



COMUNICATO STAMPA

NO ALLO SPAM, SÌ A OFFERTE COMMERCIALI “AMICHE” DEI CONSUMATORI

Le Linee guida del Garante privacy contro le offerte commerciali indesiderate

Offerte commerciali a utenti di social network o di servizi di messaggistica come Skype e WhatsApp solo con il loro consenso; no a e-mail e sms indesiderati; maggiori controlli da parte di chi commissiona le campagne promozionali; misure semplificate per le promozioni delle imprese che rispettano le regole. Il Garante vara le nuove “Linee guida in materia di attività promozionale e contrasto allo spam” per combattere il marketing selvaggio e favorire pratiche commerciali “amiche” di utenti e consumatori.

Il provvedimento generale (in via di pubblicazione sulla Gazzetta ufficiale) definisce un primo quadro unitario di misure e accorgimenti utili sia alle imprese che vogliono avviare campagne per pubblicizzare prodotti e servizi, sia a quanti desiderano difendersi dall’invadenza di chi utilizza senza il loro consenso recapiti e informazioni personali per tempestarli di pubblicità. Una particolare attenzione è stata posta dall’Autorità sulle nuove frontiere dello *spamming* - come quello diffuso sui social network (il cosiddetto *social spam*) o tramite alcune pratiche di “marketing virale” o “marketing mirato” - che possono comportare modalità sempre più insidiose e invasive della sfera personale degli interessati.

Queste in sintesi le principali regole contenute nelle Linee guida.

Offerte commerciali e spam

- Invio di offerte commerciali solo con il consenso preventivo. Per poter inviare comunicazioni promozionali e materiale pubblicitario tramite sistemi automatizzati (telefonate preregistrate, e-mail, fax, sms, mms) è necessario aver prima acquisito il consenso dei destinatari (cosiddetto *opt-in*). Tale consenso deve essere specifico, libero, informato e documentato per iscritto.
- Maggiori controlli su chi realizza campagne di marketing. Chi commissiona campagne promozionali deve esercitare adeguati controlli per evitare che agenti, subagenti o altri soggetti a cui ha demandato i contatti con i potenziali clienti effettuino spam.
- Consenso per l’uso dei dati presenti su Internet e social network. E’ necessario lo specifico consenso del destinatario per inviare messaggi promozionali agli utenti di Facebook, Twitter e altri social network (ad esempio pubblicandoli sulla loro bacheca virtuale) o di altri servizi di messaggistica e Voip sempre più diffusi come Skype, WhatsApp, Viber, Messenger, etc. Il fatto che i dati siano accessibili in Rete non significa che possano essere liberamente usati per inviare comunicazioni promozionali automatizzate o per altre attività di marketing “virale” o “mirato”.
- “Passaparola” senza consenso. Non è necessario il consenso per inviare e-mail o sms con offerte promozionali ad amici a titolo personale (il cosiddetto “passaparola”).

Semplificazioni per le aziende in regola

- E-mail promozionali ai propri clienti. Ok all’invio di messaggi promozionali, tramite e-mail, ai propri clienti su beni o servizi analoghi a quelli già acquistati (cosiddetto *soft spam*).
- Promozioni per “fan” di marchi o aziende. Una impresa o società può inviare offerte commerciali ai propri “follower” sui social network quando dalla loro iscrizione alla pagina aziendale si evinca chiaramente l’interesse o il consenso a ricevere messaggi pubblicitari concernenti il marchio, il prodotto o il servizio offerto.
- Consenso unico valido per diverse attività. Basta un unico consenso per tutte le attività di marketing (come l’invio di materiale pubblicitario o lo svolgimento di ricerche di mercato); il consenso prestato per l’invio di comunicazioni commerciali tramite modalità automatizzate (come e-mail o sms) copre anche quelle effettuate tramite posta cartacea o con telefonate tramite operatore. Le aziende che intendono raccogliere i dati personali degli utenti per comunicarli o cederli ad altri soggetti a fini promozionali,

possono acquisire un unico consenso valido per tutti i soggetti terzi indicati nell'apposita informativa fornita all'interessato.

Tutele e sanzioni contro lo spam

- Tutele per i singoli utenti. Le persone che ricevono spam possono presentare segnalazioni, reclami o ricorsi al Garante e comunque esercitare tutti i diritti previsti dal Codice privacy, inclusa la richiesta di sanzioni contro chi invia messaggi indesiderati (nei casi più gravi possono arrivare fino a circa 500.000 euro).
- Tutele per le società. Le “persone giuridiche”, pur non potendo più chiedere l'intervento formale del Garante per la privacy, possono comunque comunicare eventuali violazioni. Hanno invece la possibilità di rivolgersi all'Autorità giudiziaria per azioni civili o penali contro gli spammer.

Contestualmente alle Linee guida, allo scopo di semplificare ulteriormente gli adempimenti in materia di marketing diretto, il Garante ha adottato anche un apposito provvedimento generale sul consenso al trattamento dei dati personali, sempre in via di pubblicazione sulla Gazzetta ufficiale.

Roma, 23 luglio 2013