

# Indice

<b>Marketing e diritto: un rapporto in evoluzione</b> <i>di Piergaetano Marchetti</i>	»	IX
<b>Marketing e diritto: la nuova frontiera per un profitto responsabile</b> <i>di Antonella Carù</i>	»	XIII
<b>Introduzione</b>	»	XV
<b>1 Dal mercato all'impresa: raccolta e gestione delle informazioni utili all'impresa</b>		
1.1 Introduzione	»	1
1.2 Il trattamento dei dati e il Codice della privacy	»	3
1.2.1 Le definizioni e i principi	»	5
1.2.2 Gli adempimenti	»	7
BOX. La privacy per Google: trasparenza e scelta	»	11
BOX. La privacy e le responsabilità variabili	»	14
1.3 La raccolta dati e il diritto antitrust	»	17
1.4 Le banche dati e l'attività di marketing	»	21
1.4.1 Dalla sottrazione dei segreti aziendali alla protezione del segreto industriale	»	24
1.4.2 Dal diritto d'autore al diritto sui generis	»	28
1.4.3 Le banche dati e l'attività di risk management	»	30
BOX. Consodata: privacy e database management	»	32
1.5 La globalizzazione e il flusso di dati	»	35
1.5.1 Il flusso di dati intra-comunitario	»	36
1.5.2 Il flusso di dati extra-comunitario	»	37
1.5.3 Un livello di protezione adeguato	»	40
Bibliografia essenziale	»	41
Sitografia	»	41