

completo della parola o dell'espressione ricercata, si è attivato al fine di evitare che in tale servizio fosse presente l'associazione, lamentata dal segnalante, che non traeva fondamento alcuno da eventi accertati dall'autorità giudiziaria in capo al segnalante.

Sul servizio *Google Suggest* si è pronunciato anche il Tribunale di Milano (ordinanza 24 marzo 2011), a favore di un imprenditore che vedeva il suo nome associato all'aggettivo "truffatore", imponendo al motore di ricerca in questione di filtrare alcuni suggerimenti ritenuti calunniosi.

8.6. FACEBOOK

In misura superiore rispetto all'anno precedente, nel 2011 sono pervenute segnalazioni che lamentavano il trattamento illecito di dati personali su *Facebook*.

L'Ufficio in alcuni casi ha contattato la società *Facebook*.

In particolare ha chiesto informazioni in relazione alla lamentata disattivazione, operata unilateralmente dalla società americana, del profilo dall'interessato. In tale occasione *Facebook* ha sostenuto che il segnalante aveva commesso una violazione delle condizioni contrattuali (nota 7 luglio 2011).

In altri casi, l'Ufficio si è invece rivolto direttamente agli stessi utenti, in particolare con riferimento alle segnalazioni di genitori separati, che lamentavano l'inserimento da parte dell'altro genitore nel proprio profilo *Facebook* di una foto del figlio, in assenza del consenso del genitore segnalante.

In tali ipotesi il Garante ha compiuto una valutazione in concreto caso per caso, assumendo come criteri di riferimento –in una prospettiva di tutela del preminente interesse del minore– il tipo di immagine inserita su *Facebook* e il grado di apertura del profilo nel quale era stata inserita (note 2 febbraio e 3 maggio 2011).

8.7. LA PROTEZIONE DEL DIRITTO D'AUTORE IN RETE: IL CASO FAPAV

Nel periodo di riferimento, l'Autorità ha proseguito l'esame della complessa questione concernente la presunta attività di monitoraggio del traffico telematico degli utenti di Telecom Italia S.p.A., effettuata da Fapav - Federazione antipirateria audiovisiva.

Al riguardo, il Garante aveva ricevuto due segnalazioni agli inizi del 2010 (dalla società Telecom Italia e dall'associazione di consumatori Altroconsumo), dopo che Fapav si era rivolta al Tribunale civile di Roma, lamentando una presunta illecita acquisizione tramite la rete internet di opere audiovisive protette.

In particolare, Fapav aveva evidenziato che ben più della metà dei casi di messa a disposizione e riproduzione di opere audiovisive protette era avvenuta utilizzando la rete di Telecom, alla quale Fapav aveva chiesto, in particolare, di disattivare e/o bloccare l'accesso ai siti attraverso i quali avveniva l'illecita riproduzione, e di comunicare alle autorità di pubblica sicurezza i dati idonei a consentire l'adozione delle misure di competenza. Di fronte al diniego di Telecom, Fapav si era poi rivolta al Tribunale, instaurando il suindicato giudizio, nel quale il Garante si è costituito in conformità alle proprie competenze istituzionali.

Con ordinanza del 15 aprile 2010, il Tribunale ha escluso che, al fine di individuare eventuali violazioni del diritto di autore, il giudice civile possa ordinare ad una società di monitorare la navigazione in rete dei propri utenti, acquisendo dati anche sui siti visitati. Ciò, conformemente con quanto disposto dal Garante in diversi provvedimenti, uno dei quali adottato proprio nei confronti di Telecom.

Durante lo svolgimento della causa civile, il Garante aveva dato inizio agli accertamenti di rito, richiedendo a Fapav di comunicare le modalità tecniche con le quali, anche avvalendosi dell'attività di terzi, erano stati acquisiti i dati personali dei soggetti coinvolti (ossia, i clienti di Telecom) quali gli indirizzi IP, gli *URL* dei siti visitati, la data e l'ora delle connessioni, i file scambiati, ecc.

Nell'ambito del procedimento amministrativo, Fapav ha fornito soltanto i primi riscontri, rifiutandosi poi di far conoscere gli ulteriori e specifici elementi ritenuti necessari dall'Autorità per la conclusione del procedimento stesso. Con ricorso del 3 giugno 2010, Fapav ha, anzi, impugnato dinanzi al Tribunale di Roma anche la richiesta di informazioni, sulla base della considerazione che le informazioni acquisite avrebbero potuto essere utilizzate dal Garante a proprio favore nelle fasi successive del giudizio dinanzi al Tribunale o che di esse si sarebbe potuta giovare Telecom.

Il Garante ha quindi sospeso il procedimento, in attesa della decisione del Tribunale nella causa civile, conclusasi poi con la sentenza del 23 settembre 2011, che ha rigettato il ricorso di Fapav.

Nonostante ciò, alle due successive nuove richieste di informazioni del Garante (che reiteravano sostanzialmente le precedenti rimaste senza risposta) la Federazione ha dapprima, nel novembre 2011, opposto un ulteriore rifiuto di fornire gli elementi richiesti e poi, nel gennaio 2012, informato l'Autorità di aver proposto, avverso le istanze, nuovo ricorso al Tribunale di Roma.

In questo contesto il procedimento amministrativo resta sospeso, e, in termini più generali, rimane aperto il dibattito, anche parlamentare, sul tema della protezione in rete del diritto d'autore.

9. TRATTAMENTO DI DATI PERSONALI NEL SETTORE DELLE TELECOMUNICAZIONI

9.1. LE CHIAMATE INDESIDERATE PROMOZIONALI DOPO L'INTRODUZIONE DEL REGISTRO PUBBLICO DELLE OPPOSIZIONI

Si è riferito nella Relazione 2010 (p. 9 e ss.) dell'istituzione del Registro pubblico delle opposizioni e dei relativi provvedimenti del Garante.

Sono pervenute al riguardo numerosissime segnalazioni (n. 2162 alla data del 29 febbraio 2012), relative a chiamate telefoniche indesiderate giunte sia ad utenze pubblicate negli elenchi telefonici ed iscritte nel Registro pubblico delle opposizioni, sia ad utenze riservate, i cui intestatari hanno rappresentato di sentirsi privi anche di una forma minima di tutela, in quanto impossibilitati ad iscriversi allo stesso Registro.

Nella maggior parte dei casi è stata lamentata la ricezione di più telefonate promozionali, effettuate anche da soggetti diversi, per oltre 4000 violazioni complessive, con un flusso di segnalazioni che si è mantenuto costante nei vari mesi.

Per ogni presunta violazione è stata avviata una specifica istruttoria preliminare. La fase di avvio dell'attività è stata caratterizzata da alcune difficoltà operative sia per l'elevato numero di segnalazioni, sia per la necessità di contattare gli interessati al fine di acquisire gli elementi necessari per poter procedere, quali il numero chiamato e –ove conosciuto– il numero chiamante. In alcuni casi, la mancata conoscenza di quest'ultimo dato è dipesa dal fatto che l'interessato non disponeva dello specifico dispositivo che consente di visualizzare i numeri in ingresso sul display del proprio terminale; in altri casi, invece, quel numero è stato volutamente "oscurato" e dunque reso anonimo dal chiamante stesso, in violazione dell'obbligo stabilito dall'art. 9 del d.P.R. 7 settembre 2010, n. 178.

Alla luce degli inconvenienti riscontrati, l'Autorità ha reso disponibile sulla home page del proprio sito un modello di agevole compilazione, da completare con tutti gli elementi necessari per l'istruttoria, allo scopo di segnalare all'Autorità la ricezione di telefonate pubblicitarie non richieste.

In molti casi l'Autorità è riuscita a identificare la linea chiamante sia in Italia sia all'estero, e sono stati avviati specifici accertamenti al fine di verificare la liceità del trattamento.

Al riguardo, è emerso che talvolta il contatto promozionale era avvenuto in data successiva all'iscrizione dell'utenza nel Registro delle opposizioni, ma prima dello scadere del termine di 15 giorni previsto dall'art. 8, comma 2, del d.P.R. n. 178/2010.

In un numero significativo di casi, inoltre, è stato accertato che il segnalante aveva fornito, a volte in tempi risulanti e nelle occasioni più varie, un consenso alla ricezione di contatti pubblicitari specifico o più spesso generalizzato e dunque relativo anche ai trattamenti con finalità commerciali effettuati da terzi (spesso all'atto della compilazione di coupon o nel corso della partecipazione a concorsi a premi o, ancora, in occasione di sondaggi ecc.), salvo poi non serbarne memoria, perdendo così qualsiasi possibilità di controllo sui trattamenti di dati che lo riguardano. In altre occasioni il consenso era stato fornito non dall'intestatario della linea, ma da un terzo, suo convivente ed utilizzatore dell'utenza telefonica, magari all'insaputa dell'intestatario stesso.

In tutti questi casi i contatti oggetto di doglianza sono risultati legittimi e, pertanto, non si è instaurato alcun procedimento sanzionatorio; il titolare del trattamento ha però preso atto dell'opposizione manifestata, per il tramite della segnalazione, dall'interessato.

Anche alla stregua dei dati forniti, sulla base di un primo parziale bilancio dell'attività –anche a carattere sanzionatorio– condotta dal Garante nel primo anno dall'entrata in vigore delle norme in materia di Registro delle opposizioni, si può affermare che il nuovo sistema non ha finora conseguito risultati apprezzabili in termini di efficacia: rispetto ai dati dell'anno precedente, si è infatti registrata una forte crescita nel numero delle segnalazioni, in termini che palesano un crescente livello di irritazione dei cittadini.

Passando ad altro profilo, si evidenzia che alcuni operatori hanno ritenuto eccessivamente onerosi i costi di accesso al Registro, riportati nella tabella di cui all'art. 2, comma 1, del d.m. 22 dicembre 2010. Il Garante ha segnalato tali valutazioni al Ministro dello sviluppo economico che, dal 1° gennaio 2012, ha sensibilmente ridotto le tariffe.

Il Garante è intervenuto anche per reprimere il fenomeno delle telefonate effettuate senza *calling line identification* (*cli*), adottando in data 23 febbraio 2012 tre provvedimenti di blocco del trattamento dei dati nei confronti di altrettante società operanti nel settore del *telemarketing* [doc. web nn. 1877065, 1877080 e 1878559].

Registro delle
opposizioni e
telefonate senza
calling line
identification (*cli*)

Tali società –che forniscono servizi di *call center* per promuovere prodotti e servizi di altre aziende– non solo effettuavano chiamate pubblicitarie indesiderate ad utenze iscritte nel Registro delle opposizioni, ma non rendevano identificabile la linea chiamante, impedendo in tal modo agli abbonati di tutelare i loro diritti, benché sia espressamente vietato ai soggetti che effettuano chiamate commerciali e promozionali di camuffare o celare la loro identità (v. art. 130, comma 5, del Codice).

Alla luce di queste violazioni, il Garante ha dichiarato illecito il trattamento dei dati effettuato dalle tre società e ne ha disposto il blocco, impedendo l'uso dei dati raccolti fino a quando esse non abbiano regolarizzato la propria posizione e inviato all'Autorità la documentazione comprovante l'avvenuto adeguamento. Il Garante inoltre si è riservato di valutare la possibilità di applicare a tali società la sanzione amministrativa prevista dall'art. 162, comma 2-*bis*, del Codice.

Con i medesimi provvedimenti è stata disposta –in una prospettiva di tutela quanto più possibile ampia ed effettiva degli interessati iscritti al Registro delle opposizioni– l'apertura di autonomi procedimenti amministrativi nei confronti delle società che si sono avvalse dei servizi dei tre *call center*, per accertare la liceità dei trattamenti dati svolti.

Alla luce della nuova disciplina, l'Autorità ha anche evidenziato che non è più necessario indicare negli elenchi telefonici, tramite l'apposito simbolo grafico, il consenso alla ricezione di chiamate telefoniche a carattere promozionale. Per agevolare il completo adeguamento alle nuove prescrizioni l'Autorità ha concesso, a seguito dell'istanza presentata da Asstel-Assotelecomunicazioni, una proroga dei termini previsti per l'adozione dei nuovi modelli di informativa e consenso (prov. 5 maggio 2011, in G.U. 18 maggio 2011, n. 114 [doc. *web* n. 1811916]) e, dopo la scadenza del termine già prorogato, ha svolto, anche a seguito delle numerose comunicazioni pervenute, una specifica attività di monitoraggio, volta a verificare l'effettiva adozione da parte degli operatori delle misure previste.

Tutela delle
utenze riservate

In relazione alle numerose segnalazioni relative a telefonate promozionali indesiderate ad utenze riservate, senza l'acquisizione del consenso informato richiesto dagli artt. 13 e 23 del Codice, l'Autorità, con un provvedimento inibitorio e prescrittivo, ha vietato ad un importante gestore telefonico, anche per il tramite di propri agenti, il trattamento di qualunque dato

personale correlato all'effettuazione di telefonate promozionali con operatore su utenze riservate, senza l'acquisizione del necessario consenso, imponendo ad esso l'adozione di tutte le misure necessarie a garantire la completa osservanza della disciplina in materia di protezione dei dati personali (prov. 21 luglio 2011 [doc. *web* n. 1832551]).

Il Garante ha inoltre ribadito i limiti del trattamento dei dati personali nell'ambito del *telemarketing* chiarendo, in linea con quanto precisato nel provvedimento del 19 gennaio 2011 [doc. *web* n. 1784528], che i dati contenuti in un registro, elenco o albo consultabile da chiunque possono essere utilizzati per telefonate commerciali solo se il promotore abbia già acquisito il consenso dell'interessato o se presenti offerte strettamente attinenti all'attività svolta dal soggetto contattato.

Utenze tratte da
albi professionali

Su tali basi è stato dichiarato illecito il trattamento svolto attraverso telefonate promozionali con operatore, utilizzando il recapito telefonico di un avvocato, tratto dal relativo albo professionale *online*, per offerte commerciali generiche non “direttamente funzionali” alla professione forense e che non giustificavano l'eventuale esonero dall'acquisizione del consenso (prov. 29 settembre 2011 [doc. *web* n. 1851415]).

9.2. TITOLARITÀ DEL TRATTAMENTO IN CAPO A CHI SI AVVALE DI AGENTI PER IL *MARKETING*

Al fine di chiarire i ruoli dei soggetti che operano nel settore del *telemarketing* l'Autorità ha adottato il provvedimento generale del 15 giugno 2011 [doc. *web* n. 1821257], prorogando poi i termini per l'adempimento delle prescrizioni ivi contenute (prov. 7 settembre 2011 [doc. *web* n. 1839211]).

In sintesi, al ricorrere di determinate condizioni, le società che si avvalgono di agenzie o altre imprese in *outsourcing* per la promozione e la commercializzazione dei propri prodotti o servizi non possono che essere considerate titolari del trattamento dei dati dei potenziali clienti, anche quando tale titolarità risulti formalmente in capo agli *outsourcer*.

A tal fine, più che l'aspetto formale deve essere valutato l'atteggiarsi effettivo dei rapporti. Pertanto, il soggetto in nome o per conto del quale venga effettuata l'attività promozionale che agisca, di fatto, come titolare, ossia –come accade frequentemente nella pratica– definisca obiettivi, strategie commerciali ed istruzioni, elargendo incentivi agli *outsourcer* in base ai

risultati raggiunti e predisponendo la modulistica necessaria, dovrà anche rispondere di eventuali illeciti. Per queste ragioni, il Garante ha prescritto che le società che affidano all'esterno l'attività di promozione ma ne mantengono di fatto il controllo operativo, e quindi si configurano come titolari del trattamento dati, siano tenute anche a designare formalmente responsabili del trattamento i promoter o gli agenti di cui si avvalgono.

9.3. IL PROVVEDIMENTO SULLE TELEFONATE “MUTE”

Con il provvedimento del 6 dicembre 2011 [doc. *web* n. 1857326], il Garante ha adottato un primo intervento per contrastare il fenomeno delle cosiddette telefonate “mute”, nelle quali il destinatario, dopo aver sollevato il ricevitore, non viene messo in comunicazione con alcun interlocutore.

Le segnalazioni pervenute hanno rappresentato che la ricezione di questo tipo di chiamate, reiterata a volte anche nell'arco della medesima giornata e spesso protratta nel tempo, ha cagionato un notevole disturbo ai destinatari ai quali, in difetto appunto di interlocutore, sono stati preclusi tutele e rimedi.

Tale fenomeno nasce dalla scelta di alcuni operatori di *telemarketing* di telefonare tramite un sistema automatizzato, il quale consente di scegliere il numero dei potenziali contatti da instaurare, tenuto conto di diversi parametri, tra i quali il numero degli addetti concretamente impegnati nello specifico *call center* in un dato momento. Un singolo *teleseller* può, cioè, richiedere al sistema l'effettuazione e l'inoltro di un numero di telefonate anche di molto superiore alla propria capacità ricettiva e di lavorazione, con l'intento di assicurarsi che i propri operatori, al termine di ciascuna telefonata effettuata, ne abbiano sempre a disposizione una ulteriore, già instradata ed attivata, da prendere in carico ed evitare, così, che rimangano inattivi o si ingenerino tempi morti, trasferendo di fatto tempi e costi di attesa sul soggetto chiamato. L'effetto è tuttavia che non per ogni telefonata inoltrata ci sia un operatore disponibile e pertanto in tali ipotesi il destinatario della comunicazione riceve appunto una telefonata “muta” (in gergo tecnico si parla di un contatto cd. “abbattuto” il quale peraltro, non essendo andato a buon fine, è potenzialmente reiterabile).

Al riguardo, l'Autorità, al termine di una lunga istruttoria, ha prescritto alla società che si avvaleva di questo sistema una serie di misure e di accorgimenti per impedire la reiterazione di telefonate mute ed escludere la possibilità di richiamare il numero in questione per almeno trenta giorni.

9.4. MOBILE MARKETING E DIRECT E-MAIL MARKETING

Nell'ambito del *direct marketing*, anche nel 2011, il Garante si è occupato, delle attività promozionali svolte mediante *database* contenenti numeri di utenze telefoniche mobili, sulla base di numerosi accertamenti, anche di natura ispettiva, avviati già nel 2010.

I settori di attività nei quali sono risultate operanti le società sottoposte ad accertamento sono piuttosto variegati. Oltre a quello riconducibile all'invio di messaggi promozionali tramite sms (cd. "*mobile marketing*" o "*sms advertising*") o tramite e-mail (cd. "*direct e-mail marketing*" o *DEM*), oggetto diretto degli accertamenti svolti, le società ispezionate si occupano anche di: pubblicazione di contenuti sul *web*; fornitura di servizi a valore aggiunto (cd. "*VAS*"); commercializzazione di loghi e suonerie e altri contenuti per telefoni mobili; registrazione di nomi a dominio; attività di *provider* di servizi di posta elettronica; creazione di spazi internet per la pubblicazione di blog.

Con riguardo alle attività di *mobile marketing* e *DEM*, dagli accertamenti è emerso che, nella maggior parte dei casi, le società ispezionate sono dotate di un proprio *database* di numeri di telefoni mobili o di indirizzi di posta elettronica ai quali inviare i messaggi promozionali. Vi sono tuttavia anche società che svolgono un ruolo di intermediazione tra chi vuole effettuare campagne di *marketing* e chi detiene i *database* e che non hanno nessun contatto con i dati personali verso i quali vengono indirizzati i messaggi stessi.

Si è potuto verificare tuttavia come ciò non determini necessariamente una maggiore garanzia di sicurezza per i dati personali degli interessati, in quanto la presenza di intermediari e l'impossibilità che, a monte delle attività di *marketing*, vi sia un soggetto deputato al coordinamento delle stesse, rendono complicato l'esercizio dei diritti riconosciuti agli interessati e li espongono (nel caso in cui i dati personali siano registrati su più *database*) al rischio di numerose comunicazioni indesiderate aventi identico tenore.

In alcuni casi è emerso invece che gli intermediari accedono ai *database* contenenti i dati dei destinatari delle attività promozionali e che le relative comunicazioni di informazioni personali non sono sempre conformi alla normativa in materia di *privacy*. Ciò, con riguardo agli adempimenti concernenti l'informativa e il consenso degli interessati ovvero al profilo della distribuzione delle responsabilità nell'ambito del trattamento e, quindi, alle nomine di soggetti esterni quali responsabili o incaricati del trattamento.

In merito alle specifiche modalità con le quali vengono forniti i servizi di *marketing*, si è accertato che normalmente sono le società del settore –ricevuto l'incarico di effettuare la campagna promozionale– ad inviare il relativo messaggio (via sms o e-mail) alle numerazioni o agli indirizzi di posta elettronica presenti nel *database* di cui dispongono. Vi sono però anche società che offrono *online* piattaforme informatiche tramite le quali chi intende effettuare una campagna promozionale può procedere direttamente agli invii dei messaggi, senza accedere ai dati personali dei destinatari, ma semplicemente inserendo negli appositi campi il testo del messaggio da inviare e le caratteristiche che debbono avere i destinatari dello stesso. Il sistema seleziona poi la platea di destinatari che presenta i requisiti indicati dal cliente ed inoltra i messaggi promozionali.

Nel 2011 sono state chiuse istruttorie nei confronti di tredici società. Nei cinque casi in cui l'Ufficio ha accertato l'illiceità del trattamento effettuato dalla società e/o la non conformità dell'attività svolta rispetto alla normativa in materia di protezione dei dati personali, sono stati adottati altrettanti provvedimenti del Garante di natura inibitoria e/o prescrittiva (cfr. provv. 10 giugno 2011 [doc. *web* n. 1836396]; 30 giugno 2011 [doc. *web* n. 1834208]; 15 settembre 2011 [doc. *web* n. 1849872]; 26 ottobre 2011 [doc. *web* n. 1851750]; 24 novembre 2011 [doc. *web* n. 1876435]).

Nei casi in cui, viceversa, non sono stati ravvisati, allo stato degli atti, gli estremi di una violazione della disciplina rilevante in materia di protezione dei dati personali o, comunque, per promuovere l'adozione di un provvedimento dell'Autorità, ai sensi dell'art. 11 del regolamento del Garante n. 1/2007, si è disposta la conclusione del procedimento amministrativo.

Sotto il profilo sanzionatorio, sono stati avviati quattro procedimenti nei confronti di altrettante aziende: in essi, quattro contestazioni hanno riguardato la violazione dell'obbligo

di informativa e cinque la violazione della disciplina relativa al consenso. In tutte le contestazioni è stata ritenuta sussistente l'aggravante prevista dall'art. 164-*bis*, comma 3, del Codice, poiché le condotte hanno coinvolto un numero rilevante di interessati (cfr. par. 17.).

9.5. NUMBER PORTABILITY: TRATTAMENTO DEI DATI DEGLI ABBONATI PRESENTI NEGLI ELENCHI TELEFONICI

Riguardo al trattamento dei dati personali degli abbonati presenti negli elenchi telefonici in caso di *number portability*, con provvedimento del 7 luglio 2011 (in G.U. 1° agosto 2011, n. 177 [doc. *web* n. 1824538]), l'Autorità ha dato seguito alle richieste presentate dagli operatori circa l'attuazione, del provvedimento del Garante del 1° aprile 2010 [doc. *web* n. 1824538] che stabiliva il principio del mantenimento del consenso dell'abbonato al trattamento dei propri dati personali, già espresso e registrato nel cd. *database* unico degli abbonati (DBU) anche nel caso di portabilità del numero, salvo la comunicazione al nuovo operatore di una diversa scelta dello stesso.

Il Garante ha valutato le difficoltà di natura tecnica rappresentate in merito all'obbligo di tutti gli operatori di telefonia fissa e mobile di acquisire, con continuità, i consensi già rilasciati dagli abbonati di altri operatori in caso di *number portability* (a causa della cancellazione automatica dei consensi in caso di cessazione del contratto con l'operatore originario) e concesso una sospensione dell'efficacia del citato provvedimento sino alla data del 1° novembre 2011.

L'Autorità ha così consentito a tutti gli operatori del mercato, soprattutto a quelli di piccole dimensioni che avevano rappresentato una serie di difficoltà tecniche nella "lettura del DBU", di pervenire alla definitiva implementazione di tutte le funzionalità, idonee a garantire, anche attraverso un apposito *software* fornito dall'Iscom (Istituto Superiore delle Comunicazioni e delle Tecnologie dell'Informazione), la piena attuazione delle prescrizioni precedentemente dettate con il citato provvedimento del 1° aprile 2010.

9.6. ELENCHI TELEFONICI ONLINE

In numerose segnalazioni e reclami è stata lamentata la diffusione sul sito *web* di una società di un elenco telefonico *online* contenente vari dati (nome e cognome, indirizzo,

recapito telefonico, numero della partita IVA) degli interessati, alcuni peraltro di carattere “riservato”. La procedura per l’eliminazione dei dati degli interessati dal menzionato elenco telefonico richiedeva preliminarmente la registrazione a tale sito.

Dall’accertamento condotto è emerso che la società possedeva una “banca dati *online*”, relativa a persone fisiche e ad imprese, alimentata sia mediante elenco telefonico digitale, fornito da un primario operatore telefonico, sia mediante registrazione di nuovi utenti visitatori del sito.

Al riguardo l’Autorità ha ritenuto illecito il trattamento di dati personali effettuato tramite la costituzione e diffusione *online* di un elenco telefonico se i dati personali contenuti non sono stati tratti dal DBU. Ha altresì affermato che un elenco telefonico basato su una fonte diversa dal DBU non può essere utilizzato per la funzione di “ricerca inversa”, ossia per la ricerca del nominativo di un abbonato sulla base del suo numero telefonico, rilevando inoltre la mancanza di un consenso espresso dell’interessato a tale funzione (prov. 7 aprile 2011 [doc. *web* n. 1810351]).

9.7. IL PARERE SULLA COSTITUZIONE DI UNA *BLACK LIST* DEI CLIENTI TELEFONICI MOROSI

Il Garante si è pronunciato, con un parere reso all’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, anche sulla costituzione di *black list* dei clienti telefonici morosi, prospettata dagli operatori telefonici per individuare eventuali morosità dell’utente che richieda la portabilità del numero.

L’Autorità ha ribadito, come già in passato, che la costituzione di banche dati contenenti informazioni negative sullo stato di solvibilità dell’utente richiede una precisa fonte normativa che specifichi, oltre alla possibilità di raccogliere i dati senza il consenso dell’interessato, anche la finalità perseguita, i soggetti che possono accedervi e le modalità di consultazione.

Tali elementi possono essere individuati anche tramite rinvio da parte della norma ad una fonte di rango secondario (come i regolamenti, in tal caso, soggetti alla previa acquisizione del parere del Garante) o ai codici di deontologia e buona condotta (da adottare secondo i procedimenti previsti).

In tal senso, l'Autorità ha ricordato l'esistenza, nel settore del credito al consumo, di banche dati contenenti informazioni relative a coloro che chiedono di accedere a prestiti, mutui o finanziamenti, sulla base della specifica normativa contenuta nell'art. 117 del Codice, che prevede la sottoscrizione di un "codice di deontologia e buona condotta per i sistemi informativi gestiti da soggetti privati in tema di crediti al consumo, affidabilità e puntualità nei pagamenti".

Il Garante ha poi precisato che la formazione di una banca dati dei "cattivi pagatori", senza una specifica previsione contrattuale, può comportare una rilevante modifica del tradizionale rapporto negoziale tra le parti, nonché generare abusi e rischi di discriminazione ed avere serie ripercussioni sulla vita delle persone.

L'Autorità ha altresì evidenziato le difficoltà della costituzione di una simile black list senza l'utilizzo di informazioni personali sui clienti, come invece ipotizzato dagli operatori telefonici, posto che anche la sola indicazione del numero telefonico dell'abbonato moroso consente di risalire alla relativa identità. Del resto, la prospettata procedura di accesso al *database* attraverso lo scambio di informazioni sulla morosità unicamente tra il vecchio operatore telefonico (cd. "*donating*") e quello nuovo (cd. "*recipient*") diversamente da quanto sostenuto dagli operatori, configurerebbe una comunicazione di dati che richiederebbe un'adeguata informativa e l'acquisizione del consenso (parere 27 ottobre 2011).

9.8. TELEFONIA: RACCOLTA DI DATI PERSONALI MEDIANTE I MODULI CONTRATTUALI

Numerose segnalazioni relative all'attività di un importante operatore telefonico, che svolge attività di fornitura di vari servizi di comunicazione elettronica (es.: trasmissione dati, fonia, *housing*, ecc.), hanno lamentato l'effettuazione di telefonate promozionali indesiderate nonché l'attivazione non richiesta di un'utenza telefonica e del servizio di *carrier preselection* (che consente all'utente di scegliere un operatore diverso da quello con il quale ha già un contratto, trasferendo il proprio traffico telefonico sulla rete dell'operatore prescelto alle condizioni contrattuali con quest'ultimo pattuite).

L'Autorità, con apposita attività ispettiva, ha accertato che l'attivazione del servizio di *carrier preselection* era avvenuta mediante moduli contrattuali utilizzati fin dal giugno 2007 e

già sottoscritti da migliaia di clienti (sia consumatori sia imprese pubbliche e private), che non prevedevano l'espressione del consenso libero, specifico e documentato per iscritto degli interessati, in relazione ad attività diverse da quelle strumentali all'esecuzione degli obblighi contrattuali (cfr. artt. 23 e 130 del Codice). Sulla base della documentazione acquisita, l'Autorità ha dichiarato illecito e inibito il trattamento di dati personali raccolti mediante i moduli utilizzati per il servizio di carrier preselection ovvero per qualsiasi altro servizio fornito dalla società in questione (prov. 12 gennaio 2012 [doc. *web* n. 1884254]).

9.9. LA LOTTA ALLO SPAM

Anche nel 2011 il Garante ha ricevuto numerose richieste d'intervento relative ad attività di *spam* realizzata mediante diversi mezzi (posta elettronica, fax, chiamate telefoniche preregistrate, sms).

Rispetto all'anno precedente appaiono diminuite le segnalazioni riguardanti la ricezione di fax indesiderati, anche in ragione degli interventi prescrittivi e sanzionatori effettuati nei confronti degli operatori telefonici (che risultavano essere i maggiori committenti di tale forma di promozione).

Riguardo alle specifiche modalità di trattamento, anche nel 2011, il fax e l'e-mail sono stati i mezzi più utilizzati per le attività di *spam*.

Rimangono numerose le violazioni, soprattutto via e-mail, per le quali talora risulta difficile individuare il titolare del trattamento, sia per le modalità con cui si può operare in rete, sia perché spesso i titolari hanno sede in Paesi extraeuropei ove l'Autorità non ha competenza.

Fax indesiderati

In più occasioni, è stato vietato l'invio mediante telefax di comunicazioni promozionali a terzi, in assenza di informativa e consenso preventivo, specifico e documentato degli interessati, ai sensi degli artt. 13, 23 e 130 del Codice.

Il Garante ha in particolare ricordato che i soggetti che acquisiscono banche dati da terzi devono previamente accertare che ciascun interessato abbia validamente acconsentito all'utilizzo dei propri dati ai fini di invio di materiale pubblicitario, a pena di illiceità del trattamento (v., tra gli altri, prov. 26 gennaio 2011 [doc. *web* n. 1790397]).

Si evidenzia in materia, inoltre, il provvedimento inibitorio e prescrittivo adottato il 2 marzo 2011 [doc. *web* n. 1842423], dopo apposita ispezione, nei confronti di una società che gestiva tre siti *web* sprovvisti dell'informativa richiesta dall'art. 13 del Codice.

In questo caso, il Garante ha ricordato che i soggetti che acquisiscono dati da terzi devono accertare che ciascun interessato abbia validamente acconsentito all'utilizzo dei propri dati ai fini di invio di materiale pubblicitario poiché, come già stabilito nel provvedimento 29 maggio 2003 [doc. *web* n. 29840], relativo allo *spamming*, non ha rilievo che i medesimi dati siano già reperibili altrove; v. provv. 3 febbraio 2011 [doc. *web* n. 1792588] e Relazione 2010, p. 125). Pertanto l'Autorità, oltre ad inibire l'invio di fax indesiderati, ha prescritto di modificare l'informativa *ex* art. 13 del Codice, con l'indicazione delle modalità e delle finalità del trattamento svolto dalla società in questione.

Collegato a tale provvedimento è quello adottato nei confronti di un'altra società, pubblicizzata in uno dei tre siti sopra menzionati quale leader di mercato per il servizio di messaggistica fax/e-mail/sms (provv. 5 maggio 2011 [doc. *web* n. 1822815]).

È emerso che tale società talora offriva ai clienti un servizio di invio di messaggi, mediante i propri operatori, a liste di destinatari, estrapolati da un *database* collocato sul proprio *server*, contenente dati personali (ragione sociale e numerazione telefonica cui inviare i fax e/o indirizzo e-mail) di circa tredicimila imprese (agenzie di viaggio e *tour operator*).

In proposito, l'Autorità ha fatto riferimento all'art. 13, comma 4, del Codice, in base al quale, se i dati personali non sono raccolti presso l'interessato, l'informativa va data al medesimo interessato all'atto della registrazione dei dati.

Inoltre, ha prescritto alla società in questione –similmente a quanto disposto con il provvedimento del 7 aprile 2011 [doc. *web* n. 1810207], di cui più diffusamente *infra*– qualora intenda continuare a fornire il servizio di invio di comunicazioni promozionali con modalità automatizzate, di adottare tutte le misure necessarie a garantire agli interessati la possibilità di esercitare agevolmente i diritti di cui all'art. 7 del Codice. In particolare, ha richiesto che per ogni messaggio in uscita sia predisposto un riquadro (*template*) recante un'ideale informativa, comprendente un recapito presso cui l'interessato possa esercitare tali diritti.

Infine, nei casi in cui si è accertato che l'invio di fax indesiderati era stato effettuato da società localizzate all'estero (Francia, Regno Unito e Romania), è stata richiesta la collaborazione delle competenti autorità straniere per far cessare tali invii.

Mail spamming

Principi analoghi a quelli sin qui richiamati sono stati ribaditi in materia di e-mail indesiderate, con il provvedimento inibitorio e prescrittivo adottato nei confronti della società titolare di un sito *web* mediante il quale venivano raccolti dati personali utilizzati, oltre che per l'invio della *newsletter* richiesta, per trattamenti diversi, quali l'inoltro di messaggi promozionali propri o di altri soggetti e la comunicazione dei medesimi dati a società specializzate nel *marketing* e nelle ricerche di mercato (prov. 19 maggio 2011 [doc. *web* n. 1823148]). Tuttavia non veniva acquisito un consenso specifico per questi tipi di trattamento e si consentiva all'utente interessato di registrarsi al sito solo accettando integralmente quanto riportato nell'informativa sul trattamento dei dati.

Il Garante ha pertanto vietato sia il trattamento dei dati personali effettuato tramite l'invio di e-mail promozionali agli utenti registrati per la ricezione delle *newsletter* del sito in questione, sia la comunicazione dei dati acquisiti a soggetti terzi, per finalità di ricerche di mercato e di comunicazione commerciale, in assenza di un consenso libero, specifico e documentato per iscritto degli interessati *ex artt.* 23 e 130 del Codice. Inoltre, alla società è stato prescritto di inserire –in fase di registrazione– la richiesta agli interessati di un preventivo consenso distinto e facoltativo per ciascuna finalità indicata nell'informativa da fornire agli utenti *ex art.* 13 del Codice.

Spam diretto ad
utenze mobili

Si segnala che, nell'ambito della complessa attività di contrasto allo *spamming*, il Garante ha verificato che vi fossero i presupposti per ritenere illecita l'attività di contatto, da parte di una nota società di finanziamento, dell'utenza mobile di diversi soggetti che non avevano prestato il proprio consenso alla ricezione di messaggi di carattere promozionale e che avevano successivamente manifestato, senza ottenere riscontro, la propria opposizione al trattamento (nota 2 marzo 2011).

Nel ribadire l'esigenza di rispettare le disposizioni in materia di consenso e di comunicazioni indesiderate, (artt. 23 e 130 del Codice), l'Autorità ha anche chiarito come il titolare del trattamento dei dati, al fine di garantire l'effettivo esercizio dei diritti di cui all'art. 7 del