

CAMERA DEI DEPUTATI N. 3669

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

DE LUCA, PRESTIPINO, BOCCIA, BERLINGHIERI, SENSI

Modifiche al codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, concernenti l'istituzione del registro delle autorizzazioni alle comunicazioni commerciali e la qualità dei servizi di comunicazione alla clientela

Presentata il 7 luglio 2022

ONOREVOLI COLLEGHE, ONOREVOLI COLLEGHI !
— Con la presente proposta di legge si intende introdurre nell'ordinamento italiano il sistema cosiddetto « *opt-in* » per quanto riguarda il regime delle telefonate commerciali per fini di invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale. Tale sistema, recentemente introdotto nell'ordinamento giuridico da due Stati membri dell'Unione europea, l'Olanda e la Repubblica ceca, prevede il divieto di effettuare telefonate di natura commerciale verso numeri telefonici fissi o mobili appartenenti a soggetti che non abbiano preventivamente fornito il loro consenso a ricevere tali comunicazioni.

Si tratta quindi di un sistema radicalmente diverso rispetto a quello esistente oggi in Italia e negli altri Paesi europei fondato, invece, sul cosiddetto « *opt-out* », in virtù del quale un'impresa può effettuare chiamate commerciali senza dover accertare in via preventiva l'esistenza di un consenso esplicito, con il limite dell'esistenza di un'espressa opposizione iscritta dal consumatore in un apposito registro.

In altri termini, nel sistema *opt-out* l'impresa è legittimata a chiamare qualunque numero telefonico di un utente, a meno che il consumatore non abbia dichiarato un'espressa opposizione al riguardo, imponendo dunque al citato consumatore l'onere di attivarsi per far iscrivere la suddetta opposizione nel registro previsto a tale scopo.

Al contrario, il sistema *opt-in* vieta all'impresa di effettuare chiamate telefoniche salvo che precedentemente non sia stato espresso un apposito consenso da parte del consumatore, sul quale pertanto non ricade l'onere di attivarsi in tale direzione se intende evitare comunicazioni non desiderate.

Con la presente proposta di legge, composta di due articoli, si intende quindi rafforzare il livello di tutela dei consumatori italiani rispetto alla ricezione di telefonate commerciali indesiderate, trasformando l'esigenza di attivare una specifica opposizione da parte degli stessi consumatori nella necessità per l'impresa di ottenere, invece, il previo consenso esplicito per poter effettuare le citate telefonate di carattere promozionale o pubblicitario (articolo 1). In tale prospettiva, si interviene sul codice in materia di protezione dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, consentendo le comunicazioni commerciali nei soli confronti di chi abbia esplicitamente autorizzato tale

pratica. È di tutta evidenza che tale radicale innovazione comporta la conseguente sostituzione dell'attuale registro delle opposizioni con un registro delle autorizzazioni, la cui disciplina è rimessa a un nuovo regolamento da emanare con decreto del Presidente della Repubblica.

Inoltre, con l'articolo 2 si provvede a stabilire degli *standard* minimi di qualità dei servizi di comunicazione alla clientela, a garanzia degli interessi dell'utenza dei servizi di prioritaria importanza sotto il profilo socio-economico per i cittadini, quali i servizi di fornitura e distribuzione di acqua e di energia, di trasporto aereo di passeggeri, di trasporto ferroviario di passeggeri, di trasporto marittimo o per vie navigabili interne di passeggeri e di trasporto di passeggeri con autobus o pullman, nonché i servizi postali, i servizi di *media* audiovisivi ad accesso condizionato a pagamento o in cui la clientela fornisce o si impegna a fornire dati personali, i servizi di comunicazione elettronica, compresi i servizi telefonici, e i servizi finanziari.

PROPOSTA DI LEGGE

Art. 1.

(Istituzione del registro delle autorizzazioni alle comunicazioni commerciali)

1. Al comma 3-*bis* dell'articolo 130 del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, le parole: « nei confronti di chi non abbia esercitato il diritto di opposizione » sono sostituite dalle seguenti: « solo nei confronti di chi abbia espresso il proprio preventivo consenso ».

2. Decorsi dodici mesi dalla data di entrata in vigore della disposizione di cui al comma 1 cessa di avere efficacia il registro pubblico delle opposizioni istituito ai sensi del comma 3-*ter* dell'articolo 130 del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo n. 196 del 2003. Le comunicazioni commerciali possono essere effettuate esclusivamente nei confronti di chi abbia dichiarato espressamente il proprio preventivo consenso. A decorrere dalla medesima data è istituito il registro pubblico dei contraenti che autorizzano l'utilizzo dei propri dati personali e del proprio numero telefonico per vendite o promozioni commerciali.

3. Con le modalità di cui al medesimo comma 3-*ter* dell'articolo 130 del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo n. 196 del 2003, è adottato il regolamento per la disciplina del registro delle autorizzazioni alle comunicazioni commerciali di cui al comma 2 del presente articolo.

Art. 2.

(Qualità dei servizi di comunicazione alla clientela)

1. Dopo l'articolo 130 del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui

al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, è inserito il seguente:

« Art. 130-bis. – (*Qualità dei servizi di comunicazione alla clientela*) – 1. La richiesta telefonica di comunicazione formulata dalla clientela deve essere assistita dall'impresa interessata nel minor tempo possibile, prevedendo la creazione di un numero di telefono dedicato a tali comunicazioni e garantendo la pronta risposta da parte dell'operatore entro tre minuti dalla ricezione della richiesta medesima.

2. Il comma 1 si applica in particolare ai servizi di fornitura e distribuzione di acqua e di energia, di trasporto aereo di passeggeri, di trasporto ferroviario di passeggeri, di trasporto marittimo o per vie navigabili interne di passeggeri e di trasporto di passeggeri con autobus o pullman nonché ai servizi postali, ai servizi di *media* audiovisivi ad accesso condizionato a pagamento o in cui la clientela fornisce o si impegna a fornire dati personali, ai servizi di comunicazione elettronica, compresi i servizi telefonici, e ai servizi finanziari.

3. Le disposizioni del comma 1 si applicano altresì alle imprese che forniscono servizi pubblici erogati dalle pubbliche amministrazioni nei settori di cui al medesimo comma 1 quando vi è un rapporto di consumo con i propri clienti nonché ai servizi la cui fornitura è temporaneamente gratuita a seguito di offerta, di promozione o di analogia strategia commerciale ».

