

E-Privacy 2015  
*Roma, 3 luglio 2015*

**PROGRAMMATIC BUYING  
E PROFILAZIONE DELL'UTENTE**

Avv. Italo Cerno, Ph.D.



MILANO – BOLOGNA

# Dalla pubblicità tabellare alla pubblicità via Web



# *Web advertising: caratteristiche*

## Principali caratteristiche della pubblicità *on-line*:

- capacità di legare istantaneamente il momento della comunicazione commerciale a quello della conclusione del contratto (assenza di trattative);
- misurabilità dell'efficacia (visualizzazioni, *click*, vendite);
- possibilità di dialogo tra impresa e consumatore (interattività).

## *On-line behavioural advertising*

«La **pubblicità comportamentale** si basa sull'osservazione del comportamento delle persone nel tempo.

Questo tipo di pubblicità cerca di studiare le caratteristiche del comportamento delle persone attraverso le loro azioni (frequentazione ripetuta di certi siti, interazioni, parole chiave, produzione di contenuti online, ecc.) al fine di elaborare un profilo specifico e quindi inviare messaggi pubblicitari che corrispondano perfettamente agli interessi dedotti».

[Parere 2/2010 del Gruppo di lavoro art. 29 sulla protezione dei dati]

# Profilazione

Gli obblighi di legge:

- **notificazione al Garante;**
- **informativa specifica;**
- **consenso separato e specifico.**

[D.lgs. 196/2003, Codice in materia di protezione dei dati personali]

**iab**

Interactive Advertising Bureau  
www.iabspain.net

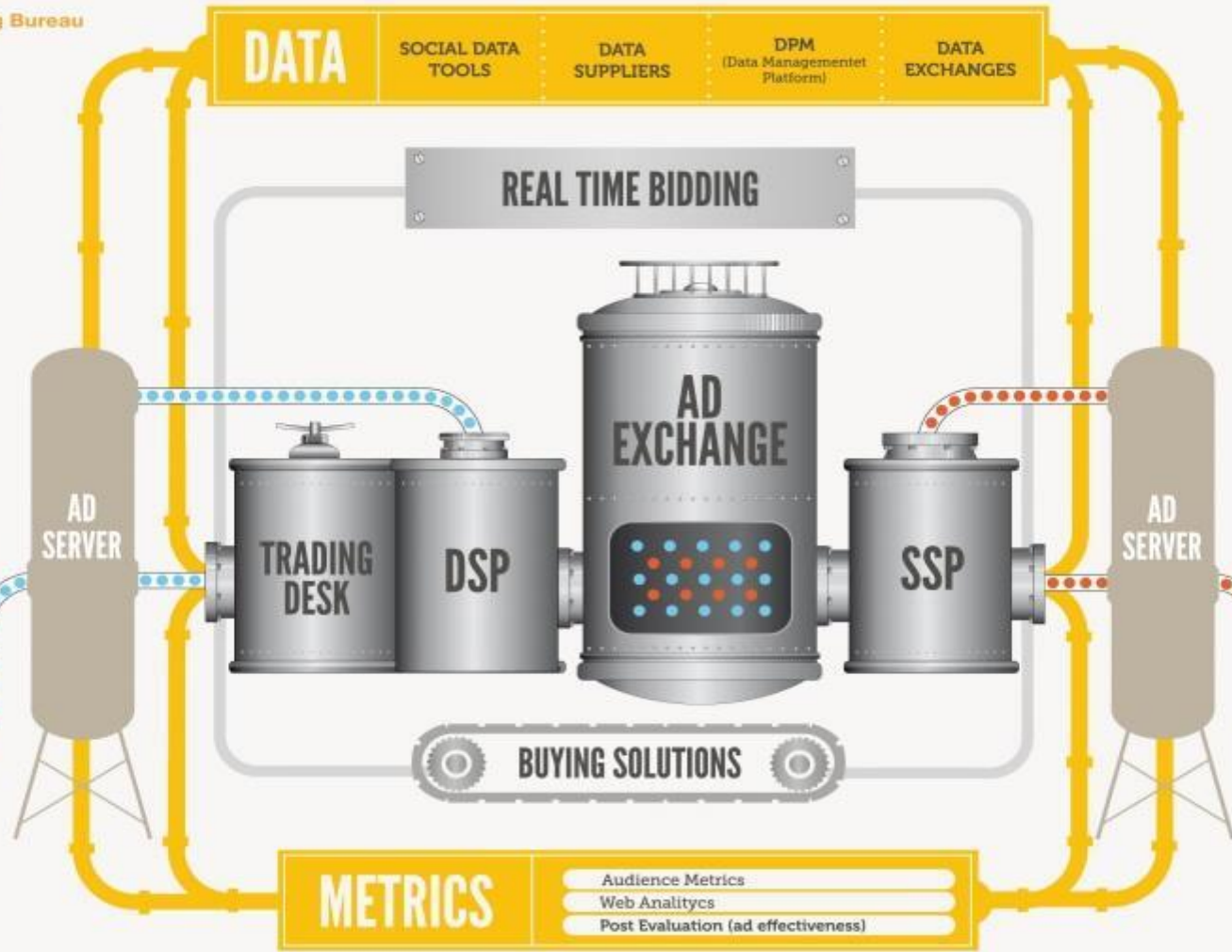
# PROGRAMATIC BUYING ECOSYSTEMS

SPONSORED BY:



CONVERSION  
A DIFFERENT MEDIA AGENCY

ADVERTISING INVESTMENT



AUDIENCE



[Fonte: [www.iabspain.net](http://www.iabspain.net)]

© IAB SPAIN 2014

**Avv. Italo Cerno, Ph.D.**

i.cerno@infotechlawfirm.it

**STUDIO LEGALE CUNEGATTI DI COCCO E ASSOCIATI**  
www.infotechlawfirm.it ~ info@infotechlawfirm.it ~ server fax +39 051 29 655 95



**BOLOGNA**

Via Don Giovanni Minzoni n. 4  
40121 ~ Bologna (Italy)  
Tel. +39 051 23 03 31

**MILANO**

Palazzo Borletti ~ Via San Vittore n. 40  
20123 ~ Milano (Italy)  
Tel. +39 02 84 50 16 69