

Regolamento sulla Pubblicità Comportamentale Online - OBA

Il Consiglio Direttivo dell'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria ha assegnato al Comitato di Controllo la gestione dei reclami sulle attività di pubblicità comportamentale online (in seguito: OBA) in base alle disposizioni dell'*European Advertising Standards Alliance "Best Practice Recommendation on Online Behavioural Advertising"* (in seguito: *EASA OBA BPR*) e del "*Framework Interactive Advertising Bureau Europe*" (in seguito: *Framework IAB Europe*).

Entrambe queste iniziative autoregolamentari europee mirano a garantire, fermi gli obblighi di legge, trasparenza per il consumatore, nonché la possibilità di scelta in relazione agli OBA e meccanismi di tutela facili e accessibili nel caso di problemi o contestazioni.

Definizioni:

- a) **pubblicità comportamentale online (OBA)**: raccolta di dati sulle attività di navigazione online di un determinato terminale/dispositivo, nel corso del tempo e su diversi siti web, che non sono sotto il controllo diretto o indiretto di chi svolge tale attività di raccolta dati, effettuata con lo scopo di individuare segmenti di interesse per inviare a quel terminale/dispositivo pubblicità online in funzione degli interessi manifestati attraverso il web;
- b) **dati**: dati provenienti da un terminale/dispositivo idonei a fornire informazioni relative ai comportamenti di navigazione sul web nel tempo e per una pluralità di siti;
- c) **utente web**: soggetto che accede ai siti web utilizzando un terminale/dispositivo;
- d) **operatore web**: società che è titolare, controlla o gestisce il sito web;
- e) **Terza Parte**: società che opera nel campo OBA attraverso uno o più siti web che non sono nella sua titolarità o sotto la sua gestione o controllo;
- f) **consenso dell'utente web**: consenso prestato dall'utente web al quale siano state preventivamente fornite tutte le informazioni necessarie all'utilizzo dei dati a fini OBA;
- g) **icona OBA**: che si trova all'interno della pubblicità OBA e contiene un collegamento ipertestuale all'informativa in cui vengono descritte le pratiche di raccolta e uso di dati che hanno lo scopo di offrire OBA;
- h) **marchio EDAA (c.d. trust seal)**: concesso dall'*European Interactive Digital Advertising Alliance - EDAA* alle aziende che rispettano i principi stabiliti dal *Framework IAB* e dall'*EASA OBA BPR*.

I principi posti a tutela dei consumatori/utenti web prevedono:

- **Obbligo di trasparenza**. La Terza Parte deve fornire chiare e comprensibili informazioni all'utente web sull'attività di raccolta dati e sul loro utilizzo a fini OBA. Tutte le pubblicità oggetto di OBA devono essere segnalate con una apposita icona () , rilasciata dall'*European Interactive Digital Advertising Alliance - EDAA*, la quale, per mezzo di un collegamento ipertestuale, rinvia al sito web della Terza Parte in cui vengono fornite le informazioni sull'attività di raccolta dati, con un rimando

al portale gestito sempre dall'EDAA www.youronlinechoices.com/it. L'icona può anche indirizzare direttamente a quest'ultimo portale, qualora la Terza Parte non abbia predisposto una pagina ad hoc. L'icona fornisce all'utente web informazioni sull'identità della Terza Parte che sta diffondendo il messaggio e dettagliate informazioni sugli OBA.

- **Garanzia di scelta.** Gli utenti web devono poter esercitare facilmente una scelta, esprimendo il proprio consenso o meno all'utilizzo dei dati ai fini OBA. La Terza Parte deve quindi rendere disponibile un sistema attraverso il quale esprimere la scelta, come il portale www.youronlinechoices.com/it. Non possono essere utilizzati a fini di OBA i dati per i quali l'utente web non abbia prestato il proprio consenso.
- **No minori.** È vietato creare segmenti OBA per pubblicità espressamente indirizzate ai minori di 12 anni.

L'utente web, nel caso di dubbi o quesiti sulla attività di OBA, può ottenere informazioni collegandosi al portale www.youronlinechoices.com/it. Se non vuol ricevere OBA formula tale richiesta sempre attraverso il sito www.youronlinechoices.com/it o direttamente alla Terza Parte.

Qualora non si ritenesse comunque soddisfatto, l'utente web può segnalare il caso al Comitato di Controllo IAP, compilando l'apposito [modulo](#) presente nel sito www.iap.it. Il Comitato di Controllo si farà parte attiva per prendere contatto con i responsabili OBA al fine di trovare risoluzione nel più breve tempo possibile alle questioni sollevate che contrastino con i principi previsti nell'*EASA OBA BPR* e nel *Framework IAB Europe*. Il Comitato di Controllo quando necessario applica il sistema dei *Cross Border Complaints EASA*, affidando il caso all'Autodisciplina competente, quella del paese di origine della Terza Parte.

Nel caso in cui non si ottenga una bonaria e rapida soluzione dei problemi e vi sia una significativa infrazione ai principi sopramenzionati, le sanzioni che possono essere applicate sono: *'name and shame'* che prevede che della violazione venga data notizia al pubblico nel sito IAP con il nome delle parti interessate, nella sezione dedicate agli OBA; la rimozione del marchio di garanzia dell'*European Interactive Digital Advertising Alliance (trust seal EDAA)*; e, nei casi più gravi, la rimozione dell'icona identificativa della pubblicità comportamentale online dell'EDAA (*OBA icon*), queste ultime due sanzioni saranno applicate dall'EDAA.