

PUBBLICITA': NON OCCORRE IL CONSENSO DEI CLIENTI GIA' NOTI

Fiammetta Malagoli

Il Garante per la protezione dei dati personali ha emanato un' interessante prescrizione in tema di semplificazioni di alcuni adempimenti per le aziende. Il provvedimento, emesso ai sensi dell' art. 154 del Codice della privacy e datato 19 giugno 2008, è stato pubblicato sul Bollettino n- 96 del giugno 2008.

Nelle premesse del documento, l' Autorità Garante dà atto dell' esigenza di alcune semplificazioni nell' applicazione della disciplina sulla protezione dei dati personali, in particolare per quanto concerne le piccole e medie imprese, i liberi professionisti, gli artigiani e riguarda la gestione di informazioni attinenti ad altre imprese, amministrazioni, clienti e fornitori, quando tali informazioni siano utilizzate, anche in relazione ad obblighi contrattuali e normativi, per correnti finalità amministrative e contabili.

Il Garante, dopo un' analisi approfondita, ha rilevato che vengono compiuti adempimenti superflui o ripetuti inutilmente, con approcci burocratici e di carattere formale, mentre il Codice della privacy vuole assicurare una protezione elevata dei diritti degli interessati, ma sempre nel rispetto "dei principi di semplificazione, armonizzazione ed efficacia", come sancisce l' art. 2 del Codice stesso. Lo scopo del provvedimento, quindi, è quello di apportare ulteriori semplificazioni per agevolare l' attività gestionale di organismi, sia pubblici sia privati, di ridotte dimensioni, semplificazioni che devono salvaguardare i diritti e le libertà fondamentali dei cittadini ed essere in armonia con la disciplina complessiva nazionale e comunitaria.

L' Autorità Garante ha osservato che spesso le realtà imprenditoriali di piccole e medie dimensioni trattano dati che non hanno carattere sensibile e giudiziario per finalità di ordine amministrativo e contabile. Si tratta, ad esempio, della gestione degli ordinativi, delle buste paga, dell' ordinaria corrispondenza con i clienti, con i fornitori, con i dipendenti, con realtà esterne (spesso in *outsourcing*).

In questi casi, spesso sono stati predisposti moduli lunghi e burocratici, poco o per nulla comunicativi, che spesso usano espressioni giuridiche di scarsa comprensibilità ai fini della comprensione delle caratteristiche principali del trattamento. Spesso, addirittura, l' informativa viene reiterata in occasione di ciascun contatto con gli interessati, frazionando le informazioni, che dovrebbero, invece, essere fornite in modo unitario ed organico.

Il Garante privacy quindi, con la prescrizione del giugno 2008, fornisce alcune indicazioni, utili in particolare per piccole e medie imprese, liberi artigiani e professionisti.

Deve essere fornita un' unica informativa per il complesso dei trattamenti, che contenga una ricostruzione organica dei trattamenti, redatta in linguaggio semplice, senza frammentazioni e reiterazioni. Le informazioni essenziali devono essere fornite in un quadro di lealtà e correttezza. Se è possibile, bisogna predisporre un' informativa breve, indicando subito e con immediatezza le principali caratteristiche del trattamento.

Nel provvedimento viene anche fornito un fac-simile di informativa breve scritta, che può rinviare anche ad un testo più articolato, che sia disponibile agevolmente, facilmente accessibile e senza oneri per l' interessato. Il testo più articolato potrà essere reso disponibile, ad esempio, con internet, essere affisso in bacheca, riportato su cartelli disponibili per la clientela, messo a disposizione su messaggi preregistrati disponibili digitando un numero telefonico gratuito. Anche l' informativa più dettagliata deve essere corretta, sintetica, chiara e comprensibile.

Gli elementi già noti all' interessato possono non essere inseriti nell' informativa, mentre devono essere omesse le circostanze ovvie ed i riferimenti meramente burocratici. In modo efficace e

sintetico si deve fare riferimento anche ai diritti degli interessati ed al soggetto a cui l' interessato possa rivolgersi per esercitare i propri diritti.

Se la raccolta dei dati viene fatta presso terzi, è possibile redigere una sola informativa, riferita sia ai dati forniti direttamente dall' interessato sia ai dati acquisiti presso terzi. Non si deve fornire l' informativa quando i dati raccolti presso terzi debbano essere trattati in forza di un obbligo normativo.

Secondo il Garante sarebbe opportuno che le informative più articolate fossero basate su uno schema tendenzialmente uniforme per il settore di attività. A tale proposito, invita le associazioni di categoria a predisporre informazioni-tipo per determinati settori o categorie di trattamento, anche in collaborazione con l' Autorità.

Il Garante privacy precisa che deve, invece, essere fornita un' informativa specifica *ad hoc*, se il trattamento ha caratteristiche particolari (quando, ad esempio, coinvolge il trattamento di dati genetici, o prevede forme di utilizzazioni inusuali di dati, o può comportare rischi specifici per gli interessati).

Un altro aspetto trattato dal provvedimento è quello che riguarda la designazione degli incaricati del trattamento, che possono essere nominati in modo semplificato, evitando singoli atti circostanziati relativi distintamente a ciascun incaricato. Si può individuare il trattamento dei dati e le relative modalità che sono consentiti all' unità alla quale sono addetti gli incaricati stessi.

Il Garante ricorda, poi, che per perseguire finalità amministrative e contabili non è necessaria la notificazione telematica all' Autorità, salvo i casi particolari previsti dalla legge.

In relazione al consenso, il Garante ha precisato i casi nei quali non deve essere richiesto.

Il primo caso è quello in cui il trattamento dei dati sia svolto in ambito privato al fine di adempiere ad obblighi contrattuali o normativi o per ordinarie finalità amministrative e contabili. Un altro caso in cui non occorre il consenso è quello in cui i dati trattati provengano da pubblici registri ed elenchi pubblici conoscibili da chiunque o si tratti di dati relativi allo svolgimento di attività economiche dell' interessato. Le due ipotesi sopra enunciate sono previste dal Codice della privacy.

Un' ulteriore ipotesi identificata nel provvedimento è molto interessante. Il consenso non deve essere richiesto quando il titolare del trattamento, che abbia già venduto un prodotto o prestato un servizio ad un interessato, nel quadro dello svolgimento di ordinarie finalità amministrative e contabili, utilizzi i recapiti di posta elettronica o cartacea fornitigli dall' interessato per fornire ulteriore suo materiale pubblicitario o promuovere una sua vendita diretta o compiere sue ricerche di mercato o di comunicazione commerciale. Tale nuova possibilità prevista dal Garante tiene conto delle difficoltà incontrate da alcuni operatori economici a conservare un proprio diretto canale comunicativo.

In questo nuovo caso, non sarà necessario chiedere il consenso purché l' attività promozionale riguardi beni e servizi del medesimo titolare, analoghi a quelli oggetto di vendita e purché l' interessato sia informato, al momento della raccolta dei dati ed in occasione dell' invio di ogni comunicazione effettuata per le successive attività promozionali, che ha la possibilità di opporsi in qualsiasi momento al trattamento, in maniera gratuita ed agevole, anche mediante posta elettronica, fax, telefono, e di ottenere un immediato riscontro che confermi l' interruzione di tale trattamento.

Sarà, invece, necessario ottenere il consenso dell' interessato ogni qual volta egli, adeguatamente informato prima dell' instaurazione del rapporto, si sia opposto, inizialmente o successivamente, a tale uso.

BOX NORMATIVO:

- D.Lgs. 30 giugno 2003, n.196,Codice in materia di protezione dei dati personali.
- Prescrizioni del Garante per la protezione dei dati 19 giugno 2008, Semplificazioni di taluni adempimenti in ambito pubblico e privato rispetto a trattamenti per finalità amministrative e contabili