

# REGOLAMENTO

## Marchio di qualità

# "PRIVACY OK"

VERSIONE FP/02/2017 DEL 25.08.2017



Marchio di certificazione UE di proprietà di Federprivacy  
deposito EUIPO n. 017454001 del 09.11.2017

## INDICE

<b><u>ART. 1 USO E CONCESSIONE DEL MARCHIO DI QUALITÀ</u></b> .....	3
<b><u>ART. 2 NORMATIVA DI RIFERIMENTO E PROPRIETÀ DEL MARCHIO</u></b> .....	3
<b><u>ART. 3 FINALITÀ DEL MARCHIO</u></b> .....	3
<b><u>ART. 4 SISTEMA DEL MARCHIO</u></b> .....	3
<b><u>ART. 5 CONCESSIONE E MANTENIMENTO DEL MARCHIO</u></b> .....	3
<b><u>ART. 6 MODALITÀ DI ATTRIBUZIONE DEL MARCHIO</u></b> .....	3
<b><u>ART. 7 LOGO IDENTIFICATIVO</u></b> .....	4
<b><u>ART. 8 CONTRIBUTO PER L'ATTRIBUZIONE DEL MARCHIO</u></b> .....	4
<b><u>ART. 9 COMPOSIZIONE E FUNZIONI DEL COMITATO DI VIGILANZA</u></b> .....	4
<b><u>ART. 10 SANZIONI E REVOCA MARCHIO</u></b> .....	5
<b><u>ART. 11 USO INDEBITO DEL MARCHIO</u></b> .....	5
<b><u>ART. 12 APPROVAZIONE E REVISIONI DEL REGOLAMENTO</u></b> .....	5
<b><u>ART. 13 NORME FINALI</u></b> .....	5

## **Art. 1 Uso e concessione del Marchio di Qualità**

Il presente Regolamento disciplina l'uso e la concessione a terzi del Marchio di Qualità (di seguito "marchio") contrassegnato dal logo distintivo "Privacy Ok", promosso da Federprivacy per identificare siti web, app, ed altri servizi della società dell'informazione gestiti da aziende, associazioni, ed enti che aderiscono al Codice di Condotta "Privacy Ok - Privacy e protezione dei dati personali nell'ambito di Internet e del commercio elettronico", di seguito denominato "codice di condotta".

## **Art. 2 Normativa di riferimento e proprietà del marchio**

La normativa di riferimento per il marchio di cui al presente regolamento è la Direttiva europea 2006/123/CE, recepita in Italia con il Decreto legislativo 59/2010.

La proprietà del marchio è di Federprivacy, e chiunque intenda esporlo nel proprio sito web, esporlo nel proprio materiale promozionale, o utilizzarlo in qualsivoglia altra modalità, deve essere preventivamente autorizzato dalla stessa Federprivacy.

## **Art. 3 Finalità del Marchio**

La finalità del marchio "Privacy Ok" è quella di offrire agli utenti consumatori che si avvalgono del web per acquistare prodotti e servizi uno strumento che permetta loro di valutare rapidamente il livello di conformità ai principi generali della normativa vigente in materia di protezione dei dati personali dei soggetti ai quali comunicano le proprie informazioni personali mediante la rete Internet.

## **Art. 4 Sistema del Marchio**

Il sistema del marchio è costituito da:

- Codice di condotta
- Regolamento del marchio di qualità "Privacy Ok"
- Logo distintivo "Privacy Ok"
- Consiglio Direttivo di Federprivacy
- Comitato di Vigilanza di Federprivacy
- Modulistica pubblicata online sul sito di Federprivacy per l'adesione al codice di condotta e la richiesta attribuzione del marchio di qualità
- Registro soggetti aderenti al codice di condotta che sono autorizzati ad utilizzare il marchio di qualità, pubblicato online sul sito [www.federprivacy.it](http://www.federprivacy.it)

## **Art. 5 Concessione e mantenimento del Marchio**

Le modalità di concessione e mantenimento del marchio si basano:

- sul rispetto, da parte degli aderenti, del codice di condotta, e del presente Regolamento;
- sull'attività di verifica del rispetto di tali requisiti da parte del Comitato di Vigilanza o dell'ente di certificazione indipendente di terza parte incaricato di verificare la conformità al codice di condotta;
- sull'attribuzione del marchio con comunicazione formale da parte di Federprivacy
- sul pagamento dei contributi previsti per la procedura di richiesta di attribuzione del marchio e per i successivi rinnovi annuali

## **Art. 6 Modalità di attribuzione del Marchio**

La richiesta di attribuzione del marchio "Privacy Ok" deve essere inoltrata dal soggetto interessato a Federprivacy attraverso la specifica procedura online sul sito [www.federprivacy.it](http://www.federprivacy.it) con contestuale adesione al codice di condotta. Gli obblighi derivanti dall'adesione al codice di condotta decorrono dalla data della comunicazione formale di attribuzione del marchio.

## **Art. 7 Logo identificativo**

Ogni aderente è tenuto ad esporre il logo distintivo "Privacy Ok", che attesta la propria adesione al codice di condotta, solo ed esclusivamente nei siti web per cui ha ricevuto comunicazione formale di attribuzione del marchio di qualità. Il marchio di qualità può essere utilizzato dai soggetti autorizzati anche nel proprio materiale pubblicitario, e in altri modi e con mezzi che siano ritenuti opportuni, purché nel rispetto delle finalità del presente Regolamento, e a condizione che venga sempre specificato il sito web in cui è esposto il logo identificativo.

Il logo, può essere utilizzato dai soggetti autorizzati, anche in dimensioni diverse da quelle dell'originale, in colori diversi da quello ufficiale (rosso) purché sia monocromatico, e anche con sfondo trasparente, purché ne sia mantenuta tassativamente inalterata la forma grafica.

Il logo del marchio di qualità "Privacy Ok" deve contenere un link all'indirizzo [www.federprivacy.it/privacyok](http://www.federprivacy.it/privacyok) , pagina del sito di Federprivacy in cui sono pubblicati il presente Regolamento e il codice di condotta, così da rendere liberamente consultabile all'utente consumatore tutta la documentazione relativa al marchio e agli obblighi assunti dal soggetto che aderisce al codice di condotta.

Ogni eventuale abuso del marchio è da considerarsi una violazione delle norme contenute nel codice di condotta, e pertanto, soggetto a sanzione, fatta salva ogni facoltà di tutelare il marchio in sede giudiziaria da parte di Federprivacy.

## **Art. 8 Contributo per l'attribuzione del Marchio**

Per la concessione ed il rinnovo del Marchio è previsto il versamento di un contributo annuo, a sostegno del funzionamento del Sistema, il cui ammontare viene determinato da Federprivacy e da questa pubblicato sul proprio sito web.

## **Art. 9 Composizione e funzioni del Comitato di Vigilanza**

Il Comitato di Vigilanza di Federprivacy è composto da un minimo di tre a un massimo di cinque membri che sono esperti giuridici della normativa in materia di privacy e protezione dei dati personali. I membri del Comitato di Vigilanza eleggono tra di loro un presidente che coordina gli altri membri.

I membri del Comitato di Vigilanza vengono nominati e revocati dal presidente di Federprivacy, durano in carica due anni, e la loro nomina è rinnovabile. La loro carica è puramente onorifica e non prevede compensi.

Il Comitato di Vigilanza ha i seguenti compiti:

- Vigilare sulla corretta applicazione del Codice da parte degli aderenti
- Su incarico del Consiglio direttivo di Federprivacy, verificare il rispetto dei requisiti del codice di condotta da parte degli aderenti
- Svolgere periodicamente attività di audit con o senza preavviso su siti web che espongono il marchio di qualità
- Esaminare e gestire i reclami proposti dagli aderenti stessi e dagli utenti
- Definire, dopo il procedimento di infrazione e nel rispetto del principio di contraddittorio e di difesa, le sanzioni previste nel codice di condotta
- Tutelare il marchio di qualità attestante l'adesione al codice di condotta anche in sede giurisdizionale, in ogni Stato e grado
- Fornire pareri preventivi agli aderenti e al Consiglio Direttivo

Il Comitato di Vigilanza, nell'ambito della propria attività, può svolgere ogni indagine ritenuta opportuna e finalizzata alla verifica della corretta attuazione del presente Codice anche senza preavviso, riportando direttamente al Consiglio Direttivo di Federprivacy.

Il Comitato di Vigilanza opera in trasparenza, ma tenendo strettamente riservate tutte le informazioni raccolte di cui viene a conoscenza nel corso dello svolgimento della propria attività.

Ogni aderente al Codice è obbligato a dare la massima collaborazione al Comitato di Vigilanza laddove vengano richieste informazioni e/o documenti necessari a verificare e/o comprovare il rispetto delle norme dello stesso Codice.

### **Art. 10 Sanzioni e revoca marchio**

La violazione delle norme di comportamento previste nel presente Regolamento e nel codice di condotta da parte di un aderente, a seconda della gravità delle violazioni rilevate e tenuto conto dell'eventuale recidiva, comporta le sanzioni previste nello stesso codice di condotta. I provvedimenti e le sanzioni sulle violazioni delle norme del presente Regolamento e del codice di condotta sono comminate dal Consiglio Direttivo.

In caso di revoca dell'autorizzazione all'utilizzo del marchio di qualità, Federprivacy notifica il provvedimento tramite posta elettronica certificata o ordinaria con conferma di lettura agli aderenti, e provvede ad aggiornare il registro online dei soggetti ad utilizzare il marchio.

### **Art. 11 Uso indebito del Marchio**

Federprivacy si riserva in ogni caso qualsiasi iniziativa in ambito civile e penale qualora l'uso indebito abbia arrecato danno diretto o indiretto alla propria immagine o di quella di altri soggetti aderenti al codice ed autorizzate ad utilizzare il marchio.

### **Art. 12 Approvazione e revisioni del Regolamento**

Il presente Regolamento è revisionato su proposta del Comitato di Vigilanza, e approvazione del Consiglio Direttivo di Federprivacy. Ogni adeguamento e/o modifica è notificata via posta elettronica certificata o ordinaria con conferma di lettura agli aderenti entro il termine massimo di giorni 10 dalla loro definizione.

A seguito della ricezione della notifica di aggiornamento e/o modifica del Codice, gli aderenti hanno 7 giorni di tempo per esprimere eventuali osservazioni, o manifestare eventuali contestazioni.

Decorsi i suddetti termini, gli aggiornamenti e/o le modifiche apportate si intendono definitivamente accettate ed immediatamente applicabili per tutti gli aderenti con non abbiano manifestato il proprio dissenso.

### **Art. 13 Norme finali**

Per quanto non previsto dal presente regolamento e dal codice di condotta, la concessione dell'uso del marchio è disciplinata dalla legislazione vigente.

Firenze, 29 agosto 2017