



Nuove disposizioni in materia di iscrizione e funzionamento del registro delle opposizioni e istituzione di un prefisso unico nazionale per le chiamate telefoniche a scopo promozionale e di ricerche di mercato

A.C. 3617, A.C. 4007, A.C. 4619

Dossier n° 619 - Schede di lettura
19 settembre 2017

Informazioni sugli atti di riferimento

A.C.	3617	4007	4619
Titolo:	Modifiche al codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, in materia di comunicazioni commerciali indesiderate	Disposizioni in materia di comunicazioni commerciali indesiderate	Nuove disposizioni in materia di iscrizione e funzionamento del registro delle opposizioni e istituzione di un prefisso unico nazionale per le chiamate telefoniche a scopo promozionale e di ricerche di mercato
Iniziativa:	Parlamentare	Parlamentare	Parlamentare
Primo firmatario:	on. Liuzzi	on. Quaranta	sen. Crosio
Iter al Senato:	No	No	Sì
Numero di articoli:	4	6	4
Date:			
presentazione:	17 febbraio 2016	1 agosto 2016	
trasmissione alla Camera:			2 agosto 2017
assegnazione:	2 novembre 2016	5 ottobre 2016	12 settembre 2017
Commissioni competenti:	IX Trasporti, X Attività produttive	IX Trasporti, X Attività produttive	IX Trasporti, X Attività produttive
Sede:	referente	referente	referente
Pareri previsti:	I Affari Costituzionali, II Giustizia (ex articolo 73, comma 1-bis, del regolamento, per le disposizioni in materia di sanzioni), V Bilancio e XIV Politiche dell'Unione Europea	I Affari Costituzionali, II Giustizia (ex articolo 73, comma 1-bis, del regolamento, per le disposizioni in materia di sanzioni), V Bilancio e XIV Politiche dell'Unione Europea	I Affari Costituzionali, II Giustizia (ex articolo 73, comma 1-bis, del regolamento, per le disposizioni in materia di sanzioni), V Bilancio e XIV Politiche dell'Unione Europea

Contenuto

La proposta di legge all'esame, approvata in prima lettura, dal Senato della Repubblica il 2 agosto 2017, ha ad oggetto norme in materia di iscrizione e funzionamento del registro delle opposizioni ed è altresì diretta ad istituire un prefisso unico nazionale per le chiamate telefoniche a scopo promozionale o di ricerche di mercato. La proposta di legge consta di 4 articoli.

Sono state abbinare alla proposta di legge anche l'A.C. 3617 Liuzzi e l'A.C. 4619 Quaranta che presentano contenuto analogo alla proposta di legge all'esame.

Il trattamento dei dati personali per finalità commerciali nell'attuale disciplina. Genesi ed elementi di criticità

L'attuale disciplina in tema di trattamento a fini commerciali dei dati personali è stata definita dall'[articolo 20-bis del decreto legge 25 settembre 2009, n. 135](#) convertito con modificazioni dalla [legge 20 novembre 2009, n. 166](#).

Tale norma ha modificato la disciplina precedentemente vigente, attraverso l'introduzione del comma 3-bis, all'articolo 130 del Codice, in materia di protezione dei dati personali, e consentendo in via generale il trattamento dei dati personali per finalità di invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale, salvo il diritto di opposizione dell'interessato mediante l'iscrizione della numerazione di cui l'interessato è intestatario e degli altri dati personali contenuti negli elenchi cartacei o elettronici a disposizione del pubblico, in un apposito registro delle opposizioni.

La disposizione si configura pertanto come una deroga a quanto previsto in via generale dall'articolo 129 del Codice in materia di protezione dei dati personali. Questa ultima disposizione stabilisce che il Garante

per la protezione dei dati personali individuati con proprio provvedimento le modalità di inserimento e di successivo utilizzo dei dati personali relativi ai contraenti di servizi di comunicazione negli elenchi cartacei o elettronici a disposizione del pubblico, precisando anche le modalità secondo le quali i contraenti possano acconsentire all'utilizzo dei dati personali per l'invio di materiale pubblicitario o per il compimento di attività di vendita diretta, di ricerche di mercato, o di comunicazione commerciale. Nel registro, istituito presso il Ministero dello sviluppo economico dal [decreto del Presidente della Repubblica 7 settembre 2010, n. 178](#) e operante dal 2011, possono essere iscritte pertanto, coerentemente a quanto previsto dall'articolo 130, comma 3-bis, esclusivamente le numerazioni inserite nei pubblici elenchi, restando pertanto escluse, ad esempio, tutte le utenze mobili. Sempre secondo il regolamento, gli operatori che intendono svolgere le attività di *telemarketing* presentano istanza al gestore del registro che assegna agli operatori le credenziali d'accesso al registro, per un periodo di tempo determinato e dietro corresponsione di una tariffa, a copertura dei costi di gestione. Ciascun cittadino la cui numerazione sia presente negli elenchi abbonati può ottenere l'iscrizione gratuita della stessa (o delle stesse, nel caso di più numerazioni) nel registro secondo le modalità indicate dal [decreto del Presidente della Repubblica n. 178 del 2010](#) (che ha individuato almeno quattro modalità di iscrizione: a mezzo posta, posta elettronica, telefono o mediante un modulo elettronico compilabile sul web). L'iscrizione non impedisce che il cittadino possa essere contattato per finalità commerciali qualora l'operatore abbia raccolto i dati personali del cliente sulla base di fonti diverse dagli elenchi pubblici purché nel rispetto delle altre disposizioni previste dal codice.

La disciplina in materia di protezione dei dati personali precedentemente alla riforma introdotta con il [decreto-legge 25 settembre 2009, n. 135](#), consentiva l'utilizzo, per attività di carattere promozionale, pubblicitario o commerciale di alcune categorie di dati e, in particolare, di quelli: a) presenti negli elenchi c.d. "alfabetici", per i quali l'interessato avesse manifestato il proprio consenso a tale tipo di utilizzo (provvedimento del 15 luglio 2004); b) riportati nei citati elenchi c.d. "categorici"; c) registrati nelle banche dati costituite utilizzando direttamente anche dati estratti da elenchi telefonici formati precedentemente al 1° agosto 2005, sempre che il titolare del trattamento fosse stato in grado di dimostrare di aver fornito effettivamente, prima di tale data, l'informativa agli interessati ai sensi dell'articolo 13 del Codice; d) provenienti da pubblici registri, elenchi, atti o documenti conoscibili da chiunque.

Nel corso dell'esame in prima lettura della proposta di legge oggi di cui si tratta, presso l'VIII Commissione del Senato, il 16 novembre 2016, il Presidente dell'Autorità garante per la protezione dei dati personali ha ricordato che alla base delle problematiche riguardanti il cosiddetto marketing telefonico è stata la scelta del legislatore che ha introdotto l'attuale regime per il trattamento di dati personali per finalità commerciali, fondato sul cosiddetto "opt out", cioè sul rifiuto a posteriori, invece che sul consenso a priori, nonostante le forti perplessità dell'Autorità che ne aveva sottolineato da subito i possibili risvolti negativi. La creazione del registro delle opposizioni a partire dal 2011, che avrebbe dovuto rappresentare il principale strumento dei cittadini per evitare le comunicazioni commerciali telefoniche indesiderate, non ha soddisfatto le aspettative anche in considerazione di molteplici condotte scorrette di operatori e imprese. Prova ne sia il fatto che, a fronte di un numero di utenze telefoniche, fisse e mobili, presenti in Italia pari (a novembre 2016) a poco più di 117 milioni, quelle per le quali è astrattamente possibile l'iscrizione al registro sono circa 13 milioni (di queste appena 1 milione e mezzo circa risultano iscritte al registro).

Il Presidente, ha altresì segnalato che anche la differente scelta di *opt in* "sconta le difficoltà legate al proliferare di pratiche scorrette di acquisizione del consenso in occasione dell'acquisto di beni o servizi, in particolare **online** (dove sono frequenti i casi di cosiddetto consenso obbligato o, meglio, predefinito), o per il tramite di siti che operano quali aggregatori di dati (con scarsa o nessuna consapevolezza da parte degli utenti) o, ancora, nella frequente opacità presente nelle richieste di cessione di dati a terze parti". Il Presidente ha quindi concluso l'audizione esprimendo il proprio orientamento favorevole alle modifiche relative al registro delle opposizioni proposte (diritto del cittadino ad iscriversi, con una semplice richiesta, il proprio numero di telefono, sia esso fisso o mobile, nel Registro pubblico delle opposizioni, indipendentemente dal fatto che la numerazione sia o meno già presente negli elenchi pubblici degli abbonati; previsione che l'iscrizione al Registro comporti la cancellazione automatica di tutti i consensi dati precedentemente dall'interessato per le telefonate commerciali).

In senso contrario rispetto all'impianto normativo si è invece espressa AssoCall, aderente a Confcommercio Imprese per l'Italia, che ritiene che "l'inserimento dei numeri privati mobili e fissi non iscritti in pubblici elenchi nel registro delle opposizioni sia in stridente contrasto con la normativa sulla privacy che, a sua volta, autorizza un rapporto con l'utente/consumatore solo in presenza di esplicito e valido consenso. Pertanto autorizzare l'iscrizione di un numero privato (mobile o fisso) al registro delle opposizioni, potrebbe non rilevarsi risolutivo in quanto tale soluzione non garantirebbe i consumatori dall'essere comunque aggrediti da tutti quegli operatori scorretti che già oggi chiamano arbitrariamente le utenze iscritte al registro delle opposizioni, come peraltro, ha segnalato il Presidente del Garante per la Protezione dei dati personali nell'Audizione Informale del 16 novembre 2016".

Il contenuto della proposta

L'**articolo 1, al comma 1**, richiama le definizioni previste sia dall'articolo 4 del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al [decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196](#), sia all'articolo 1 del

regolamento di cui al [decreto del Presidente della Repubblica 7 settembre 2010, n. 178](#) che istituisce e disciplina il registro delle opposizioni.

A differenza del regime esistente il **comma 2** prevede che tutti gli interessati che vogliono opporsi al trattamento delle proprie numerazioni telefoniche effettuato mediante operatore con l'impiego del telefono per fini di invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta, ovvero per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale, possono iscriversi al registro pubblico delle opposizioni, su richiesta, anche contemporaneamente **per tutte le utenze telefoniche, fisse e mobili, loro intestate**. Si precisa che nel registro devono comunque essere inserite anche le numerazioni fisse non pubblicate negli elenchi di abbonati e che spetti agli operatori fornire al gestore del registro tali numerazioni con la stessa periodicità di aggiornamento prevista per la base di dati unica (**comma 3**).

E' inoltre prevista la possibilità per gli utenti di revocare, anche per periodi di tempo definiti, la propria opposizione nei confronti di uno o più soggetti che intendano effettuare il trattamento dei dati personali per finalità commerciali, in qualunque momento, anche per via telematica o telefonica (**comma 4**).

Il **comma 5** stabilisce che con l'iscrizione al registro di cui comma 2 si **intendono revocati tutti i consensi precedentemente espressi, con qualsiasi forma o mezzo e a qualsiasi soggetto**, che autorizzano il trattamento delle proprie numerazioni telefoniche fisse o mobili effettuato mediante operatore con l'impiego del telefono per fini di pubblicità o di vendita ovvero per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale ed è altresì precluso, per le medesime finalità, l'uso delle numerazioni telefoniche cedute a terzi dal titolare del trattamento sulla base dei consensi precedentemente rilasciati.

Su tale specifica norma si sono concentrati i rilievi sia di alcuni rappresentanti delle società di *telemarketing* e di contact center sia delle compagnie telefoniche che hanno sostenuto, nel corso dell'istruttoria che essa: "creerebbe un fenomeno distorsivo della concorrenza, disorientando il mercato, e non contribuirebbe al blocco delle pratiche commerciali e informative avviate per mezzo della cessione dei propri dati a soggetti terzi" (Assocontact); "non terrebbe conto del ruolo e della valenza che il consenso (e la relativa revoca) assumono nel nostro Ordinamento e sarebbe pregiudizievole della volontà negoziale dei contraenti e della libera autodeterminazione privata: si determinerebbe una lesione del diritto di autodeterminazione dell'interessato, che ha volontariamente e liberamente fornito ad uno o più soggetti (es. un'azienda, uno studio medico, una rivista etc.) il proprio consenso ad essere contattato per offerte o informazioni commerciali di suo interesse. Peraltro, l'azzeramento dei consensi renderebbe vane le attività ed i relativi investimenti svolti negli anni dalle aziende per la raccolta dei consensi stessi per costituire il bacino di soggetti contattabili nel rispetto della normativa privacy" (AssoTelecomunicazioni - ASSTEL, Confindustria); "provocherebbe l'immediato blocco delle attività dei Contact Center, con gravissime ripercussioni nel settore dei Contact Center e dell'occupazione" (AssoCall); non sarebbe una misura "corretta e proporzionata e, d'altra parte, nemmeno realmente efficace, in quanto non risolverebbe nei fatti il fenomeno del "telemarketing selvaggio", sarebbe lesivo il diritto di autodeterminazione dell'interessato, che ha volontariamente e liberamente fornito ad uno o più soggetti (es. un'azienda) il proprio consenso ad essere contattato per offerte o informazioni commerciali di suo interesse, renderebbe vane le attività ed i relativi investimenti svolti negli anni dalle aziende per la raccolta dei consensi stessi per costituire il bacino di soggetti contattabili nel rispetto della normativa privacy, non consentirebbe di operare attività promozionali con canali di contatto meno invasivi come sms e e-mail che ad oggi non risultano critici lato cliente" (TELECOM); "potrebbe generare ulteriori complessità e anche un pregiudizio per gli utenti: la base del sistema attuale è, infatti, proprio il consenso prestato dal singolo quale espressione di volontà negoziale. Rispetto a tale volontà l'utente ha la possibilità di tornare indietro, attraverso un diverso strumento negoziale ovvero la revoca. Prevedere, invece, che l'iscrizione al registro determini un azzeramento di tutti i consensi volontariamente e liberamente prestati ad uno o più soggetti, potrebbe condurre a situazioni indesiderate e lesive per il cliente stesso" (FASTWEB). Su posizioni sostanzialmente analoghe anche WIND-TRE e VODAPHONE.

Il **comma 6** riconosce la validità del consenso al trattamento dei dati personali prestato dall'interessato, ai titolari da questo indicati, **successivamente all'iscrizione nel registro**.

Il **comma 7** vieta, a decorrere dalla data di entrata in vigore della legge la comunicazione a terzi, il trasferimento e la diffusione di dati personali degli interessati **iscritti al registro** con qualsiasi forma o mezzo da parte del **titolare del trattamento, per fini di pubblicità o di vendita ovvero per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale non riferibili alle attività, ai prodotti o ai servizi offerti dal titolare del trattamento**, e in caso di cessione a terzi di dati relativi alle numerazioni telefoniche, presumibilmente per finalità diverse da quelle di comunicazione commerciale indicate dal comma 7, il titolare del trattamento è tenuto a comunicare agli interessati gli estremi identificativi del soggetto a cui i medesimi dati sono trasferiti (**comma 8**).

Il **comma 9** sanziona le violazioni del comma 7 applicando quanto previsto dall'articolo 162, comma 2-bis, del [decreto legislativo n. 196 del 2003](#) e facendo salve le ipotesi previste dall'articolo 167 del codice stesso per le quali è irrogata una sanzione penale. Qualora le violazioni siano reiterate, su segnalazione del Garante per la protezione dei dati personali, le autorità competenti possono altresì disporre la sospensione o, nelle ipotesi più gravi, la revoca dell'autorizzazione all'esercizio dell'attività.

L'[articolo 162, comma 2-bis, del decreto legislativo n. 196 del 2003](#), prevede l'irrogazione di una sanzione da 10 mila euro a 100 mila euro. L'articolo 167 della medesima disposizione prevede invece che salvo che il fatto costituisca più grave reato, chiunque, **al fine di trarne per se' o per altri profitto o di recare ad altri un danno**, procede al trattamento di dati personali in violazione di quanto disposto dagli articoli 18, 19, 23, 123, 126 e 130, ovvero in applicazione dell'articolo 129, è punito, se dal fatto deriva nocumento, con la reclusione da sei a diciotto mesi o, se il fatto consiste nella comunicazione o diffusione, con la reclusione da sei a ventiquattro mesi. Salvo che il fatto costituisca più grave reato, chiunque, al fine di trarne per se' o per altri profitto o di recare ad altri un danno,

procede al trattamento di dati personali in violazione di quanto disposto dagli articoli 17, 20, 21, 22, commi 8 e 11, 25, 26, 27 e 45, è punito, se dal fatto deriva documento, con la reclusione da uno a tre anni.

Il **comma 10** prevede che, in caso di violazione del diritto di opposizione si applichi la sanzione amministrativa di cui all'articolo 162, comma 2-*quater*, del codice di cui al [decreto legislativo n. 196 del 2003](#) e che in caso di reiterazione delle suddette violazioni, su segnalazione del Garante per la protezione dei dati personali, le autorità competenti possono altresì disporre la sospensione o, nelle ipotesi più gravi, la revoca dell'autorizzazione all'esercizio dell'attività.

L'[articolo 162, comma 2-*quater*, del decreto legislativo n. 196 del 2003](#), prevede l'irrogazione di una sanzione da 10 mila euro a 100 mila euro anche per le ipotesi di violazione del diritto di opposizione (tale sanzione è individuata mediante un rinvio diretto al comma 2-bis del medesimo articolo). All'articolo 162 comma 2-*quater* rinvia l'articolo 12, comma 2, del regolamento di cui al [decreto del Presidente della Repubblica n. 178 del 2010](#), citato nel testo della disposizione.

Il **comma 11** stabilisce che il titolare del trattamento dei dati personali è responsabile in solido delle violazioni delle disposizioni della presente legge anche nel caso di affidamento a terzi di attività di *call center* per l'effettuazione delle chiamate telefoniche mentre il **comma 12** prevede che gli operatori che utilizzano i sistemi di pubblicità telefonica e di vendita telefonica o che compiono ricerche di mercato o comunicazioni commerciali telefoniche hanno l'obbligo di consultare mensilmente, e comunque precedentemente all'inizio di ogni campagna promozionale, il registro pubblico delle opposizioni e di provvedere all'aggiornamento delle proprie liste.

Il **comma 13** rimette ad un decreto del Ministero dello sviluppo economico, da emanare entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, sentiti il gestore del registro (se diverso dal Ministero dello sviluppo economico), gli operatori e le associazioni di categoria maggiormente rappresentative, la definizione di criteri generali per l'aggiornamento periodico delle tariffe conformandosi ai seguenti criteri: promuovere l'adozione da parte del gestore del registro e degli operatori di forme tecniche, anche mediante l'utilizzo di tecnologie avanzate, con il fine di contenere il costo delle tariffe di consultazione preliminare del registro; prevedere modelli tariffari agevolati anche con forme di abbonamento temporale per gli operatori a cui non siano state comminate, negli ultimi cinque anni, le sanzioni di cui all'articolo 162, comma 2-*quater*, del codice e prevedere comunque, nella determinazione delle tariffe, l'integrale copertura dei costi di tenuta del registro.

Le modalità di individuazione delle tariffe restano definite dall'articolo 6, comma 1, del regolamento di cui al [decreto del Presidente della Repubblica n. 178 del 2010](#) che stabilisce che il gestore del registro, se diverso dal Ministero dello sviluppo economico, predispone annualmente il piano preventivo dei costi di funzionamento e manutenzione del registro, comprensivo delle proposte delle tariffe per l'anno successivo, e lo comunica entro il 30 novembre al Ministero dello sviluppo economico che lo approva con decreto. Il Ministro dello sviluppo economico verifica il piano preventivo predisposto annualmente dal gestore. Quanto alla corresponsione delle tariffe, gli operatori tenuti a consultare il registro corrispondono al gestore del registro le tariffe di accesso su base annuale o per altre frazioni temporali, anche di durata minore, a seconda delle esigenze dell'operatore e nei limiti stabiliti dal gestore.

L'obiettivo del citato regolamento è quello di rendere più agevole e meno costosa la consultazione periodica del registro da parte degli operatori di cui al comma 12,

Il **comma 14** vieta l'utilizzo di compositori telefonici per la ricerca automatica di numeri anche non inseriti negli elenchi di abbonati prevedendo, in caso di violazione di tale divieto, la sanzione amministrativa di cui all'articolo 162, comma 2-*bis*, del codice.

Il **comma 15** prevede infine che, con decreto del Presidente della Repubblica, da emanare su proposta del Ministro dello sviluppo economico, entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, sono apportate le opportune modifiche alle disposizioni regolamentari vigenti che disciplinano le modalità di iscrizione e funzionamento del registro delle opposizioni **ed è altresì disposta l'abrogazione di eventuali disposizioni regolamentari incompatibili con le norme della presente legge.**

L'**articolo 2** stabilisce che tutti gli operatori che svolgono attività di *call center* rivolte a numerazioni nazionali fisse o mobili devono garantire la piena attuazione dell'obbligo di presentazione dell'identificazione della linea chiamante e il rispetto di quanto previsto dall'articolo 7, comma 4, lettera *b*), del codice di cui al [decreto legislativo n. 196 del 2003](#).

L'articolo 7, comma 4, lettera *b*) del codice prevede il diritto di opporsi da parte dell'interessato al trattamento di dati personali che lo riguardano al fine di invio di materiale pubblicitario, vendita diretta e per il compimento di indagini di mercato o di comunicazione commerciale.

Si prevede che, entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni individui, ai sensi dell'articolo 15 del codice di cui al [decreto legislativo 1 agosto 2003, n. 259](#), un codice o prefisso specifico, atto ad identificare in modo univoco le chiamate telefoniche finalizzate al compimento di ricerche di mercato e alle attività di pubblicità, di vendita o di comunicazione commerciale. Gli operatori esercenti l'attività di *call center* provvedono ad adeguare tutte le numerazioni telefoniche utilizzate per i servizi di *call center*, anche delocalizzati, facendo richiesta di assegnazione delle relative numerazioni entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore del provvedimento dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni previsto al periodo precedente.

Ai sensi dell'articolo 15 de [decreto legislativo n. 196 del 2003](#), spetta all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni stabilire piani di numerazione nazionale dei servizi di comunicazione elettronica e le procedure di assegnazione

della numerazione nazionale.

L'Autorità vigila sul rispetto delle disposizioni di cui al presente comma applicando, in caso di violazione, le sanzioni di cui all'articolo 1, commi 29, 30, 31 e 32, della [legge 31 luglio 1997, n. 249](#).

L'**articolo 3** contiene la clausola di invarianza finanziaria mentre l'**articolo 4** disciplina l'entrata in vigore della legge.

Relazioni allegare o richieste

Il Testo è stato approvato in prima lettura al Senato della Repubblica (A. S. 2603). Pertanto non è accompagnato da alcuna relazione illustrativa.

Necessità dell'intervento con legge

La proposta di legge concerne le modalità di funzionamento del registro delle opposizioni, di cui al comma 3-bis dell'articolo 130 del decreto legislativo n. 196 del 2003 (Codice in materia di protezione dei dati personali). La disposizione estende, tra l'altro, l'ambito oggettivo delle utenze telefoniche che possono essere iscritte nel registro (anche quelle, fisse e mobili, non iscritte in elenchi di abbonati) e produce un effetto di revoca *ex lege* di consensi precedentemente prestati al trattamento delle proprie numerazioni, stabilendo infine il divieto di cessione a terzi dei dati personali degli iscritti al registro per finalità di comunicazione commerciale.

Con riferimento alla necessità dell'intervento normativo si segnala che l'articolo 2 del D.P.R. n.178 del 2010 precisa che le disposizioni riguardanti il registro attengono esclusivamente alle numerazioni inserite in elenchi di abbonati coerentemente con quanto disposto dall'articolo 129 del codice.

Rispetto delle competenze legislative costituzionalmente definite

Le disposizioni della proposta di legge all'esame intervengono per estendere i diritti di opposizione dei cittadini nei confronti delle chiamate indesiderate (c.d. *telemarketing*), pertanto, attengono sia alla materia della **tutela della concorrenza** (articolo 117, comma secondo, lettera e) sia alla materia **ordinamento civile e penale** nella misura in cui riconoscono diritti soggettivi ai cittadini e concerne la tutela della riservatezza dei medesimi. Entrambi i profili rientrano nella competenza esclusiva dello Stato.

Rispetto degli altri principi costituzionali

Non sembrano emergere immediati elementi di contrasto con le disposizioni costituzionali vigenti.

Compatibilità comunitaria

La disciplina appare coerente con l'attuale disciplina e con gli intendimenti futuri della Commissione europea (v. *infra*) in materia di tutela della riservatezza dei cittadini nel mercato elettronico.

Procedure di contenzioso

Non sono allo stato aperte procedure d'infrazione sulla materia nei confronti dell'Italia.

Documenti all'esame delle istituzioni dell'Unione europea

Il 10 gennaio 2017 la Commissione europea ha presentato la **proposta di regolamento** "Rispetto della vita privata e tutela dei dati personali nelle comunicazioni elettroniche" ([COM\(2017\)10](#)), che riesamina la direttiva [2002/58/CE](#) sulla vita privata elettronica, sulla scorta degli obiettivi fissati dalla **strategia per il mercato unico digitale**, onde garantire la coerenza con il regolamento generale sulla protezione dei dati.

Ad avviso della Commissione europea **la disciplina non è più al passo con i progressi tecnologici**, in particolare quelli basati su Internet intesi a consentire comunicazioni interpersonali, come il voice over IP (VOIP: telefonate tramite Internet) la messaggistica istantanea e i servizi di posta elettronica basati sulla rete. Il limite principale emerso nell'ambito di tale valutazione risiede nel fatto che **la direttiva riguarda unicamente gli operatori di telecomunicazioni tradizionali**, non essendo invece applicabile agli operatori che offrono i servizi di comunicazione elettronica attualmente più diffusi (servizi OTT: Over the top) - ad esempio - WhatsApp, Facebook, Messenger, Skype, Gmail, e iMessage.

In particolare, l'**articolo 16**, che sostituisce l'articolo 13 della citata direttiva, regola la materia delle **comunicazioni indesiderate** ai fini di **commercializzazione diretta** (*spamming*). Tali comunicazioni sono ammesse solo **previo consenso** del destinatario.

Inoltre, qualora una persona fisica o giuridica **ottenga l'indirizzo di posta elettronica** di un utente ai fini di vendita di un prodotto o servizio, l'uso di tali coordinate a fini dell'invio di un messaggio di commercializzazione diretta è consentito solo se al cliente è offerta in modo chiaro e distinto la **possibilità di opporsi gratuitamente e agevolmente** a tale uso. Il diritto di obiezione è dato al **momento della raccolta** e **ogniquale volta si invii un messaggio**.

La medesima disposizione obbliga chi usa servizi di comunicazione elettronica per effettuare chiamate di commercializzazione diretta:

- a **presentare l'identità di una linea** alla quale può essere contattato; oppure
- a presentare un **codice o un prefisso specifico** che identifichi il fatto che trattasi di **chiamata a fini commerciali**.

Alla Commissione europea è conferito il potere di adottare le misure necessarie per specificare il codice o il prefisso che identifica le chiamate commerciali.

Fatto salvo il **principio del consenso** dell'utente finale alle comunicazioni di commercializzazione diretta, la proposta **rimette agli Stati membri** la facoltà di stabilire per legge che l'effettuazione di chiamate di commercializzazione diretta vocali verso utenti finali aventi natura di persone fisiche sia consentita solo nel rispetto degli utenti finali che sono **persone fisiche** che **non hanno espresso la loro obiezione a ricevere tali comunicazioni** (ad esempio mediante l'inserimento dell'utente in un **elenco** di nominativi che non sia possibile contattare).

Incidenza sull'ordinamento giuridico

Le disposizioni non introducono novelle agli articoli del codice in materia di protezione dei dati personali (articolo 130) ma introduce a livello normativo specifici vincoli agli operatori di telemarketing.

Formulazione del testo

All'articolo 15 si valuti l'opportunità di sopprimere la frase "ed è altresì disposta l'abrogazione di eventuali disposizioni regolamentari incompatibili con le norme della presente legge" in quanto, a tal fine, è sufficiente quanto indicato nel primo inciso della disposizione e l'effetto abrogativo consegue già automaticamente all'entrata in vigore delle disposizioni di legge incompatibili.

TR0478	Servizio Studi Dipartimento Trasporti	st_trasporti@camera.it - 066760-2614	 CD_trasporti
	Servizio Studi Dipartimento Attività Produttive	st_attprod@camera.it - 066760-9574	 CD_attProd