del codice di condotta** - Rispetto obbligo di informare gli utenti: dopo un primo ammonimento, la revoca dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità
- **Violazione art. 3.6 del codice di condotta** - Rispetto della norma sul consenso dell'interessato: dopo un primo ammonimento, la revoca dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità
- **Violazione art. 3.7 del codice di condotta** - Rispetto dei diritti degli interessati: dopo un primo ammonimento, l'applicazione di una sanzione fino 3 mesi di sospensione dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità
- **Violazione art. 3.8 del codice di condotta** - Trattamenti di informazioni sensibili: dopo un primo ammonimento, la revoca dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità
- **Violazione art. 3.9 del codice di condotta** - Sicurezza dei trattamenti online: dopo un primo ammonimento, l'applicazione di una sanzione fino 2 mesi di sospensione dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità
- **Violazione art. 3.10 del codice di condotta** - Responsabile della protezione dei dati: dopo un primo ammonimento, l'applicazione di una sanzione fino 3 mesi di sospensione dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità
- **Violazione art. 3.11 del codice di condotta** - Rispetto degli obblighi generali della normativa: 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
- **Violazione art. 4.1 del codice di condotta** - Pubblicità del Codice e del logo distintivo: dopo un primo ammonimento, l'applicazione di una sanzione fino 4 mesi di sospensione dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità
- **Violazione art. 5.2 del codice di condotta** - Parere preventivo: dopo un primo ammonimento, l'applicazione di una sanzione fino 1 mese di sospensione dall'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità.

I provvedimenti e le sanzioni sulle violazioni delle norme del presente Regolamento e del codice di condotta sono comminate dal Consiglio Direttivo.

In caso di revoca dell'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità, Federprivacy notifica il provvedimento tramite posta elettronica certificata o ordinaria con conferma di lettura agli aderenti, e provvede ad aggiornare il registro online dei soggetti ad utilizzare il marchio.

#### **Art. 12 Uso indebito del Marchio**

Federprivacy si riserva in ogni caso qualsiasi iniziativa in ambito civile e penale qualora l'uso indebito abbia arrecato danno diretto o indiretto alla propria immagine o di quella di altri soggetti aderenti al codice ed autorizzate ad utilizzare il marchio.

#### **Art. 13 Approvazione e revisioni del Regolamento**

Il presente Regolamento è revisionato su proposta del Comitato di Vigilanza, e approvazione del Consiglio Direttivo di Federprivacy. Ogni adeguamento e/o modifica è notificata 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.

#### **Art. 14 Norme finali**

Per quanto non previsto dal presente regolamento e dal codice di condotta, la concessione dell'uso del marchio è disciplinata dalla legislazione vigente.

Firenze, 9 dicembre 2020