



consulenti  
PRIVACY<sup>srl</sup>

# MARKETING E GDPR? SI PUÒ!

**A CURA DI**

Paolo Rosetti - DPO

Fabio Pari - AVVOCATO

Massimiliano Sarto - DPO & LEAD AUDITOR

agg. gennaio 2020

# IL DIRECT MARKETING

---

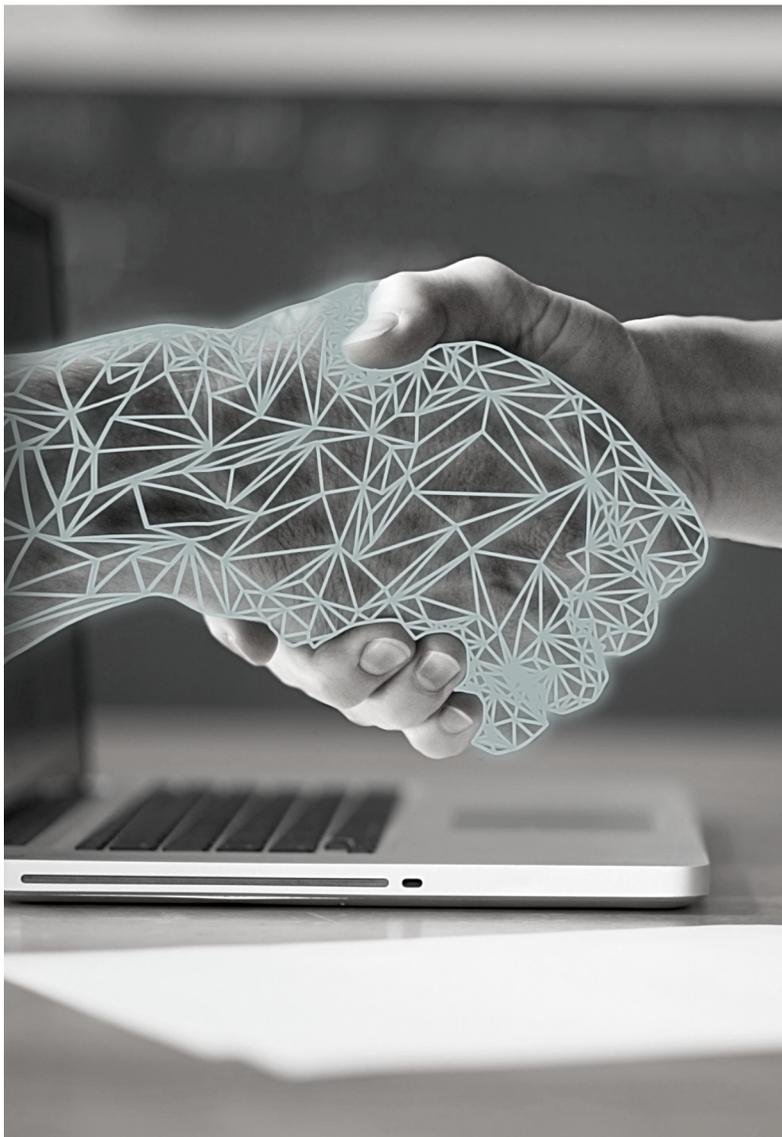
Il **marketing diretto** prevede la comunicazione, senza intermediari, tra azienda e clienti o utenti finali (es. promozione mediante incaricati alla vendita; telemarketing; mobile marketing; email marketing; ecc.).

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"*.



# ALTRE SANZIONI PER MARKETING SCORRETTO

---



Provvedimento n. 7 del 15 gennaio 2020 –  
**sanzione di euro 27.802.946 a TIM SPA**

Provvedimento n. 138 del 9 luglio 2020 –  
**sanzione di euro 800.000 a ILIAD ITALIA SPA**

Provvedimento n. 143 del 9 luglio 2020 –  
**sanzione di euro 16.729.600 a WIND TRE SPA**

# 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).

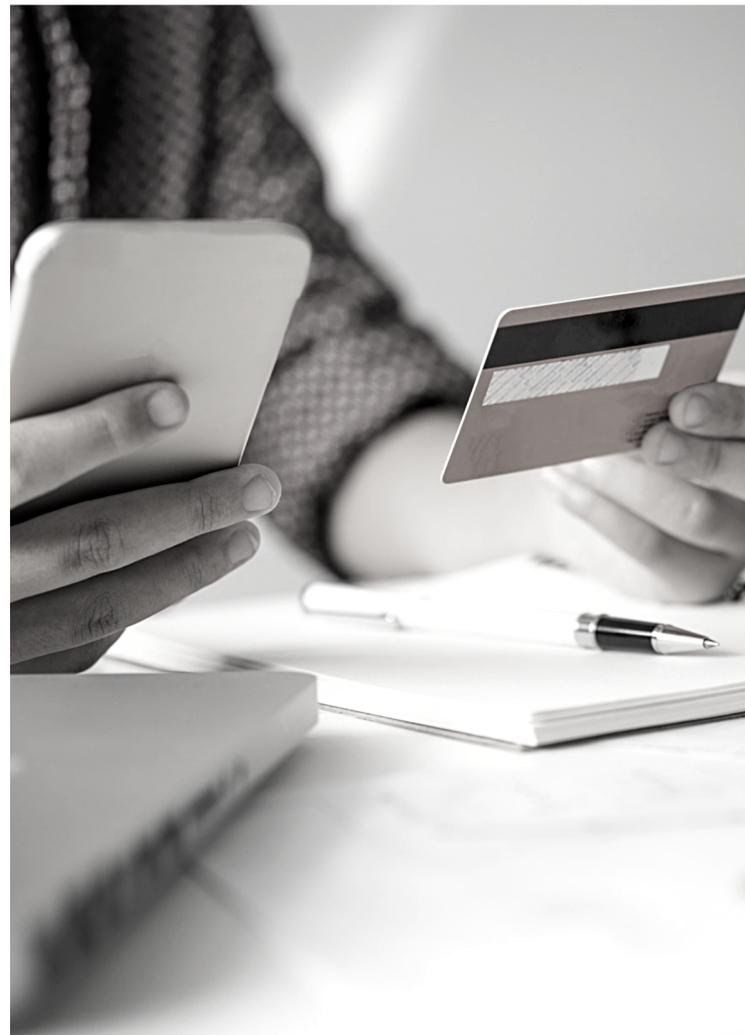
# IL LEGITTIMO INTERESSE

---

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.)

# PER SAPERNE DI PIÙ



Guarda su YouTube la registrazione del nostro webinar "Marketing e GDPR? Si può!"

consulenti PRIVACY srl Rimini - Via Valentini 11 - 0541 1798723 Milano - Piazza Città di Lombardia 1 - 02 45071182 www.consulentipracy.it info@consulentipracy.it

## IL TELEMARKETING

Uno strumento molto utilizzato per fare marketing è il telemarketing, ovvero la commercializzazione dei prodotti e/o servizi attraverso operatori telefonici esterni o interni all'Azienda.

CAPIAMO SUBITO COME QUESTE ATTIVITA' POSSANO COMPORTARE UN'INVASIONE ANCHE FASTIDIOSA DELLA SFERA PRIVATA DELLE PERSONE

Come muoversi quindi?

Riproduci (k)

19:36 / 1:38:31

consulenti PRIVACY srl Rimini - Via Valentini 11 - 0541 1798723 Milano - Piazza Città di Lombardia 1 - 02 45071182 www.consulentipracy.it info@consulentipracy.it

## 4 punti chiave per affrontare il problema

- Prestare attenzione in anticipo al possibile *impatto* delle *violazioni* dei dati dei clienti.
- Ipotizzare gli impatti sul *valore* del proprio *marchio* derivanti da incidenti di sicurezza informatica.
- Considerare un'attività più *sicura* come un modo per *attirare* più clienti.
- Sviluppare relazioni e un *linguaggio comune* con il team di sicurezza.

Chief Marketing Officer

# I NOSTRI CONTATTI

**RIMINI – Via Valentini 11**

TEL. 0541 1798723

**MILANO – P.zza Città di Lombardia 1**

TEL. 02 45071182

**BOLOGNA – Via Vittorio Lugli 4/A-D**

TEL. 051 19907603

**FERRARA – Viale Krasnodar 25**

TEL. 051 19907603

[info@iconsulentiprivacy.it](mailto:info@iconsulentiprivacy.it)

[www.iconsulentiprivacy.it](http://www.iconsulentiprivacy.it)

