



consulenti
PRIVACY_{srl}

MARKETING E GDPR? SI PUÒ!

A CURA DI

Paolo Rosetti - DPO

Fabio Pari - AVVOCATO

Massimiliano Sarto - DPO & LEAD AUDITOR

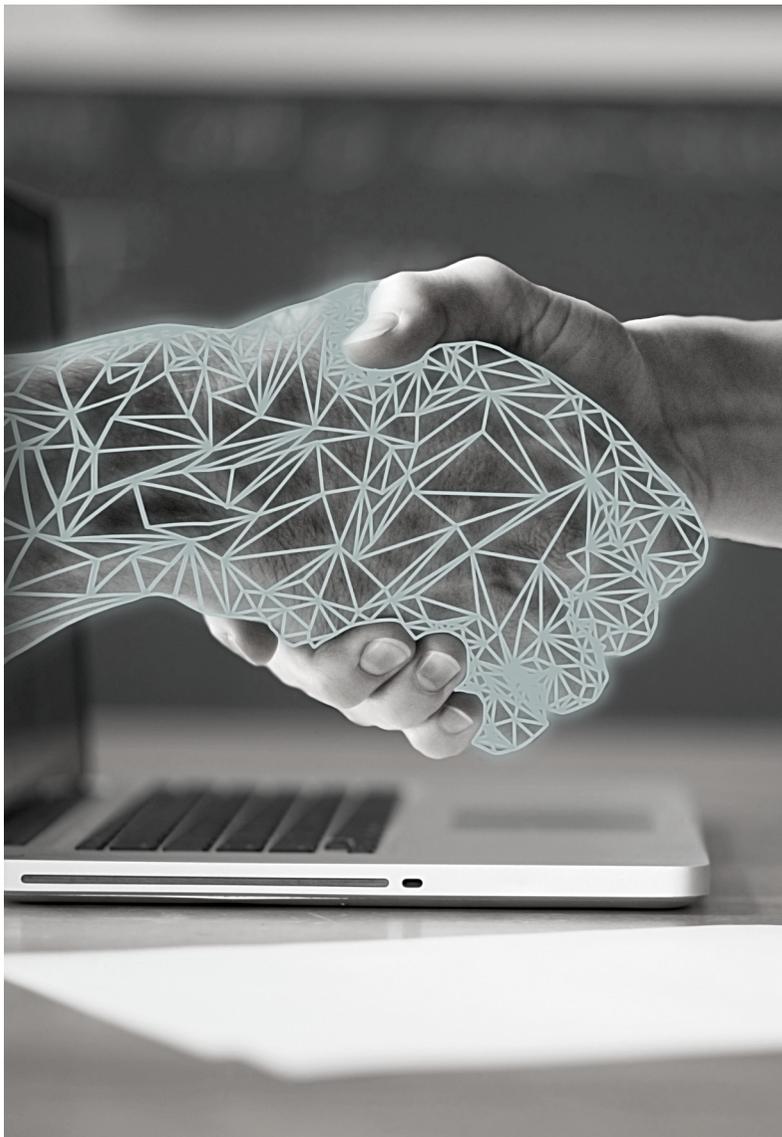
IL DIRECT MARKETING

Il **marketing diretto** prevede la comunicazione, senza intermediari, tra azienda e clienti o utenti finali (es. promozione mediante incaricati alla vendita; telemarketing; mobile marketing; email marketing; ecc.).

Il **marketing indiretto** sussiste invece quando l'azienda, per comunicare con gli utenti finali, si avvale di un soggetto terzo (es. inserzioni pubblicitarie sul web).



IL CONSENSO



La **base giuridica** per il trattamento di dati personali (es. nome, cognome, email) con finalità di direct marketing **è quasi sempre il consenso dell'interessato**, così come previsto dall'art. 6 del GDPR.

Il "target" della comunicazione marketing dovrà aver manifestato in maniera **libera, specifica, informata ed inequivocabile** di accettare il trattamento dei propri dati personali per la suddetta finalità.

TELEMARKETING: ALCUNE REGOLE

- **Contatti "pubblici"**: numeri estratti da pubblici registri e elenchi telefonici pubblici, possono essere utilizzati **senza consenso** ed a condizione che il numero non si trovi nel Registro delle Opposizioni.

- **Contatti "privati"**: numeri (fissi o mobili) raccolti e successivamente **utilizzati in base ad un consenso** specifico prestato dall'interessato (es. in occasione dell'acquisto di beni o servizi oppure in occasione dell'iscrizione a programmi di fidelizzazione, di partecipazione a concorsi a premio, ecc.). In queste occasioni l'interessato potrebbe aver manifestato il consenso a che la propria numerazione telefonica venga utilizzata o comunicata a terzi per lo svolgimento di finalità di marketing anche telefonico e tale consenso potrebbe quindi rendere lecite le telefonate promozionali ricevute nonostante l'iscrizione al Registro delle Opposizioni.

ATTENZIONE ALLE "LISTE"

Utilizzare dati personali presenti in "data base" acquistati da soggetti terzi (c.d. *List Provider*) può essere molto rischioso.

Queste liste generalmente sono composte da dati personali raccolti, con modalità e tempi differenti, da aziende diverse tra loro (ad esempio: durante la vendita di beni/servizi). L'azienda che ha raccolto i dati aveva l'obbligo di informare il soggetto interessato che, in presenza del suo consenso, i suoi dati personali sarebbero potuti essere comunicati/ceduti a terzi per autonome finalità di marketing.

Solo se l'interessato ha rilasciato tale consenso in modo corretto (e ne è stata conservata la prova), **allora l'utilizzo dei suoi dati da parte dell'azienda che ha acquistato la lista sarà lecito** (ovviamente a condizione che, successivamente, il consenso non sia stato revocato mediante opposizione).

ENI GAS E LUCE BECCATA CON LE MANI... NELLA LISTA!

Con il provvedimento n. 232 del 11 dicembre 2019, **il Garante italiano ha sanzionato ENI GAS E LUCE per 11,5 milioni di euro.** Uno dei motivi della sanzione è il seguente: *"i dati personali presenti nelle liste acquisite tramite i list provider non sono oggetto di controlli, nemmeno a campione, idonei a comprovare il rispetto, in fase di raccolta, delle disposizioni relative al rilascio dell'informativa, all'acquisizione del consenso, e alle verifiche sul Registro pubblico delle opposizioni"*.



UNA "DEROGA" PER LE NEWSLETTER DI SOFT SPAM



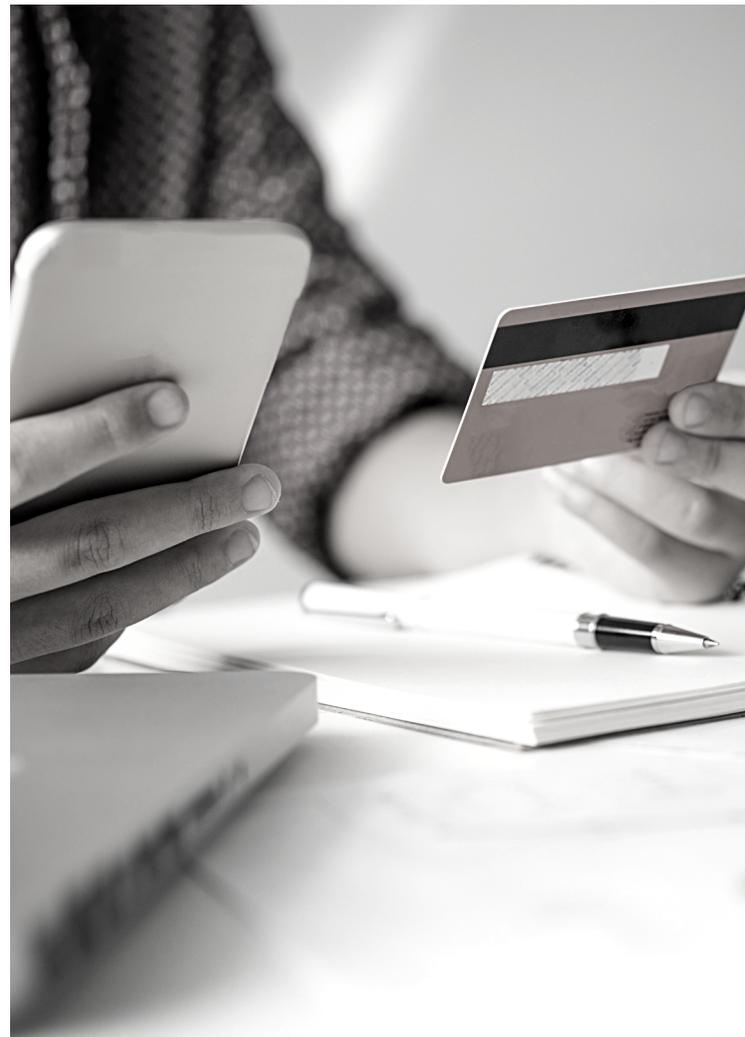
*"Il **consenso non è necessario** quando il titolare, a fini di vendita diretta di propri prodotti o servizi, utilizza gli indirizzi di posta elettronica **raccolti presso gli interessati nel contesto della vendita di un prodotto o di un servizio, sempre che si tratti di servizi analoghi a quelli oggetto della vendita** e non vi sia il rifiuto da parte dell'interessato a tale uso, sia inizialmente che in occasione di successive comunicazioni"*
(art. 16 bozza Reg. e-Privacy, che conferma la normativa attuale e i provvedimenti del Garante).

IL LEGITTIMO INTERESSE

Il marketing diretto, quanto rientra nei limiti del **soft spam**, è possibile sulla base del "**legittimo interesse**" del titolare.

Lo dicono:

- art. 130 comma 4 D.lgs 196/2003
- art. 13 DIR. 2002/58/CE (Direttiva e-Privacy)
- art. 16 bozza REG. e-Privacy (che andrà a sostituire la Direttiva)
- Pareri e provvedimenti del Garante



MARKETING E GDPR? SI PUÒ!

Fare marketing in conformità al GDPR è più semplice di quanto si pensi!

Il primo passo consiste nell'individuare le modalità di promozione (telefonate, newsletter, ecc.) e la platea di destinatari. Definiti questi aspetti si potrà determinare la base giuridica su cui fondare il trattamento.

Ad esempio:

- a. **newsletter ai tuoi clienti** o a soggetti che hanno manifestato interesse per i tuoi beni/servizi (soft spam): possibile senza consenso (ma occhio all'informativa ed alla procedura di opt-out!)
- b. **newsletter/telefonate a soggetti non clienti**: è necessario il consenso e quindi dovrai controllare che la banca dati in uso sia conforme alle previsioni normative (consensi, Registro Opposizioni, ecc.)

VUOI SAPERNE DI PIÙ? CONTATTACI!

SEDE DI RIMINI

Via Valentini 11, Rimini (47923)
+39 0541 1798723

SEDE DI MILANO



Piazza Città di Lombardia 1, Milano (20124)
+39 02 45071182

info@iconsulentiprivacy.it
www.iconsulentiprivacy.it

