

29.05.2018

Tags: MILANO , Privacy

Privacy: Di Ronza, no a consenso forzato



A+ Aumenta

A- Diminuisci

Stampa

0

Mi piace

Condividi

Tweet

Segui

G+

(ANSA) - MILANO, 29 MAG - Leggere bene le privacy policy sull'utilizzo dei dati e limitare "il più possibile i dati che forniamo spontaneamente nell'ambito dei servizi gratuiti". Dopo i primi ricorsi, con cause miliardarie ai giganti del web, come quella dell'associazione noyb.eu (None of your business) dell'avvocato austriaco Max Scherms, il fronte dei 'no al consenso forzato' si allarga mentre gli utenti sono bombardati da pop-up con la formula "Take it or leave it". "Il nuovo regolamento generale sulla protezione dei dati - spiega Antonio di Ronza, partner di Soft Strategy SpA, azienda del gruppo italiano Soft Strategy Group specializzato in advisory e digital che conta 250 dipendenti con 7 sedi in Italia e una a Rio de Janeiro - garantisce agli utenti una scelta libera sul trattamento e l'utilizzo dei dati rispetto a distinte finalità per il tramite dello strumento del consenso libero (opt-in) e informato, indipendentemente dal fatto che si accettino o meno le condizioni generali o le privacy policy sull'utilizzo dei dati".