

La normativa
In base al provvedimento del Garante della Privacy, che recepisce una normativa europea, **dal 3 giugno i gestori di siti e blog devono informare gli utenti sui cookie**

● È sufficiente **pubblicare sul sito una nota informativa o un banner** (se si tratta di cookie che registrano il profilo dell'utente), così che gli utenti possano scegliere se **selezionarli o annullarli**

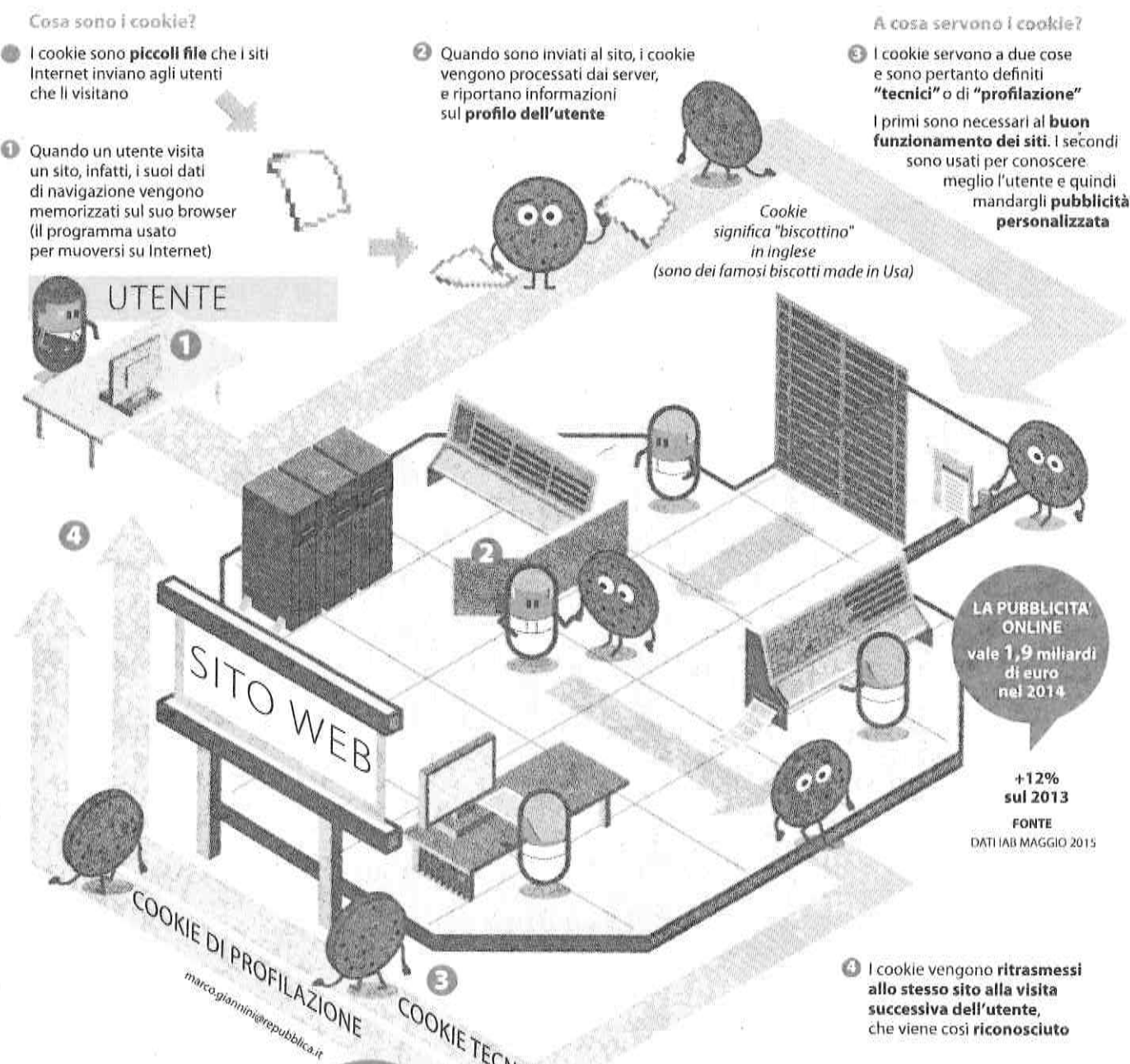
La legge sui cookie che agita il web "Migliaia di siti a rischio chiusura"

Criteria più rigidi per avvertire gli utenti
Insorgono i piccoli gestori: insostenibile
E il Garante della privacy corre ai ripari

RICCARDO LUNA
OGNI tanto un po' di autocritica fa bene: abbiamo dormito. Tutti. Se oggi il mondo del web italiano è scosso, allarmato, indignato; se praticamente i gestori del 99 per cento dei siti non hanno capito se stanno rispettando la legge, o se rischiano una multa salatissima, se è meglio chiudere o pagare quello che a molti sembra un "pizzo" per mettersi in regola; se persino il Garante della Privacy ieri è stato tutto il giorno in riunione con il suo staff per cercare una soluzione che attenui il suo regolamento appena entrato in vigore; beh la ragione è proprio quella. Abbiamo dormito. E quando ci siamo svegliati la "Cookie Law", letteralmente la legge dei biscottini, era lì, più brutta del più brutto dei fantasmi. Praticamente una roba che se dovesse davvero essere applicata così come è stata pensata, secondo i promotori di una petizione online lanciata poche ore prima della scadenza — in perfetto spirito italiano — e

Poche ore prima dell'entrata in vigore è partita una petizione online

che ha raccolto qualche migliaio di firme, beh sarebbe una sorta di apocalisse del web nostrano: porterebbe alla chiusura di decine di migliaia di piccoli siti web, blog personali o anche aziendali. Insomma, in questi giorni in rete tutti parlano della Cookie Law. Finalmente. Meglio tardi che mai. Perché la direttiva europea che ha messo in moto questo sconvolgimento è del 2009. La norma italiana che la recepisce è del 2012. Il provvedimento con cui il Garante della Privacy Antonello Soro ne ha dato attuazione è del 13 maggio 2014. Un anno fa. Un anno per mettersi in regola. E nel frattempo c'è stata una consultazione pubblica imponente, sono stati sentiti tutti o quasi. Viva bene? Proponete correttivi? Dire che c'è stata una gigantesca sottovalutazione del fenomeno è un eufemismo. Non abbiamo capito quanto fossero importanti e diffusi i cookie e quanto fosse complicato fermarli, soprattutto se gestisci un pic-



La pubblicità
Viene inviata sul web o sui siti di e-commerce, per consigliare prodotti **in base ad acquisti precedenti**

Senza i cookie di profilazione non esisterebbe il mercato pubblicitario su Internet

Le "terze parti"
I siti Internet possono inviare **cookie di "terze parti"**, cioè di altri soggetti, come i social network

I cookie sono utilizzati anche per **tracciare la navigazione su altri siti**: inviano pubblicità personalizzate, per esempio su Google e Facebook

Il costo della normativa
Non costa niente, se si tratta solo di cookie tecnici

Quelli di profilazione comportano una **notifica obbligatoria** al Garante della Privacy (150 euro), più i costi di **aggiornamento tecnico del sito**

Le sanzioni
Da 10 mila a 120 mila euro, per chi non si è adeguato alla normativa (dal 3 giugno)

I problemi
Molti blogger non sanno che cosa fare per adeguarsi alla normativa e temono multe

I siti che hanno un web con cookie di terze parti subiranno costi di adeguamento nell'ordine di migliaia di euro

colo blog amatoriale. Intanto, cosa sono i cookie e perché sono così importanti? Sono dei "biscottini" che i siti web che visitiamo mandano al nostro computer che per ricordarsi di noi: alcuni servono a farci navigare meglio il sito; altri, i veri imputati di questa storia, registrano le informazioni sui nostri gusti, su cosa di interessa e quei dati servono a profilarci, a creare una nostra identità digitale da vendere agli inserzionisti. Non sono nati oggi. Il brevetto dei cookie, registrato dall'informatico americano Lou Montulli, ha appena compiuto venti anni. Allora nessuno ci fece caso ma ben presto i cookie sono diventati

consapevoli e dirlo. Solo che il rimedio trovato, il regolamento con il quale gli utenti devono dare il consenso ai cosiddetti cookie di profilazione, per un privato è complesso, farraginoso, inutilmente oneroso (solo per comunicare al Garante della Privacy occorre pagare 150 euro: perché?). In fondo per spianare la strada ai cookie di profilazione non si deve fare nulla di straordinario: basta includere in un post un video di YouTube (cioè di Google), o una mappa (spesso di Google) o in qualche caso persino una font, cioè un carattere con cui scrivere un testo (anche qui: di Google). Insomma il problema è comples-

so e il regolamento del Garante nella migliore delle ipotesi è poco chiaro (non a caso è atteso ad ore un chiarimento); e in qualche caso andrebbe semplificato per tutelare almeno gli utenti amatoriali, che hanno meno mezzi. Ma poi: perché penalizzare gli altri? È questo la strada per far crescere il digitale in Italia? Dagli uffici del Garante trapela una certa ansia: fanno sapere che stanno cercando soluzioni, che nel frattempo nessuno verrà multato, che questa cosa non deve indurre nessuno a chiudere il suo sito web. Insomma stiamo "facendo cultura", dicono. È l'occasione per darsi una mossa.