INFORMATIVA PRIVACY COMPLETA

TRACKING PIXEL NELLE E-MAIL: LE INDICAZIONI DEL GARANTE

I tracking pixel sono strumenti che possono essere utilizzati nelle comunicazioni di posta elettronica per tracciare i comportamenti del destinatario di una e-mail accogliendo informazioni che lo riguardano relative alle sue interazioni con il messaggio.

Poiché consentono la raccolta di dati personali, spesso perfino senza che l'utente ne sia consapevole, il loro utilizzo deve rispettare specifiche regole in materia di protezione dei dati personali.

1. Cosa sono i tracking pixel e come funzionano

I tracking pixel, o pixel di tracciamento, sono immagini molto piccole (spesso ridotte all'unità grafica minima visualizzabile sullo schermo, appunto il pixel), spesso dello stesso colore dello sfondo dei messaggi dotati di grafica e quindi non visibili al destinatario, inserite nelle e-mail in forma di link ipertestuale.

L'immagine non è, infatti, direttamente contenuta nel messaggio, ma è ospitata su un server remoto. Quando il destinatario apre l'e-mail un codice inserito nel messaggio può attivare automaticamente una richiesta al server per scaricare l'immagine.

Questo meccanismo consente al mittente, o a uno dei suoi partner, di sapere che l'e-mail è stata aperta e di raccogliere, a seconda dei casi, ulteriori informazioni sul destinatario, ad esempio:

• sull'indirizzo IP
• sul dispositivo utilizzato
• su tempo di consultazione
• sul numero di volte in cui il messaggio è stato aperto

I tracking pixel non permettono, di per sé, di conoscere il contenuto delle e-mail inviate: monitorano tuttavia l'apertura del messaggio nel quale sono inseriti nonché l'eventuale sua cancellazione, inoltro o archiviazione. Il tracciamento può avvenire soltanto se è abilitato il download delle immagini. Se l'utente legge l'e-mail esclusivamente in formato testo, il pixel, come le altre immagini, non viene scaricato e non può svolgere la sua funzione di tracciamento.

2. Per quali finalità vengono utilizzati

I tracking pixel possono essere utilizzati per finalità diverse. Ad esempio, possono servire a:

• verificare la corretta ricezione delle e-mail (cosiddetta deliverability);
• contrastare lo spam;
• misurare l'audience e le performance di una comunicazione, verificando l'apertura o la lettura delle e-mail o download di allegati.

Le regole da rispettare dipendono anche dalla finalità concretamente perseguita e dalle modalità con cui vengono raccolte e utilizzate le informazioni.

3. Quale disciplina si applica

All'utilizzo dei tracking pixel nelle e-mail si applica l'art. 122 del Codice privacy, che disciplina l'archiviazione di informazioni nel terminale di un utente e l'accesso alle informazioni già archiviate.

Il meccanismo dei tracking pixel comporta infatti sia l'inserimento del pixel nell'e-mail presente sul terminale del destinatario, sia la successiva raccolta di informazioni attraverso il caricamento del pixel.

Accanto all'art. 122, che costituisce la disciplina speciale derivante dalla direttiva e-Privacy, il Regolamento europeo sulla protezione dei dati (GDPR) continua comunque ad applicarsi per gli aspetti non specificamente disciplinati dalla normativa e-Privacy e definisce la cornice generale entro la quale devono essere effettuati i trattamenti.

In particolare, restano applicabili i principi e le regole del GDPR in materia di trasparenza, consenso, responsabilizzazione del titolare e protezione dei dati fin dalla progettazione e per impostazione predefinita.

4. A chi si rivolgono le Linee Guida

Le Linee Guida riguardano tutti i soggetti pubblici e privati che intervengono, a qualsiasi titolo, nell'utilizzo dei tracking pixel nelle e-mail.

Tra questi possono rientrare:

• il mittente della comunicazione, che può decidere di utilizzare tracking pixel nelle email inviate ai propri destinatari;

• i fornitori di servizi e piattaforme per l'invio delle e-mail, che possono mettere a disposizione del mittente strumenti per l'invio e il monitoraggio delle comunicazioni;

• i provider di posta elettronica, che possono intervenire nella gestione e nell'erogazione del servizio;

• i soggetti che mettono a disposizione proprie liste di distribuzione, che possono partecipare all'invio delle comunicazioni fornendo gli indirizzi dei destinatari.

Quando intervengono più soggetti, ciascuno deve individuare correttamente il proprio ruolo nel trattamento dei dati personali. A seconda delle attività concretamente svolte e degli accordi tra le parti, possono trovare applicazione anche le regole del GDPR sulla contitolarità del trattamento.

5. In quali comunicazioni possono essere utilizzati

I tracking pixel possono essere utilizzati in diverse tipologie di messaggi, tra cui:

• newsletter, cioè comunicazioni periodiche rivolte generalmente a persone iscritte a una lista di contatti;

• DEM (Direct E-mail Marketing), prevalentemente destinate alla promozione di prodotti, servizi o iniziative commerciali;

• e-mail transazionali e messaggi automatici, come conferme di registrazione o d'ordine, messaggi di benvenuto, notifiche relative a operazioni effettuate su una piattaforma o trasmissione di credenziali temporanee;

• e-mail di servizio, legate a specifiche esigenze del destinatario o della collettività.

L'applicazione delle regole per il corretto impiego di tracking pixel deve quindi essere valutata anche in relazione al fatto che la comunicazione abbia natura commerciale, informativa, istituzionale o di servizio.

6. L'informativa agli interessati

Una delle caratteristiche più rilevanti dei tracking pixel è la loro scarsa riconoscibilità: il destinatario può non accorgersi della loro presenza e, quindi, del tracciamento.

Per questo, chi utilizza tracking pixel deve informare preventivamente il destinatario, qualunque sia lo scopo della comunicazione o la natura del mittente.

L'informazione deve essere chiara, completa e facilmente accessibile e deve consentire alla persona di comprendere che nelle e-mail saranno utilizzati strumenti di tracciamento e per quali finalità.

L'informativa può essere fornita anche su più livelli. Ad esempio, una prima informazione sintetica può essere inserita nel modulo con cui viene raccolto l'indirizzo e-mail, rinviando attraverso un link a un'informativa più dettagliata.

Possono essere utilizzati anche più canali, come pop-up informativi, video, assistenti virtuali, telefono o chatbot. Spetta al titolare verificare che le modalità scelte garantiscano effettivamente completezza, chiarezza, efficacia e facilità di fruizione delle informazioni.

Per i trattamenti già in corso, l'informativa può essere fornita con il primo messaggio utile o nel primo momento utile di discontinuità nel rapporto con l'interessato.

7. Quando serve il consenso e quando se ne può prescindere

In base all'art. 122 del Codice privacy, l'utilizzo dei tracking pixel è, in linea generale, vietato salvo che ricorra una delle condizioni previste dalla norma.

Una di queste è il consenso preventivo dell'utente, che deve essere informato, libero, specifico e inequivocabile.

Il consenso è necessario, ad esempio, quando il pixel permette di misurare il comportamento del singolo destinatario per valutare e migliorare una campagna promozionale: per modificare le comunicazioni in base alle e-mail aperte, adattarne la frequenza all'interesse manifestato oppure ricavare informazioni sui possibili gusti, interessi e preferenze dell'utente per creare profili commerciali.

Il consenso non è invece necessario quando ricorrono le specifiche deroghe previste. In particolare:

• Statistiche aggregate, deliverability e contrasto allo spam: il consenso può non essere necessario quando il pixel è utilizzato esclusivamente per ottenere statistiche complessive sull'apertura dei messaggi, anche per migliorare la deliverability e contrastare lo spam, purché siano adottate tecniche che impediscano di misurare il comportamento del singolo destinatario. A questo scopo possono essere utilizzati pixel uguali per tutti i destinatari della stessa campagna e possono essere anonimizzati gli altri dati tecnici raccolti.

• Sicurezza: il consenso può non essere richiesto quando il pixel è strettamente necessario per adottare specifiche misure di sicurezza, ad esempio connesse all'autenticazione dell'utente.

• Comunicazioni istituzionali o di servizio: il consenso può non essere necessario per le comunicazioni che il titolare è tenuto a inviare quando è rilevante verificarne l'effettiva presa di conoscenza. Possono rientrare in questa ipotesi, ad esempio, le comunicazioni relative a modifiche contrattuali, incidenti di sicurezza, minacce di phishing o frodi, scadenze e adempimenti, nonché determinate campagne informative istituzionali.

Spetta comunque al titolare, in base al principio di responsabilizzazione (accountability), verificare se nel caso concreto ricorrono i presupposti per utilizzare i tracking pixel senza acquisire il consenso.

8. Come deve essere acquisito il consenso e come può essere revocato

Quando il consenso è necessario, deve essere acquisito prima dell'utilizzo dei tracking pixel.

Per i nuovi trattamenti, è preferibile richiederlo nel momento in cui viene raccolto l'indirizzo e-mail, dopo aver fornito all'interessato le informazioni necessarie.

Nel caso delle comunicazioni promozionali, il consenso all'utilizzo dei tracking pixel può, in linea di principio, essere ricompreso nel più generale consenso alla ricezione delle comunicazioni promozionali. La richiesta deve però essere formulata in modo neutro e senza forzature, in modo da garantire una scelta libera e consapevole.

Il consenso può essere revocato in qualsiasi momento e con facilità.

La revoca deve poter essere anche granulare: il destinatario deve poter scegliere se non ricevere più le comunicazioni oppure se continuare a riceverle, chiedendo però che non contengano più tracking pixel.

A questo scopo, ogni e-mail può contenere, ad esempio, un link o un'icona facilmente riconoscibile che conduca a un'area nella quale gestire le proprie scelte.

Il rifiuto del tracciamento non deve comportare limitazioni nella fruizione del servizio. Le scelte espresse dall'interessato devono inoltre essere registrate dal titolare, anche per poter dimostrare il rispetto della normativa.

9. Privacy by design e by default

Chi utilizza tracking pixel deve adottare misure tecniche e organizzative che garantiscano la protezione dei dati fin dalla progettazione e per impostazione predefinita (art. 25 del GDPR).

L'obiettivo è ridurre al minimo i dati trattati e i rischi per gli interessati.

Tra le possibili misure, il Garante indica l'utilizzo, per ciascun destinatario, di un identificativo non intelligibile e non sequenziale, associato all'indirizzo e-mail all'interno di un ambiente separato della piattaforma.

In questo modo, l'apertura del messaggio può essere registrata attraverso l'identificativo senza inserire direttamente l'indirizzo e-mail nella richiesta tecnica generata dal caricamento del pixel, riducendo così l'esposizione dell'indirizzo e il rischio di identificabilità del destinatario.

La tutela dei dati personali deve quindi essere considerata già al momento della scelta e della configurazione degli strumenti utilizzati per inviare e monitorare le comunicazioni di posta elettronica.