

Esercizio 9: Analisi dei Cookie e della Privacy

Analizza le differenze tra cookie di prima e terza parte su un sito web

Cookie di prima parte

Questi cookie sono creati direttamente dal sito web che l'utente sta visitando. Servono per migliorare l'esperienza dell'utente, ad esempio ricordando le preferenze, la lingua, gli articoli nel carrello o il login.

Esempio: Se visita il sito di andinaluxe e il sito ricorda la tua lingua preferita, sta usando un cookie di prima parte.

Cookie di terza parte

Questi cookie sono creati da domini esterni, diversi da quello che l'utente sta visitando. Vengono spesso utilizzati per finalità di tracking pubblicitario, analisi del comportamento utente o per integrazione con social media (come i pulsanti di Facebook o Instagram). Esempio se andinaluxe ha un video di Youtube incorporato, Youtube può installare cookie di terza parte per tracciare le visualizzazioni o mostrare pubblicità personalizzata.

Breve report sull'importanza della conformità GDPR

Il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR), entrato in vigore il 25 maggio 2018, rappresenta un passo fondamentale per garantire la tutela dei dati personali dei cittadini dell'Unione Europea. La sua adozione ha trasformato radicalmente il modo in cui aziende, enti pubblici e privati gestiscono, conservano e condividono le informazioni degli utenti.

Nel contesto digitale, la conformità al GDPR non è solo un obbligo legale, ma anche un elemento essenziale per costruire un rapporto di fiducia con gli utenti; un sito web che informa in modo trasparente sull'uso dei dati fornisce strumenti chiari per il consenso e rispetta i diritti degli interessati (come accesso, cancellazione e portabilità), dimostra serietà e rispetto verso la privacy individuale.

Dal punto di vista operativo, adeguarsi al GDPR significa implementare misure tecniche e organizzative adeguate: banner per il consenso ai cookie, informative aggiornate, moduli di contatto conformi e sistemi di gestione dei consensi sono solo alcuni esempi. La mancata conformità, oltre a compromettere la reputazione del brand, può esporre a sanzioni significative, fino al 4% del fatturato annuo globale.

Infine, in un'epoca in cui la consapevolezza dell'utente rispetto alla gestione dei propri dati è in costante crescita, la conformità al GDPR rappresenta anche un vantaggio competitivo. I brand che si distinguono per trasparenza e affidabilità nella protezione dei dati acquisiscono un capitale di fiducia sempre più rilevante nel mercato digitale contemporaneo.