

# Sai come trattare e gestire i dati personali?

5 passi per costruire e usare un database a norma di legge

---

*In collaborazione con Avv. Marco Maglio*



## Prefazione

# L'email marketing e la sindrome di Oscar Wilde

Nel mio lavoro di avvocato, esperto di **data protection** al servizio del marketing, in questi anni ho visto crescere la mole di dati personali che lo sviluppo tecnologico mette a disposizioni di chi usa la comunicazione diretta per vendere prodotti o servizi.

Quando rifletto su questo fenomeno e lo confronto con le esigenze di chi vuole stabilire una relazione con prospect e clienti, sempre più spesso mi viene in mente l'aforisma di Oscar Wilde il quale poteva "resistere a tutto tranne che alle tentazioni".

Credo, infatti, che sia diventata una **tentazione irresistibile** quella che oggi alletta il marketing, mettendo a disposizione strumenti di comunicazione a basso costo e database "a cielo aperto" che sono facilmente accessibili e possono essere interrogati per **definire profili**, estrarre **notizie** e **recapiti** e sondare i bisogni profondi di ognuno di noi.

Proprio per prevenire questa "Sindrome di Oscar Wilde" le leggi si interessano con crescente attenzione dei temi della data protection. Internet oggi offre una quantità tale di dati che **il rischio di usarli in modo improprio diventa statisticamente rilevante**. E così le leggi si propongono di prevenire gli abusi, limitando la libertà nel trattamento dei dati. L'obiettivo delle norme è semplice: assicurarci il diritto di controllare le informazioni che ci riguardano.

### Garanti di se stessi

È evidente che per prevenire abusi **non bastano informative e consensi**. Occorre in realtà che, sia chi tratta i dati sia coloro cui i dati si riferiscono, facciano ognuno la propria parte per evitare l'uso improprio dei dati. Quindi **ognuno di noi dovrebbe essere Garante di se stesso** ed evitare di diffondere i suoi dati personali se non è necessario.

Ma, al di là della prevenzione, penso che per chi fa marketing sia importante utilizzare il valore commerciale che possono avere queste leggi. Infatti **trattare dati nel rispetto delle norme vigenti significa rispettare gli**



**altri.** La privacy diventa un modo per stabilire, fin dal primo contatto, un rapporto rispettoso con coloro che contattiamo.

Così **la normativa può diventare uno strumento di marketing** per chi ne sa capire il significato profondo e riesce a comunicarlo ai propri interlocutori. Le pagine che seguono si propongono di dare gli strumenti per utilizzare la legge in modo efficace e trasformare la privacy da obbligo normativo a leva per conquistare la fiducia dei destinatari dei nostri messaggi.

***Marco Maglio, Avvocato***

Presidente dell'Osservatorio di Diritto del Marketing

Approfondisci il tema su:

[www.dirittoemarketing.blogspot.it](http://www.dirittoemarketing.blogspot.it)

[blog.mailup.it/category/privacy](http://blog.mailup.it/category/privacy)



OGNI AZIONE DI DIRECT MARKETING,  
DI PERSONALIZZAZIONE E DI FIDELIZZAZIONE  
DEVE NECESSARIAMENTE CONFRONTARSI CON LA  
NORMATIVA SULLA TUTELA DEI DATI PERSONALI.



## Intro

- > **Direttive, leggi e regolamenti:** a partire dagli anni Novanta l'attività commerciale basata sul **rapporto diretto con il cliente** è stata disciplinata in ogni suo aspetto, portando all'attenzione dell'opinione pubblica tematiche di cruciale importanza come la **tutela della privacy**, la **compravendita di dati** e l'uso disinvolto di **informazioni personali** da parte delle aziende.
- > I consumatori - utenti su Internet - sono oggi più **consapevoli** dei propri diritti, disposti sì a cedere i propri dati ma a patto che siano protetti e usati solo per i fini sottoscritti.
- > Conoscere **i principi generali** che regolano le attività di comunicazione e di vendita a distanza, sapere come e perché **richiedere il consenso** per il **trattamento dei dati**, applicare le **norme per l'e-commerce** e informare sulla presenza di **cookie** diventa un **sapere strategico** che ci mette al riparo da rischi legali e rende la nostra immagine e i nostri servizi competitivi. È facile capire che i consumatori dovendo scegliere da chi acquistare un prodotto o un servizio preferiscono le aziende che rispettano i diritti e valutano questo aspetto quando devono sceglierne una con cui vogliono stabilire relazioni destinate a durare nel tempo.
- > Sei **pronto** a scoprire di più sul trattamento dei dati? Iniziamo!

GARANTEE  
trattamento consenso  
FORM  
e-commerce **PRIVACY**  
EMAIL COOKIE **dati** spam  
informazioni ACCONSENTO



## Indice

### 1. Le dieci regole per trattare i dati personali

Richiedere e proteggere i dati

### 2. I diritti dell'interessato

Le sanzioni in caso di violazione

### 3. Le regole per ecommerce

Chiarezza senza inganni

### 4. I cookie

I più recenti provvedimenti

### 5. Esempi utili

Moduli per newsletter, DEM, email

### Trattare i dati: check-list



LA PRIVACY PUÒ TRASFORMARSI DA OBBLIGO  
NORMATIVO A LEVA PER CONQUISTARE LA FIDUCIA  
DI CHI RICEVE I NOSTRI MESSAGGI. LA NORMATIVA  
PUÒ DIVENTARE UNO STRUMENTO DI MARKETING.

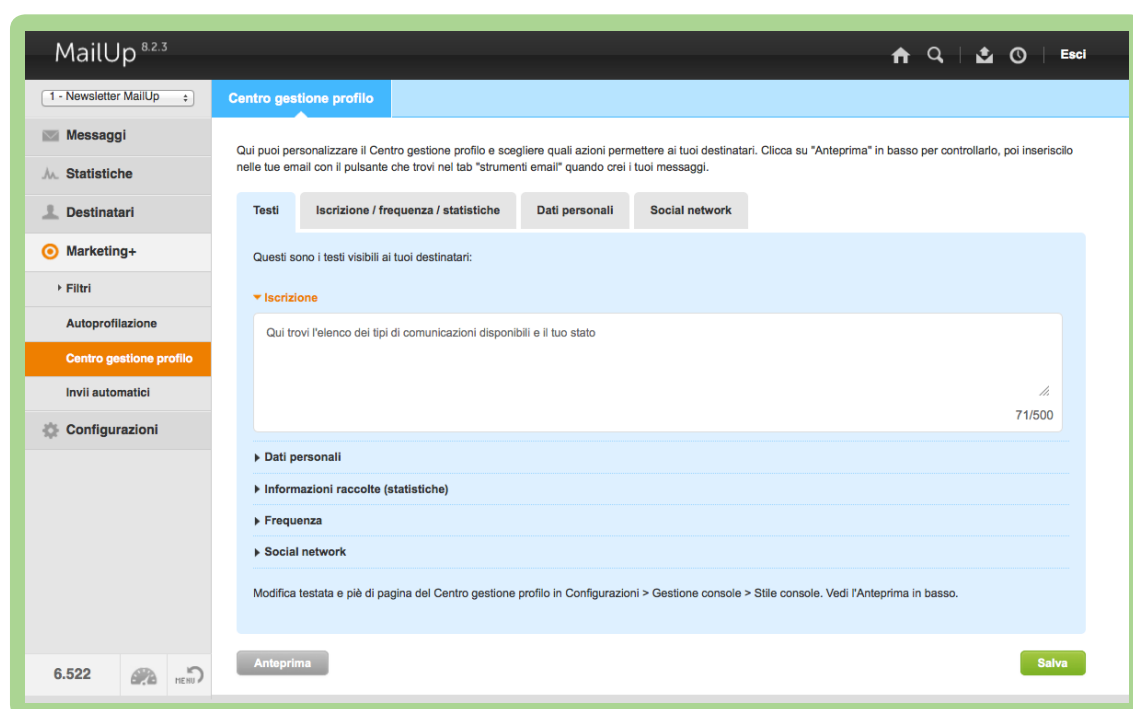
## 01

# Le dieci regole per trattare i dati

## Richiedere e proteggere le informazioni

Ecco un decalogo per aiutarti a gestire il trattamento dei dati personali all'interno della tua organizzazione.

- **1. Verifica l'origine dei dati che intendi usare** prima di qualsiasi campagna promozionale e controlla che i destinatari abbiano ricevuto un'adeguata informativa fornendo un **consenso** valido o che **i dati provengano da liste liberamente utilizzabili**.
- **2. Non comprare o usare liste di nominativi di dubbia provenienza.**
- **3. Offri ai destinatari dei tuoi messaggi la possibilità di accedere ai dati che li riguardano, di aggiornarli, modificarli, integrarli, farli cancellare o di revocare il consenso in modo chiaro, semplice e senza complicazioni.**
- **4. Informa prontamente chi gestisce il database se un destinatario formula un'istanza per l'esercizio dei propri diritti.**



*Con il Centro gestione profilo i tuoi destinatari possono aggiornare i propri dati e le proprie preferenze.*

## 01

- > **5. Custodisci** in modo riservato **banche dati**, contratti e documenti. In qualsiasi momento ti potrebbe essere richiesto di dimostrare da dove provengono i dati e quando e come hai ottenuto il consenso.
- > **6. Monitora** il tuo **database** e segnala a chi lo gestisce qualsiasi anomalia riscontrata nella qualità dei dati presenti.
- > **7.** Adotta tutte le **misure di sicurezza informatiche** previste dal sistema fornito dalla tua azienda quando ti connetti alla rete per il collegamento alla banca dati.
- > **8.** Informa tutti i tuoi collaboratori sulle **regole di riservatezza** e sulle norme di protezione dei dati personali per **evitare abusi** dovuti a negligenza, imprudenza o scarsa perizia.
- > **9.** Tieniti sempre aggiornato sui **provvedimenti normativi** e verifica periodicamente che tutte le procedure messe in atto rispondano pienamente alle **disposizioni di legge**; non dimenticare mai che le normative cambiano e si evolvono rapidamente, come la tecnologia che ne consente il trattamento.
- > **10.** Aggiungi un indirizzo "sentinella" nella tua lista, per verificarne usi impropri o furti. L'indirizzo deve essere nuovo, realistico ma lungo per evitare sia utilizzato per errore da chi commette errori di battitura. Non va utilizzato per altre finalità.



SE USI PIATTAFORME DI INVIO, DEVI POTER  
DIMOSTRARE DI AVERE IL CONSENSO DEL  
DESTINATARIO (OPT-IN) O DI POTER USARE  
LEGITTIMAMENTE LA LISTA.

## 02

## I diritti dell'interessato

### Le sanzioni in caso di violazione

- > Gli **indirizzi di posta elettronica** recano dati personali e per questo sono da trattare nel rispetto della normativa. Per usarli a scopo pubblicitario, è necessario il **consenso preventivo libero, specifico, espresso e informato** secondo i requisiti stabiliti dalla direttiva 95/46/CE. Per maggiori informazioni **clicca qui**.
- > Se si verificano queste condizioni, l'interessato può dare il proprio consenso, per esempio, mediante la selezione di una casella. Ricorda sempre che l'interessato deve scegliere liberamente di esprimere il consenso: per questo motivo **le caselle preselezionate sono vietate** e il consenso raccolto in questo modo è nullo.
- > Ricorda che è **illegittimo usare indirizzi email** reperiti su **Internet** e prelevati da newsgroup, forum, pagine web e mailing list. Il fatto che siano pubblici, non comporta il diritto di usarli liberamente. Occorre resistere alla tentazione di utilizzarli perché la legge lo vieta. Per maggiori informazioni **clicca qui**.
- > Gli **elenchi** costruiti **senza il consenso** dei destinatari **non possono essere utilizzati** nell'ambito del regime del consenso esplicito. È anche illegale vendere a terzi questi elenchi incompatibili. Solo in casi limitati, che vanno verificati con cura, è ammesso l'uso senza consenso di dati presenti in elenchi pubblici o forniti direttamente dall'interessato in occasione di precedenti contatti commerciali.



USARE INDIRIZZI PRESI DA INTERNET

CREARE ELENCHI SENZA IL CONSENSO

VENDERE ELENCHI NON A NORMA



## 02

- > **Chi ha dato il consenso** ha diritto di conoscere l'**origine**, la **finalità** e la logica di trattamento **dei dati**, oltre agli estremi del titolare, dei responsabili e del rappresentante designato al trattamento. Deve poter conoscere i soggetti o le categorie ai quali i dati personali possono essere comunicati.
- > Può, inoltre, **rettificare i dati**, far interrompere gratuitamente l'uso per fini commerciali-pubblicitari e far trasformare in modo anonimo o far **cancellare i dati** trattati in violazione di legge.
- > I **diritti possono essere** esercitati con una semplice richiesta, anche solo compilando il **modulo riportato sul sito del Garante** ed inviandolo al titolare del responsabile del trattamento.
- > Per chi tratta illecitamente i dati sono previste **sanzioni amministrative** pecuniarie per omessa informativa oppure omessa notificazione, oltre al rimborso spese e diritti relativi al procedimento attivato da un ricorso al Garante o al Giudice civile.
- > È, inoltre, possibile chiedere un risarcimento dei danni, patrimoniali e morali, che derivino da illecito trattamento dei dati.
- > Sono infine previste delle **sanzioni penali** se il trattamento illecito dei dati è effettuato al fine di trarne per sé o per altri un profitto o per arrecare ad altri un danno ingiusto.



IL DESTINATARIO PUÒ SEMPRE OPPORSI  
AL TRATTAMENTO DEI DATI PER L'INVIO DI  
COMUNICAZIONI PROMOZIONALI A LUI INDIRIZZATE.

## 03

## Le regole per ecommerce

### Chiarezza senza inganni

- > **Vendere online** comporta l'obbligo di rispettare norme specifiche oltre a quelle generali fissate dal Codice Civile per tutti i contratti di compravendita. Il decreto legislativo 6 settembre 2005 n. 206, denominato **Codice del Consumo**, è il riferimento normativo per tutte le vendite a distanza mentre il D.lgs. 9 aprile 2003 n. 70 si occupa specificatamente del commercio elettronico.
- > **Informazioni** chiare, **contratti** in evidenza e la garanzia **del diritto di recesso** non possono mancare in qualsiasi sito di ecommerce.
- > In particolare prima della conclusione del contratto di vendita, informa adeguatamente per iscritto il tuo cliente su:
  - la tua **identità** e il tuo **indirizzo** in caso di pagamento anticipato
  - il prezzo, compresa l'indicazione di tasse e imposte
  - eventuali **spese di consegna**
  - modalità di **pagamento** e di consegna
  - esistenza o esclusione motivata del **diritto di recesso**
  - modalità di **restituzione, costi** e ritiro del bene in caso di recesso
  - eventuali costi aggiuntivi a suo carico nel caso di utilizzo dei canali di comunicazione per contattare il venditore
  - durata della **validità** dell'**offerta** e del prezzo
  - **durata** minima del contratto per fornitura di prodotti
  - **servizi**, a esecuzione continuata o periodica.
- > **Conclusa la vendita**, invia sempre un messaggio al tuo cliente per confermargli la vendita, riportando esattamente la descrizione dell'acquisto e il prezzo finale, segnalando sempre:
  - condizioni e modalità per l'esercizio del diritto di recesso
  - indirizzo per eventuali reclami
  - informazioni su servizi di assistenza e garanzie commerciali.

## 03

- > Ricorda che l'ordine deve essere eseguito entro **30 giorni** e che **il diritto di recesso** può essere effettuato entro **10 giorni lavorativi** dal ricevimento della merce, senza alcuna penalità e senza specificarne il motivo. Segnala sempre la tipologia e la durata della **garanzia**.
- > Non dimenticare che sono sanzionate tutte le **pubblicità non trasparenti** e considerate ingannevoli, cioè iperboliche, fuorvianti, che non dicono la verità o che omettono informazioni indispensabile per la comprensione totale del messaggio.



## 04

## I cookie I più recenti provvedimenti

- > I **cookie** - piccole stringhe di testo - sono inviati da un sito al visitatore e analizzati per la lettura da parte di chi li ha inviati. Sono raccolti a ogni visita per ricordare preferenze utili alla navigazione o anche per fini statistici. Ne esistono di vari tipi e alcuni di questi possono raccogliere **dati personali**. Per questo, spesso si parla dei cookie come di una possibile minaccia alla **privacy individuale**.
- > Con il **D.lgs. 28 maggio 2012 n. 69** l'Italia ha recepito pienamente la direttiva europea 2009/136/CE in materia di tutela della vita privata nelle comunicazioni elettroniche.
- > Tra gli emendamenti introdotti, i più interessanti per il mondo dell'email marketing assoggettano l'uso dei cookie al **preventivo consenso libero e informato dei navigatori** e intervengono sulla **disciplina delle azioni attuate mediante sistemi di invio** automatizzati (**art. 13, comma 3, del Codice Privacy**). L'obiettivo è fare in modo che gli utenti siano informati sull'uso che ogni sito fa dei cookie e su ciò che accade ai dati personali.
- > Le norme approvate cercano di raggiungere un adeguato compromesso fra le esigenze di chi **raccoglie dati per formulare offerte efficaci** e chi desidera sia rispettato il diritto di esercitare il pieno controllo sulle proprie informazioni, inclusi i dati relativi alle proprie navigazioni nel web. Per questo è previsto che, a fronte di un'informativa chiara e comprensibile, il consenso espresso non è richiesto per i cookie tecnici e temporanei. Inoltre la volontà di accettare i cookie può desumersi dalla mancata attivazione dei filtri del browser di navigazione da parte degli utenti.



È NECESSARIO IL CONSENSO PREVENTIVO, LIBERO  
E INFORMATO PER L'INSTALLAZIONE DI COOKIE  
E PER L'INVIO AUTOMATIZZATO.

## 05

## Esempi utili

### Moduli per newsletter, DEM, email

#### Esempio di piè pagina con link all'informativa e alla cancellazione



Per il testo dell'informativa clicca qui: [www.mailup.it/informativa-privacy.htm](http://www.mailup.it/informativa-privacy.htm)

#### Esempio di disclaimer di riservatezza nelle email inviate a singoli destinatari di messaggi personali:

Ai sensi del d.l. n.196/2003 sulla tutela dei dati personali, le informazioni contenute in questo messaggio inclusi gli allegati sono strettamente riservate ed esclusivamente indirizzate al destinatario indicato (o alla persona incaricata di rimmetterlo al destinatario). Qualsiasi uso, riproduzione o divulgazione di questo messaggio è vietata. In caso di errato indirizzamento di questo documento, vogliate cortesemente avvertire il mittente ed eliminare il presente messaggio e relativi allegati (se presenti). Il mittente ritiene il messaggio e i suoi allegati puliti da virus o altro codice dannoso che possa arrecare danni o pregiudizi di ogni sorta al sistema informativo del ricevente.

Per ogni modulo compilato online va registrata data, ora e IP dell'utente. Con i moduli MailUp questi dati vengono automaticamente raccolti.

## 05

### Esempio di informativa da inserire (possibilmente a piè di pagina) nel messaggio inviato al destinatario del messaggio in campagne pubblicitarie:

Ricevi questo messaggio da parte di..., titolare del trattamento che ti informa che che aderendo a quest'offerta i dati saranno usati per dare esecuzione alla tua richiesta e per tenerti aggiornato sulle nostre attività. I tuoi dati sono trattati da responsabili e incaricati preposti dal Titolare all'esecuzione di attività strumentali rispetto alle finalità sopra descritte. I dati non saranno comunicati a terzi né diffusi. In ogni momento potrai accedere ai dati che ti riguardano per aggiornarli, modificarli, integrarli chiederne la cancellazione nei limiti previsti dalla legge o opposti al loro trattamento. Per tale fine sarà sufficiente cliccare qui (link al Centro Gestione Profilo) o scrivere a ...@... (N.B. indicare anche il responsabile del trattamento se è stato nominato)

**Puoi cancellare l'iscrizione cliccando qui.**

### Esempio di aggiornamento e cancellazione dei dati con MailUp

Benvenuto, qui puoi gestire il tuo profilo

Iscrizioni

Dati personali

Gestione frequenza

Social network

Iscrizioni

Qui trovi l'elenco dei tipi di comunicazioni disponibili e il tuo stato

Comunicazioni	Iscritto
<b>Formazione, promozioni e Inviti.</b> Invio ebook, inviti a seminari online (webinar), iniziative ed eventi MailUp	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Newsletter MailUp</b> La Newsletter ufficiale di MailUp, sul tema Email Marketing, che viene inviata una volta al mese.	<input checked="" type="checkbox"/>

Disiscriviti da tutte

Iscriviti a tutte

Prima di uscire verifica il tuo profilo.

Esci

## Check-list

### Trattare i dati personali

- > Hai controllato l'origine dei dati del tuo database e la presenza del consenso espresso dai destinatari?
- > Hai nominato responsabile del trattamento il fornitore esterno che riceve la tua lista di indirizzi per spedire e personalizzare i messaggi?
- > Hai inserito nel messaggio l'informativa sul trattamento dei dati e i link per permettere ai destinatari di esercitare i loro diritti e chiedere eventualmente la cancellazione?
- > Hai inserito sul tuo sito di ecommerce le informazioni necessarie e controllato che non contenga affermazioni ingannevoli o realizzi pratiche commerciali scorrette?
- > Hai controllato che il contenuto delle informative che usi per raccogliere i dati sia adatto alle finalità che vuoi raggiungere, senza limitarti a copiare quelle degli altri?
- > Le informative che usi sono aggiornate e tengono conto dei frequenti cambiamenti normativi?
- > **Se hai risposto sì a tutte le domande, puoi iniziare a creare un database a norma di legge.**



Se vuoi metterti subito alla prova, attiva ora e senza impegno una **console gratuita MailUp**. Per **30 giorni** puoi creare, inviare e tracciare le tue campagne di comunicazione per un massimo di 25 destinatari.  
[<http://www.mailup.it/campagne-dem-prova-gratuita.htm>].

“ I dati e la loro analisi rappresentano il cuore del nostro patrimonio informativo. Per questo, gestire un database e proteggere i dati in esso contenuti sono attività di vitale importanza, richiedono sensibilità, attenzione e pieno rispetto delle norme ”

ALBERTO MISCIA, CO-FOUNDER MAILUP



LA SOLUZIONE PER EMAIL, NEWSLETTER, SMS