

Marco Soffientini (\*)



# TVCC a scopi commerciali: il dovere di informazione

“ Le installazioni dei sistemi di **videosorveglianza per finalità di marketing**, complice l'evoluzione tecnologica, sono in costante aumento. Il loro impatto privacy è stato analizzato per la prima volta dall'Autorità Garante per la protezione dei dati personali poco prima dell'entrata in vigore del Regolamento UE 679/2016 con il Provvedimento del 21 gennaio 2016 (vedi BOX). Si trattava dell'installazione di telecamere per la rilevazione di persone a fini di marketing da parte di un istituto bancario.

(\*) Esperto di Privacy e Diritto delle Nuove Tecnologie e docente Ethos Academy

In particolare, l'impianto era caratterizzato da un sistema di **analisi video di rilevazione del transito e della sosta di clienti e/o non clienti, al fine di elaborare profili di comportamento** relativi alle abitudini, alle preferenze ed alle scelte di consumo delle persone che accedono alla filiale, in riferimento sia ai prodotti offerti, sia ai servizi maggiormente utilizzati. Il Garante, nell'autorizzare il suindicato sistema, aveva osservato che, benché la finalità non sia in alcun modo riconducibile ad esigenze di sicurezza (quali quelle contemplate dal provvedimento generale in materia di videosorveglianza dell'8 aprile 2010), essa appare **lecita**, in relazione al fatto che, ai sensi del citato art. 3 del Codice, le telecamere impiegate per la realizzazione dei predetti sistemi sono utilizzate sostanzialmente quali meri sensori e comunque il sistema di video analisi rispetta i principi posti dall'articolo 11 del D.Lgs n. 196/2003.



Installazione di apparati promozionali del tipo “digital signage” (definiti anche Totem) presso una stazione ferroviaria - 21 dicembre 2017 [7496252]



## Il funzionamento del sistema Provvedimento del 21 gennaio 2016 [doc. web n. 4806740]

I tre sistemi di “analisi video” di cui la Banca si vorrebbe avvalere sono tecnicamente strutturati nel modo seguente. L'applicazione XXX è uno strumento software installato su due telecamere utilizzate per fornire una “misurazione di attività di comportamento” all'interno dell'ambiente; il sistema avrebbe la funzione di elaborare “la variazione grafica della scena rispetto allo sfondo standard”, senza riprendere i volti e, quindi, senza consentire un riconoscimento delle persone. In particolare, l'apparato si limiterebbe a rilevare, attraverso una gradazione di colori, le varie aree della filiale ove le persone transitano e sostano con maggiore frequenza e densità. L'accesso ai video delle telecamere sarebbe consentito unicamente al personale tecnico, a seguito dell'inserimento di una password. I dati delle immagini, elaborati direttamente dal software installato sulle telecamere, verrebbero inviati “in forma di dati statistici e immagini di sfondo a bassa risoluzione, verso un server configurato dal Consorzio Operativo e locato in cloud presso il data center della società XXX. L'applicazione “people counter”, invece, sarebbe installata su una telecamera posta verticalmente sopra l'accesso che si intende presidiare, al fine di effettuare un conteggio puntuale dei transiti in entrata ed in uscita, senza riprendere (almeno nelle condizioni ordinarie) il volto dei passanti, considerata la sua allocazione, e senza effettuare alcuna elaborazione biometrica. Il sistema non avrebbe la possibilità di eseguire alcuna registrazione e nessuna esportazione di video verso l'esterno. L'accesso alle riprese sarebbe consentito anche in questo caso a personale tecnico dietro richiesta di password e i dati statistici in forma numerica verrebbero inviati come nel caso precedente “al server messo a disposizione in cloud da XXX”, che provvederebbe “alla loro storicizzazione, alla creazione della reportistica” e all'inoltro della stessa alle funzioni competenti. L'applicazione “Dwell Time”, infine, è basata su una tecnologia che permette di ottenere una reportistica numerica, simile a quella realizzata dai grafici del “people counter”, in relazione però ai volti che si rivolgono alle vetrine dell'Agenzia e al totem interno. In questo caso, le due telecamere sarebbero posizionate sopra i monitor che proiettano un determinato messaggio pubblicitario, rispettivamente all'interno e all'esterno della filiale, permettendo di rilevare i volti delle persone che stazionano di fronte a detti schermi ed il relativo tempo di permanenza. Le immagini riprese verrebbero inviate ad un server della Banca, che elaborerebbe le scene a fini statistici, consentendo di contare appunto il numero dei volti rilevati ed il tempo di sosta. Le stesse, pertanto, non sarebbero accessibili al personale della Filiale né ad altri soggetti. Ai fini dell'efficacia di detto sistema, la ripresa dei volti è considerata essenziale per poter accertare che “il soggetto posizionato davanti al monitor stia effettivamente guardando il messaggio pubblicitario che vi transita”. Quanto alle inquadrature è stato precisato che le stesse sono predisposte per riprendere entro un raggio di azione di pochi metri dallo schermo. Rispetto alle misure di sicurezza, l'accesso ai sistemi, come accennato sopra, sarebbe consentito esclusivamente in modalità live “al personale del Consorzio Operativo del Gruppo XXX”, designato incaricato del trattamento, il quale avrebbe il compito di accedere al server per ragioni di manutenzione esclusivamente negli orari di chiusura dell'Agenzia, proprio al fine di evitare comunque l'eventuale ripresa dei clienti che accedono ai locali. Al riguardo, la Banca ha precisato di aver predisposto un sistema di regole che prevede precisi limiti, compresa una password di 8 caratteri, custodita dal Responsabile del Settore Fleet Management del servizio Data Channels del predetto Consorzio, nominato responsabile del trattamento esterno dalla Banca ai sensi dell'art. 29 del Codice, che la rigenererebbe ad ogni utilizzo. Infine, per quanto riguarda l'obbligo di rendere l'informativa, la Banca, titolare

del trattamento dei dati, ha dichiarato, producendone copia, di aver predisposto una specifica informativa minima da apporre presso la struttura (anche vicino alla vetrina esterna), con la quale gli interessati sarebbero informati che “l’area è dotata di un sistema di telecamere per il conteggio, con finalità di marketing, delle persone che vi accedono o si trovano a transitare in prossimità delle vetrine della filiale”, aggiungendo che le rilevazioni sono effettuate dalla stessa Banca “in qualità di titolare autonomo del trattamento”. (cfr. nota del 18 febbraio 2015). Ogni interessato può poi consultare il testo completo dell’informativa, sia all’interno degli Uffici, sia all’interno della sezione privacy del sito internet, oppure attraverso la lettura del QR code presente sulla stessa vetrofania.

## L’informativa

Per quanto riguardava l’obbligo di rendere l’informativa, la Banca, titolare del trattamento dei dati, aveva dichiarato, producendone copia, di aver predisposto una specifica **informativa minima da apporre presso la struttura** (anche vicino alla vetrina esterna), con la quale gli interessati sarebbero stati informati che “l’area è dotata di un sistema di telecamere per il conteggio, con finalità di marketing, delle persone che vi accedono o si trovano a transitare in prossimità delle vetrine della filiale”, aggiungendo che le rilevazioni sono effettuate dalla stessa Banca “in qualità di titolare autonomo del trattamento”. Ogni interessato poteva poi consultare il testo completo dell’informativa, sia all’interno degli Uffici, sia all’interno della sezione privacy del sito internet, oppure attraverso la lettura del QR code presente sulla stessa vetrofania.

saggio pubblicitario, senza conservare né trasmettere alcuna immagine o altri dati riferibili a specifici soggetti inquadrati dalla telecamera. L’Autorità Garante rilevò che il sistema non consentiva il riconoscimento facciale dei passanti, né il loro monitoraggio o tracciamento, e che i dati sul gradimento della pubblicità erano inviati al sistema centrale in forma totalmente anonima.

Nonostante l’assenza di queste criticità, il Garante rilevò che l’apparecchiatura installata per effettuare l’analisi del volto di chi osservava gli annunci promozionali, anche se in locale e per un brevissimo lasso di tempo prima della immediata sovrascrittura delle immagini, effettuava comunque un trattamento di dati personali funzionale all’analisi statistica dell’audience. Per questi motivi anche in questo caso il Garante prescrive che ai passanti fosse resa **un’adeguata informativa**.

## E il digital signage?

Un’altra – nota - applicazione di telecamere per finalità di marketing si ha un anno dopo con l’installazione di **apparecchi promozionali del tipo “digital signage”** (definiti anche Totem) presso le **principali stazioni ferroviarie** (Prov. 21 Dicembre 2017, [ doc. web. n.7496252]. La tecnologia adottata consente di analizzare, solamente in forma anonima e in maniera localizzata al singolo totem, l’espressione facciale (da felice a triste) e alcune altre caratteristiche delle persone che osservano il mes-

