



"Marketing selvaggio. No alle cassette postali intasate dalla pubblicità indesiderata" - Articolo con dichiarazione di Antonello Soro

Marketing selvaggio. No alle cassette postali intasate dalla pubblicità indesiderata

(di Antonio Ciccia Messina, "Italia Oggi", 12 novembre 2018)

E' una lista per stoppare i pubblicità cartacea in buca. Si chiama registro pubblico delle opposizioni. C'era già dal 2010 per bloccare le telefonate promozionali indesiderate. Ora il sistema viene esteso alla posta cartacea. E gli utenti possono opporsi anche all'invio della pubblicità agli indirizzi postali presenti negli elenchi telefonici.

Il governo ha, infatti, approvato il 25 ottobre scorso, in via definitiva, il regolamento che estende l'opt out alla pubblicità cartacea e ne stabilisce le modalità tecniche di iscrizione degli abbonati e gli obblighi di consultazione degli operatori di telemarketing.

Tecnicamente si tratta di modifiche al dpr n. 178/2010, cioè al registro delle opposizioni al marketing telefonico. Opt out significa che chi vuole fare pubblicità può farlo usando i dati del destinatario, a meno che quest'ultimo non manifesti la sua opposizione, iscrivendosi nella lista di chi non vuole essere contattato.

Questo regime si differenzia dal regime dell'opt in, con il quale chi vuoi fare pubblicità non la può fare a meno che non abbia avuto il preventivo consenso del destinatario della comunicazione. Nell'opt in ci vuole il preventivo consenso dell'interessato; nell'opt out non ci vuole il preventivo consenso dell'interessato, che però può manifestare il suo dissenso. La legge prevede sia casi di opt in sia casi di opt out.

Con il regolamento sul marketing cartaceo, la legge italiana passa al regime dell'opt out, per cui chi vuole fare pubblicità usando gli indirizzi risultanti dagli elenchi telefonici lo può fare, ma deve controllare che l'indirizzo non sia stato inserito (su richiesta dell'interessato) nella lista ufficiale di chi non vuole ricevere pubblicità cartacee (è il registro delle opposizioni).

Una volta che il servizio sarà disponibile, gli utenti in possesso di un numero pubblico, oppure presente negli elenchi telefonici pubblici, potranno iscriversi al Registro pubblico delle opposizioni dicendo no sia alle chiamate di telemarketing sia alla pubblicità cartacea. Gli utenti già iscritti al servizio per non ricevere la pubblicità telefonica potranno aggiornare la propria iscrizione estendendo l'opposizione già espressa anche alla posta cartacea. Si noti, quindi, che la norma significa che, in assenza di iscrizione al registro delle opposizioni, gli operatori economici potranno usare l'indirizzo postale per mandare proposte commerciali.

Spieghiamoci con qualche elemento di dettaglio. L'articolo 1, comma 54, della legge n. 124/2017 ha richiamato all'attuazione dell'articolo 130, comma 3-bis del Codice della privacy e cioè per estendere le previsioni relative all'opt out nel marketing telefonico anche alla posta cartacea, per gli indirizzi presenti negli elenchi telefonici pubblici. Si deve ribadire che l'estensione del regime dell'opt out significa che si possono trattare i dati senza consenso, salvo iscrizione nel registro delle opposizioni.

Per rendere operativa la norma viene modificato il regolamento del 2010, nel quale si aggiunge la posta cartacea alle varie disposizioni che si riferiscono ai soli contatti telefonici. Per poter mandare comunicazioni commerciali a mezzo posta cartacea bisognerà consultare il registro e vedere quali indirizzi sono stati iscritti, depennandoli di conseguenza dalla lista. In materia di tempi di consultazione, si prevede che, per i trattamenti di dati per fini di invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale, mediante l'impiego della posta cartacea, la consultazione del registro da parte di ciascun operatore ha efficacia pari a trenta giorni.

Il regolamento correttivo, poi, integra la disposizione sull'obbligo di informativa a favore della persona contattata: per effetto delle

novità, si devono far conoscere all'interessato la fonte dei dati usati e le indicazioni utili all'eventuale iscrizione nel registro delle opposizioni, e ciò va fatto all'interno del materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale inviato tramite posta cartacea. Con una disposizione transitoria si prevede che l'utilizzo degli indirizzi presenti negli elenchi pubblici, da parte dei soggetti che effettuano vendite o promozioni commerciali tramite posta cartacea, sarà possibile solo decorso il termine di 90 giorni dall'entrata in vigore delle disposizioni del futuro decreto.

Altrimenti detto, l'utilizzo degli indirizzi presenti negli elenchi pubblici per finalità di marketing tramite posta cartacea sarà possibile solo dopo il decorso di un termine iniziale, nel quale gli interessati potranno iscriversi nel registro. Si coglie, poi, l'occasione per cambiare le modalità per iscriversi al registro delle opposizioni (anche in materia di opposizione al marketing telefonico), togliendo la possibilità di inviare un fax: rimangono quindi il canale web, il telefono, la e-mail e la raccomandata. Gli interventi descritti, comunque, non saranno gli ultimi in materia di registro delle opposizioni. Sono ancora in itinere le modifiche rese necessarie dalla legge 5/2018, tra cui estensione del registro delle opposizioni a tutti i numeri fuori elenco, compreso il mobile, e l'introduzione del prefisso unico per le chiamate commerciali. Proprio a tale proposito sul sito del registro delle opposizioni si legge un'avvertenza: attenzione a non confondere l'estensione del registro alla pubblicità cartacea con l'estensione del servizio a tutti i numeri riservati, cellulari inclusi.

Questa diversa e ulteriore estensione riguarda il marketing telefonico e, avverte la fondazione Bordini, ente gestore del registro, ci sarà ancora da aspettare, anche se è già partito l'iter di approvazione del regolamento attuativo, che sarà ricordato come una vera e propria riforma del telemarketing. Sul punto è intervenuto **Antonello Soro**, presidente del Garante della privacy, che ha considerato il ritardo nell'approvazione delle norme di attuazione *"particolarmente grave perché fa mancare importanti tutele per la riservatezza degli utenti"*. *"Ma indipendentemente da questo ritardo"*, continua, *"va registrato il persistere di un atteggiamento poco collaborativo da parte degli operatori, telefonici e non solo, che continuano imperterriti a utilizzare lunghe catene di servizi di call center per campagne inutilmente aggressive e, alla fine, controproducenti"*. Soro ha, infine, ricordato che dal 25 maggio 2018 è diventato applicabile il regolamento Ue sulla protezione dei dati e che *"gli operatori che violeranno le norme saranno soggetti a sanzioni pesanti e adeguate anche alla gravità della violazione. Da parte nostra, come Garante abbiamo già previsto per i prossimi mesi attività di controllo e accertamento ispettivo sulle società che operano nel settore del telemarketing"*.