

6 maggio 2010 11:16

Telemarketing selvaggio. Scarse notizie sul Registro delle opposizioni, poche e non buone

di Deborah Bianchi*



La legge 166/2009 ha introdotto nel nostro sistema nazionale il regime dell'opt out in fatto di telefonate commerciali indesiderate mediante l'istituzione del Registro delle opposizioni. La cui regolamentazione è affidata ad un decreto (Dpr) a cura del Governo, che il 16 aprile scorso lo ha preannunciato in uno scarno comunicato: (http://avvertenze.aduc.it/notizia/telemarketing+governo+via+libera+al+registro_117323.php)
... uno schema di regolamento per la disciplina del diritto di opposizione alla vendita e alla promozione di attività e servizi commerciali attraverso gli operatori telefonici. A tal fine viene istituito l'apposito registro pubblico e definite modalità e tempi di iscrizione degli abbonati, i quali potranno chiedere, gratuitamente e secondo modalità semplificate (compilazione del modulo elettronico, chiamata, posta elettronica, raccomandata o fax), che il proprio numero telefonico sia iscritto nel registro quando non si desidera ricevere chiamate con finalità promozionali, dirette all'invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale. Lo schema di regolamento inizia un iter di concertazione che lo vedrà sottoposto al parere del Consiglio di Stato e delle Commissioni parlamentari nonché, per i profili di competenza, dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e del Garante per la protezione dei dati personali.

Bene. Ma dove si trova la bozza del testo? È vero che siamo in fase di costruzione e che saranno determinanti i pareri delle istituzioni competenti, tuttavia, vista la rilevanza della materia e delle novità che investiranno gli italiani da qui a poco, la bozza di lavoro poteva essere diffusa, magari in rete. A contrario, le uniche indiscrezioni le ho potute leggere solo su un giornale specialistico. Nel comunicato governativo si parla di iter di concertazione ovvero di procedura di confronto che implica la partecipazione alle decisioni politiche. Ma quale confronto è possibile su un testo noto solo agli addetti ai lavori?

IL PUNTO DELLA SITUAZIONE

Il settore del telemarketing ovvero della promozione commerciale via telefono implica il trattamento dei dati personali, cioè i numeri degli utenti pubblicati sull'elenco abbonati.

Conseguentemente per questo aspetto l'attività delle società di telemarketing (telemarketer) viene disciplinata dal Codice Privacy in particolare dall'articolo 130 rubricato "chiamate indesiderate".

L'utilizzo del telefono per scopi promozionali può realizzarsi con un operatore-persona fisica o con un risponditore automatico.

Le chiamate con risponditore automatico sono assolutamente vietate, salvo il caso in cui vi sia il consenso preventivo del consumatore.

Le chiamate con operatore sono ammesse solo nei confronti di coloro che non abbiano manifestato la loro opposizione in apposito registro, il Registro delle opposizioni introdotto con la legge 166/09 che ha aggiunto all'art. 130 il comma 3 bis, 3 ter e 3 quater.

Questo nuovo istituto dovrebbe perfezionare l'iter normativo entro il 25 maggio prossimo.

Allo stato attuale tuttavia il Registro delle opposizioni non è ancora operativo e così il nostro sistema si trova nello

stato disciplinato dal regime transitorio (del novellato art. 162 Codice Privacy) in cui i telemarketer possono continuare a chiamare gli utenti in modo indisturbato per i data base formati prima del 1 agosto 2005.

Disciplina del registro delle opposizioni

Alla luce delle [indicazioni legislative](#) si potrebbe ipotizzare una prima mappa dei diritti e degli obblighi per l'utente e per il telemarketer.

Utente: diritti e obblighi

L'utente ha diritto di opporsi alle chiamate indesiderate. A tal fine ha l'obbligo di iscriversi nel Registro delle opposizioni. In difetto di tale iscrizione la legge presume il silenzio-assenso del consumatore e il telemarketer avrà il diritto di contattarlo.

Iscrizione. Modalità semplificate. L'utente ha diritto di iscrivere la numerazione della quale è intestatario secondo modalità semplificate ed anche in via telematica o telefonica.

Iscrizione. durata. L'iscrizione ha durata indefinita ed è revocabile in qualunque momento, mediante strumenti di facile utilizzo e gratuitamente.

Trasparenza. No a chiamate con numero riservato. L'utente ha diritto di conoscere l'identificativo della linea chiamante e di ricevere idonee informative, in particolare sulla possibilità e sulle modalità di iscrizione nel Registro per opporsi a futuri contatti.

Società di telemarketing: obblighi e diritti

Il telemarketer ha il diritto di contattare tutte le utenze che non risultano iscritte nel Registro delle opposizioni. Il telemarketer incorrerà in sanzioni là dove procederà all'utilizzo di data base non aggiornati con il patrimonio informativo del Registro.

Data base. Obbligo di utilizzare solo quelli aggiornati con il registro. I telemarketer non potranno più inoltrare chiamate a una generalità di utenti in modo indiscriminato, ma potranno chiamare solo le utenze che non sono iscritte nel Registro. A tal fine ogni tot giorni il telemarketer ha l'obbligo di accedere al Registro per aggiornare il proprio data base di soggetti da contattare. Tale accesso deve avvenire mediante interrogazione selettiva che non consenta il trasferimento dei dati presenti nel Registro. Questo significa che l'operatore commerciale potrà solo chiedere un aggiornamento dei dati che conosce e gli sarà vietato acquisire il patrimonio informativo di cui dispone il Registro.

Accesso al registro a pagamento. I soggetti che si avvalgono del Registro per effettuare le comunicazioni corrispondono tariffe di accesso basate sugli effettivi costi di funzionamento e di manutenzione. Il Ministro dello sviluppo economico, con proprio provvedimento, determina tali tariffe. Considerato che l'aggiornamento del data base del telemarketer ha validità solo per un certo periodo di giorni si suppone che alla scadenza di questo lasso di tempo l'operatore commerciale deve sostenere di nuovo i costi di accesso al Registro.

Obbligo di informativa e trasparenza. Il telemarketer ha l'obbligo di chiamare con un'utenza in chiaro. Sono vietate le chiamate con numero riservato. Il telemarketer ha l'obbligo altresì di informare il consumatore che ha il diritto di opporsi a futuri contatti iscrivendosi al Registro.

Su tutto questo sistema vigila il Garante per la privacy che ha però solo poteri interdittivi e sanzionatori. Il Garante

non può dunque impartire direttive all'ente che gestisce il Registro.

BOZZA DI REGOLAMENTO GOVERNATIVO

Dai pochi aggiornamenti acquisiti tramite fonti giornalistiche specializzate, il testo di regolamento del Registro in via di attuazione sembrerebbe riportare i dati di seguito esposti.

Obblighi per le società di telemarketing

L'operatore di telemarketing prima di procedere alla propria attività di trattamento dei numeri degli abbonati in chiaro sull'elenco telefonico deve trasmettere i relativi data base in proprio possesso al gestore del Registro che provvederà a confrontarli con i nominativi che hanno optato per l'opposizione.

Dopodichè nell'arco di un massimo di 24 ore il gestore restituisce al telemarketer il data base aggiornato con i contatti che possono essere trattati.

Ciascuna consultazione da parte dell'operatore commerciale del Registro ha una validità massima di 15 giorni ed è a pagamento.

Obblighi per l'utente

L'utente abbonato all'elenco telefonico il cui numero risulti in chiaro, e che non ha ancora manifestato l'opposizione a ricevere telefonate a carattere commerciale, **se vuole evitare di ricevere chiamate indesiderate deve procedere all'iscrizione al registro delle opposizioni.**

L'iscrizione dev'essere eseguita **per ciascuna utenza** presente sull'elenco telefonico anche quella relativa al cellulare.

L'iscrizione è **a tempo indeterminato**. e' comunque sempre revocabile.

Decade automaticamente **quando cambia l'intestatario** o vi sia la cessazione del contratto. In questi casi il subentrante dovrà ricordarsi di eseguire di nuovo l'iscrizione al registro.

Modalita' di iscrizione

L'iscrizione può avvenire mediante compilazione di apposito modulo elettronico che sarà reso disponibile sul sito del gestore del Registro o tramite **chiamata telefonica, e.mail, raccomandata o fax.**

CONCLUSIONI

Se la bozza prevede effettivamente quanto trapelato ci corre l'obbligo di ipotizzare qualche annotazione.

Attestazione di avvenuta iscrizione, non pervenuta. Le modalità di iscrizione sono talmente semplificate che non è stata prevista neppure un'attestazione di avvenuta iscrizione da rilasciare all'utente. Si tratta di un neo non marginale del testo normativo in quanto nel momento stesso in cui si disciplina un istituto a tutela del consumatore si finisce per consentire solo un principio di difesa, privando l'utente della prova di avvenuta manifestazione del proprio dissenso.

E se dopo l'iscrizione continuano a chiamare? Di fatto la legge non prevede un meccanismo tecnico di interdizione delle chiamate. Si prescrive l'applicabilità di sanzioni, ma non si prescrive la possibilità di attivare delle tecniche di filtraggio nei confronti del telemarketer che chiami anche utenti iscritti al Registro. Potrebbe darsi infatti che in mancanza di un'attestazione di avvenuta iscrizione e in assenza di provvedimenti di filtraggio, l'operatore commerciale continui comunque a contattare tutti indiscriminatamente. Ovviamente qui si apre lo scenario di un contenzioso infinito tra gli abbonati che devono dimostrare di essersi iscritti e di essere stati importunati da quel determinato operatore commerciale e i telemarketer che faranno di tutto per glissare.

Registro opposizioni: quanto mi costi? Tra l'altro il costo di questa operazione rischia di gravare unicamente sulle spalle dei telemarketer diligenti. Il Registro delle opposizioni così come concepito almeno adesso funziona come Certification Authority (ente certificatore) unicamente delle utenze che non vogliono essere contattate, ma non funziona anche come Certification Authority dei telemarketer. Conseguentemente in barba alla previsione di contatti con numero telefonico in chiaro e dovere di informativa, l'operatore commerciale può benissimo agire in modo abusivo senza accedere al Registro e da territori non sottoposti alla normativa in oggetto gabbando lo Stato italiano e le aziende del settore che lavorano in modo serio e trasparente.

Il Registro avrebbe dovuto censire sia l'identità dei consumatori iscritti, sia l'identità delle imprese che chiedono di accedere alle relative banche dati. Conseguentemente le imprese che non si fossero sottoposte all'identificazione avrebbero dovuto essere interdette dall'interoperabilità dei loro numeri telefonici con quelli dell'intera utenza nazionale.

Questo, a modesto avviso di chi scrive, parrebbe un nodo fondamentale per costruire uno spazio in cui vengono garantiti i diritti di riservatezza degli utenti e i diritti delle imprese a una concorrenza leale e trasparente dove sono interdette le scorribande di call center extracomunitari elusivi di qualsiasi principio di legalità.

Registro opposizioni: è assicurata l'effettività della tutela? Alla luce di queste osservazioni, la redazione della bozza di regolamento del Registro, così com'è, prefigura un grosso pasticcio in cui la lettera della legge, lungi dall'assicurare l'effettività della tutela, risulta generare ulteriore confusione in cui rimangono gabbati sia gli utenti sia gli operatori commerciali seri.

Il controllo sul funzionamento e sul rispetto della normativa viene affidato al Garante Privacy.

La funzione dell'Authority tuttavia si dimostra monca: può comminare sanzioni, ma non può intervenire in fase procedimentale.

Una simile statuizione non sarà priva di conseguenze soprattutto in punto di effettività della tutela degli utenti che, ogni qualvolta la propria istanza di iscrizione non andrà a buon fine, si troveranno costretti a inoltrare la segnalazione a un istituto (Garante Privacy) che non ha un controllo diretto sul Registro e che potrà solo impartire sanzioni, ma non agire dall'interno con provvedimenti sull'organico o piuttosto modificare immediatamente i protocolli organizzativi.

Ma chi gestisce il Registro? È ancora buio fitto sul soggetto che gestirà il Registro delle opposizioni, che sosterrà i relativi costi e incasserà soldi dalle società di telemarketing.

** **Deborah Bianchi**, avvocato specializzato in diritto applicato alle nuove tecnologie, esercita nel Foro di Pistoia e Firenze in materia civile e amministrativa*

[avv.deborah\(at\)deborahbianchi.it](mailto:avv.deborah(at)deborahbianchi.it)

Art. 130 comma 3 bis, 3 ter e 3 quater, D.Lgs. 196/03:

“3-bis. In deroga a quanto previsto dall'articolo 129, il trattamento dei dati di cui all'articolo 129, comma 1, mediante l'impiego del telefono per le finalità di cui all'articolo 7, comma 4, lettera b), è consentito nei confronti di chi non abbia esercitato il diritto di opposizione, con modalità semplificate e anche in via telematica, mediante l'iscrizione della numerazione della quale è intestatario in un registro pubblico delle opposizioni. (1)

3-ter. Il registro di cui al comma 3-bis è istituito con decreto del Presidente della Repubblica da adottare ai sensi dell'articolo 17, comma 2, della legge 23 agosto 1988, n. 400, previa deliberazione del Consiglio dei ministri, acquisito il parere del Consiglio di Stato e delle Commissioni parlamentari competenti in materia, che si pronunciano entro trenta giorni dalla richiesta, nonché, per i relativi profili di competenza, il parere dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, che si esprime entro il medesimo termine, secondo i seguenti criteri e principi generali:

a) attribuzione dell'istituzione e della gestione del registro ad un ente o organismo pubblico titolare di competenze inerenti alla materia;

b) previsione che l'ente o organismo deputato all'istituzione e alla gestione del registro vi provveda con le risorse umane e strumentali di cui dispone o affidandone la realizzazione e la gestione a terzi, che se ne assumono interamente gli oneri finanziari e organizzativi, mediante contratto di servizio, nel rispetto del codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture, di cui al decreto legislativo 12 aprile 2006, n. 163. I soggetti che si avvalgono del registro per effettuare le comunicazioni corrispondono tariffe di accesso basate sugli effettivi costi di funzionamento e di manutenzione. Il Ministro dello sviluppo economico, con proprio provvedimento, determina tali tariffe;

c) previsione che le modalità tecniche di funzionamento del registro consentano ad ogni utente di chiedere che sia iscritta la numerazione della quale è intestatario secondo modalità semplificate ed anche in via telematica o telefonica;

d) previsione di modalità tecniche di funzionamento e di accesso al registro mediante interrogazioni selettive che non consentano il trasferimento dei dati presenti nel registro stesso, prevedendo il tracciamento delle operazioni compiute e la conservazione dei dati relativi agli accessi;

e) disciplina delle tempistiche e delle modalità dell'iscrizione al registro, senza distinzione di settore di attività o di categoria merceologica, e del relativo aggiornamento, nonché del correlativo periodo massimo di utilizzabilità dei dati verificati nel registro medesimo, prevedendosi che l'iscrizione abbia durata indefinita e sia revocabile in qualunque momento, mediante strumenti di facile utilizzo e gratuitamente;

f) obbligo per i soggetti che effettuano trattamenti di dati per le finalità di cui all'articolo 7, comma 4, lettera b), di garantire la presentazione dell'identificazione della linea chiamante e di fornire all'utente idonee informative, in particolare sulla possibilità e sulle modalità di iscrizione nel registro per opporsi a futuri contatti;

g) previsione che l'iscrizione nel registro non precluda i trattamenti dei dati altrimenti acquisiti e trattati nel rispetto degli articoli 23 e 24. (1)

3-quater. La vigilanza e il controllo sull'organizzazione e il funzionamento del registro di cui al comma 3-bis e sul trattamento dei dati sono attribuiti al Garante. (1)

(1) Comma è stato inserito dall'art. 20-bis D.L. 25.09.2009, n. 135 così come modificato dall'allegato alla legge di conversione, L. 20.11.2009, n. 166 (G.U. 24.11.2009, n. 274 - S.O. n. 215) con decorrenza dal 25.11.2009”.

