

Inviata tramite pec

Alla c.a.

Garante per la protezione dei dati personali
protocollo@pec.gpdp.it

Milano, 9 ottobre 2019

Oggetto: Twitter - indirizzi email o numeri di telefono forniti dagli utenti per motivi di sicurezza (ad esempio per l'autenticazione a due fattori) utilizzati a fini pubblicitari.

Altroconsumo, organizzazione indipendente di consumatori, scrive in merito alla notizia diffusa in data 8 ottobre 2019 dal noto social network TWITTER, in merito a un "non intenzionale" uso a fini pubblicitari di email o numeri di telefono forniti dagli utenti per motivi di sicurezza (ad esempio per l'autenticazione a due fattori).

Come [descritto](#) dall'azienda sul proprio sito: *"Di recente abbiamo scoperto che gli indirizzi email o i numeri di telefono forniti per motivi di sicurezza (ad esempio per l'autenticazione a due fattori) potrebbero essere stati inavvertitamente utilizzati a fini pubblicitari, in particolare nel nostro sistema di pubblicità con tailored audience e partner audience. Le tailored audience sono una variante di un prodotto standard nel settore, che consente agli inserzionisti di creare liste di marketing personalizzate (ad esempio con indirizzi email o numero di telefono) su cui basare la definizione del target per gli annunci. Una volta caricata la lista di marketing di un inserzionista, potremmo aver abbinato le persone su Twitter alla lista degli inserzionisti in base all'email o al numero di telefono fornito per motivi di sicurezza dall'utente di Twitter. Le partner audience consentono agli inserzionisti di utilizzare le stesse funzioni delle tailored audience per definire come target degli annunci audience fornite da partner di terze parti. A partire dal 17 settembre abbiamo risolto il problema che ha causato questo evento e non stiamo più utilizzando a fini pubblicitari i numeri di telefono o gli indirizzi email raccolti per motivi di sicurezza. Non sono stati condivisi dati personali con nessuno dei nostri partner. Siamo davvero spiacenti per l'accaduto e stiamo facendo tutto il possibile per non commettere più un errore di questo tipo. Per qualsiasi domanda, puoi contattare l'Ufficio Twitter per la protezione dei dati, tramite questo [modulo](#)".*

L'episodio sopra descritto risulta particolarmente grave e si inserisce in un contesto di costanti violazioni dei dati personali degli utenti ai fini di una loro più efficace monetizzazione da parte dei principali social network. Una pratica, più volte denunciata da Altroconsumo, tanto più inaccettabile se solo si consideri la sua palese contrarietà allo spirito e alla lettera del regolamento UE 679/2016.

Nessun dubbio, infatti, può sussistere in merito all'applicabilità al caso di specie della normativa sopra richiamata posto che, pur essendo il titolare del trattamento collocato in un paese non facente parte dell'Unione Europea, le attività di trattamento riguardano la prestazione di servizi a interessati che si trovano nell'Unione.

Ciò detto, L'art. 32, par. 1, del regolamento UE 679/2016 dispone che *"tenendo conto dello stato dell'arte e dei costi di attuazione, nonché della natura, dell'oggetto, del contesto e delle finalità del trattamento, come anche del rischio di varia probabilità e gravità per i diritti e le libertà delle persone fisiche, il titolare del trattamento e il responsabile del trattamento mettono in atto misure tecniche e organizzative adeguate per garantire un livello di sicurezza adeguato al rischio"*.

Nel caso di specie è evidente che le misure tecniche e organizzative poste in essere da Twitter si siano rivelate del tutto inadeguate a garantire un livello di sicurezza adeguato al rischio, anche in considerazione della circostanza che l'uso "non intenzionale" di cui trattasi è avvenuto per incrementare la monetizzazione dei dati personali degli utenti coinvolti nell'ambito delle attività di advertising personalizzato.

Sotto tale profilo, l'art. 83, par. 4, lett. a) del regolamento UE 679/2016 dispone che la violazione degli obblighi del titolare del trattamento e del responsabile del trattamento a norma degli articoli 8, 11, da 25 a 39, 42 e 43 è soggetta a sanzioni amministrative pecuniarie fino a 10 milioni di euro o, per le imprese, fino al 2% del fatturato mondiale totale annuo dell'esercizio precedente, se superiore.

Il paragrafo 5, lett. a) della medesima disposizione sanziona, poi, la violazione delle disposizioni inerenti i principi base del trattamento, comprese le condizioni relative al consenso, a norma degli articoli 5, 6, 7 e 9, con le sanzioni amministrative pecuniarie fino a 20 milioni di euro o, per le imprese, fino al 4% del fatturato mondiale totale annuo dell'esercizio precedente, se superiore.

Non sfugga, da ultimo, l'incredibile ritardo con cui Twitter ha informato i propri utenti: la problematica è stata resa nota solo nella giornata di ieri, 8 ottobre 2019, ma, per ammissione della stessa Società, questa era da tempo conosciuta, a tal punto da essere stata sterilizzata il 17 settembre u.s.

Stante quanto sopra, Altroconsumo, nel segnalare l'accaduto a codesta rispettabile Autorità,

CHIEDE

- A. di procedere all'immediata apertura di un'istruttoria per verificare il numero di utenti italiani di Twitter i cui indirizzi email o numeri di telefono forniti per motivi di sicurezza (ad esempio per l'autenticazione a due fattori) siano stati utilizzati dalla Società senza consenso a fini pubblicitari;
- B. all'esito, ricorrendone i presupposti, sanzionare la condotta di Twitter inc. ai sensi dell'articolo l'art. 83, par. 4, lett. a) o par. 5, lett a) del regolamento UE 679/2016.

Con i migliori saluti,



Ivo Tarantino
Responsabile Relazioni Esterne

Per informazioni:

Bianca Luongo – Relazioni Esterne Istituzionali
Tel. 02 66 89 219 - e-mail: pr@altroconsumo.it
Pec relazioni.istituzionali@pec.altroconsumo.it