

Legittima estensione del tempo di conservazione dei dati personali

Autore: Muia' Pier Paolo

In: Diritto civile e commerciale

Garante per la protezione dei dati personali: provvedimento n. 322 del 22/05/2018

E' legittima l'estensione del tempo di conservazione dei dati personali per un periodo di 7 anni, se un tempo inferiore ridurrebbe significativamente l'utilità dell'attività di profilazione di marketing poste a base del trattamento.

Riferimenti normativi: artt. 17 del Codice in materia di protezione dei dati personali

Fatto

Una società specializzata nel settore della moda si era rivolta al Garante per la protezione dei dati personali per chiedere una verifica preliminare sulla fattibilità di un'estensione dei tempi di conservazione dei dati personali riguardanti la propria clientela per finalità di profilazione e di marketing.

In particolare la Società sulla scia di un precedente provvedimento emanato dallo stesso organo competente in materia di privacy, che aveva previsto la possibilità di trattare i dati personali raccolti per finalità di profilazione e di marketing per un periodo di 12 e 24 mesi, si era rivolta al Garante per la protezione dei dati personali chiedendo di poter raccogliere e trattare per le stesse finalità di cui sopra i dati riferiti alla propria clientela per un periodo di sette anni.

La Società nel motivare tale richiesta aveva specificato che i propri clienti effettuavano mediamente un solo acquisto durante un anno solare o due acquisti in corrispondenza dei periodi di primavera-estate e autunno-inverno. I prodotti offerti dalla Società ai propri clienti dovevano considerarsi di fascia medio alta e come tali la frequenza di acquisto degli stessi non appariva significativa nell'arco temporale di un anno, ed era per tale motivo che il rispetto dei tempi di conservazione di 12 e 24 mesi, previsti dal precedente provvedimento, per le finalità di profilazione e marketing appariva limitativo, o rendeva di fatto impossibile o comunque priva di effettivo valore una qualsiasi profilazione della clientela rispetto agli acquisti effettuati.

A sostegno della richiesta avanzata al Garante per la protezione dei dati personali, la Società aveva richiamato nell'istanza presentata alcuni passati provvedimenti emanati dalla stessa Autorità a fronte di analoghe istanze presentate da altre società operanti nel medesimo settore merceologico. La Società

evidenzia come il Garante, con tali provvedimenti, aveva autorizzato un'estensione dei termini di conservazione dei dati personali raccolti per finalità di profilazione e marketing, con tempi simili a quelli indicati nell'istanza presentata dalla Società, ed oggetto di verifica preliminare.

La decisione del Garante

Il Garante, presa in esame la richiesta di verifica preliminare e valutate le circostanze rappresentate dalla Società, ha ritenuto **accoglibile la richiesta di estensione dei tempi di conservazione dei dati personali riguardanti la clientela per attività di profilazione e marketing**, riconoscendo alla Società la **possibilità di trattare i dati per un periodo massimo di sette anni** a decorrere dal momento dell'effettuazione della registrazione dei dati. Ha, poi, stabilito che alla scadenza del periodo di conservazione, i dati personali dovranno essere cancellati automaticamente o resi anonimi in modo permanente e non reversibile.

Il Garante nel valutare l'istanza presentata dalla Società ha rilevato come nel caso di specie i tempi di conservazione individuati nel precedente provvedimento richiamato nella stessa istanza, e cioè 12 e 24 mesi, fossero tali da ridurre significativamente l'utilità dell'attività di profilazione e della successiva attività di marketing. Condividendo quanto rappresentato dalla Società, il Garante ha riconosciuto che un periodo di conservazione dei dati personali inferiore a sette anni non garantiva il raggiungimento delle finalità di profilazione e marketing poste a base del trattamento dei dati, in quanto i dati personali concernenti gli acquisti effettuati dalla clientela presso gli store della Società, o attraverso la e-commerce, presentavano una frequenza media di acquisto alquanto bassa, e dunque le operazioni di trattamento per le richiamate finalità, se svolte per archi temporali inferiori a quelli richiesti, ne vanificava l'utilità e gli effetti.

Il Garante, poi, non ha ommesso di considerare i suoi precedenti provvedimenti, nei quali in casi analoghi era stato ritenuto proporzionato per le stesse finalità di profilazione e marketing un più ampio intervallo di conservazione dei dati nel settore della moda.

Tenuto conto di tutto ciò il Garante ha ritenuto che nel caso in esame **l'estensione del tempo di conservazione dei dati per un periodo massimo di sette anni decorrente dalla loro registrazione fosse da ritenersi, nel rispetto dei principi di pertinenza e non eccedenza, un arco temporale congruo e proporzionato** alle finalità che la Società intendeva perseguire.

Volume consigliato

<https://www.diritto.it/legittima-estensione-del-tempo-conservazione-dei-dati/>