



TECNOLOGIA

Localizzazione e geo-tecnologie: un asset del marketing mix o un allarme privacy?

Gli agenti coinvolti nella controllo delle tecnologie per localizzare persone fisiche e imprese hanno a disposizione un gran numero di informazioni riservate. Dove finisce il marketing e l'efficienza e dove inizia un'indebita invazione della sfera privata?

di *Stefano Bendandi*

La diffusione e l'evoluzione delle tecnologie di comunicazione mobili alimenta la continua ricerca di nuove opportunità di business che siano in grado di catalizzare l'attenzione, dal punto di vista commerciale, di un bacino di utenti davvero enorme, non soltanto a livello nazionale, ma anche comunitario.

La possibilità di determinare, tramite la rete satellitare GPS o quella cellulare, la posizione di qualunque individuo od oggetto sul globo terrestre, abbinata ad una ritrasmissione di questi stessi dati mediante tecnologie "always-on", come quelle GPRS/UMTS, rende oggi tecnicamente possibile la fornitura di servizi a valore aggiunto basati sulla localizzazione, indicati con la sigla LBS acronimo di Location Based Services.

Dato che il concetto di localizzazione può assumere una portata differente, a seconda delle finalità perseguite, tali servizi hanno conseguentemente un campo di applicazione molto vasto che abbraccia le applicazioni destinate alla navigazione su strada, alla gestione delle emergenze ed alla sicurezza delle persone, delle cose o degli animali, ma anche quelle relative all'intrattenimento, alla comunicazione sociale ed a quella di natura commerciale (informazioni sulla vicinanza di ristoranti, alberghi, centri commerciali, stazioni di rifornimento, ecc....).

In particolare la diffusione di informazioni di natura promozionale attraverso questo canale rappresenta, per lo più, il risultato dello sviluppo di apposite strategie di marketing geografico dirette a definire le azioni più appropriate in relazione al particolare ambito territoriale in cui si trova od opera una determinata realtà. Siamo quindi in presenza di strumenti innovativi che possono inserirsi, a pieno titolo, nell'ambito del processo di pianificazione ed implementazione del marketing mix.

Ma, c'è un ma, non possiamo dimenticare alcune questioni di natura giuridica, specificamente connesse con la tutela della riservatezza, che vanno prontamente affrontate.

Da un punto di vista tecnologico il funzionamento dei sistemi di localizzazione può essere incentrato su una rete cellulare oppure esterno, a seconda che la sorgente delle informazioni rientri o meno sotto il controllo di un operatore di comunicazioni elettroniche.

Alla prima categoria appartengono le reti GSM/UMTS, mentre nel secondo gruppo rientrano la rete satellitare GPS (Global Positioning System), Galileo, i sistemi di posizionamento peer-to-peer o quelli basati su ponti radio o su reti wireless.

L'architettura complessiva prevede, di regola, il coinvolgimento di tre entità: un fornitore di servizi, l'utente ed un operatore che agisce da intermediario, trasmettendo i dati di localizzazione al fornitore che li combina con quelli geografici per erogare i servizi richiesti.

E' chiaro quindi che, nell'ambito del funzionamento di questa architettura, i dati relativi all'ubicazione assumono un ruolo centrale.

D'altra parte essi riguardano spesso una persona fisica, identificata od identificabile e, nella misura in cui consentono di determinare il posizionamento di quest'ultima, finiscono per acquisire un valore commerciale non trascurabile.

Proprio per queste ragioni la normativa, anche europea, prevede che tutte le parti coinvolte nella fornitura di servizi basati su dati di ubicazione debbano attenersi ai principi vigenti in materia di protezione dei dati personali, soprattutto per ciò che riguarda il consenso, specifico ed informato, della persona interessata, e l'adozione di opportune misure di sicurezza concernenti l'accesso ai dati e la durata della loro conservazione, come del resto ribadito anche dal gruppo europeo dei garanti della privacy.

In questo modo si garantisce un approccio che, senza sminuire il valore e la portata dei servizi che possono essere resi, soddisfa l'esigenza, altrettanto importante, di evitare il rischio che il trattamento di questi dati possa tradursi in una indebita invazione della sfera di riservatezza e di dignità della persona umana.

LINK ALL'ARTICOLO:

www.eccellere.com/public/rubriche/tecnologia/localizzazione_e_geotecnologie-61.asp

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -



I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali** (www.eccellere.com/notelegali.htm).