



## **DISEGNO DI LEGGE**

**d'iniziativa della senatrice GRANAIOLA**

**COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 4 OTTOBRE 2016**

Modifiche al codice in materia di protezione dei dati personali  
al fine di prevenire e impedire forme di *telemarketing* selvaggio

ONOREVOLI SENATORI. - Sono circa 115 milioni le linee telefoniche fisse e mobili presenti in Italia. Di queste solo 13 milioni sono tutelate dal *telemarketing* selvaggio, essendo iscritte nell'apposito registro pubblico delle opposizioni.

I 95 milioni di abbonati a telefonia mobile, invece, rimangono esclusi da suddetta tutela non essendoci alcuna disposizione normativa che predisponga un registro delle opposizioni per tale categoria.

Da quando nel 2011 è stato istituito il registro delle opposizioni, sono pervenute al Garante per la protezione dei dati personali oltre 23.000 segnalazioni avverso le telefonate selvagge.

L'Autorità, peraltro, aveva dimostrato perplessità riguardo le modifiche introdotte dal legislatore in quanto obbligava gli utenti di telefonia fissa ad iscriversi in un apposito registro per evitare forme eccessivamente invasive di *telemarketing*, mentre, prima del 2011, erano gli operatori di *telemarketing* a doversi attivare per rendere operative le proprie telefonate commerciali.

La relazione 2015 del Garante per la protezione dei dati personali ha altresì denunciato un aumento del *telemarketing* selvaggio laddove «nel corso di alcuni accertamenti ispettivi presso le aziende committenti e in occasione di riunioni con alcuni gestori telefonici, è stato riscontrato che le filiere di soggetti cui vengono demandate le attività di *telemarketing* sono talmente diramate per l'uso ripetuto di agenzie e sub-agenzie da non consentire sempre agli stessi soggetti mandanti il controllo della struttura e diventando quindi difficile risalire a coloro che materialmente hanno effettuato i contatti te-

lefonici lamentati, nonché ai numeri chiamati».

Per tali ragioni il Garante per la protezione dei dati personali ha denunciato le debolezze della normativa in vigore e la necessità di aumentare la tutela degli abbonati, suggerendo alcune correzioni, stante la scarsa efficacia dell'iscrizione al registro delle opposizioni - istituito dal Ministero dello sviluppo economico - ovvero l'impossibilità d'iscrizione allo stesso per chi ha una numerazione mobile.

Se consideriamo inoltre che il ricorso a tale registro, dovendo essere l'utente a iscriversi, risulti essere di portata limitata, con una percentuale che oscilla tra l'1-2 per cento, e quindi 1,5 milioni di iscritti, si può ben comprendere come questo strumento non offre una tutela significativa.

È indispensabile impedire la cessione o la vendita di dati personali da operatore a operatore sia *on-line* che *off-line*, prevedendo che il numero dell'utente non possa più essere venduto all'insaputa dell'abbonato attraverso la compravendita dei *data base* contenenti i numeri.

Si tratta di un *business* che frutta miliardi se consideriamo che ogni numero può valere da 8-9 centesimi fino a 1 euro, tanto più è «profilato», dettagliato, il profilo dell'abbonato al quale corrisponde, perché consente a chi lo possiede di inviare una proposta commerciale ritagliata su misura sebbene a insaputa dell'interessato.

Di converso, gli abbonati alle linee telefoniche, in genere, non intendono cedere il proprio numero a centinaia di aziende, né autorizzarle a usarlo per il *telemarketing*, ma vengono tuttavia perpetrate azioni quotidiane volte a richiedere il consenso al tratta-

mento dei dati ai sensi della *privacy* riguardanti, a titolo esemplificativo, la firma di un contratto - generalmente per la luce o il gas - l'acquisto di un oggetto o l'accettazione di una tessera gratuita che può riguardare un supermercato, sconti abbigliamento, palestra, discoteca e così via.

Il presente disegno di legge impedisce agli operatori di contattare gli utenti direttamente e senza filtri, innovando la normativa vigente per difendere di più e meglio gli abbonamenti telefonici che sono il doppio della popolazione italiana.

Tale innovazione avviene tramite le modifiche apportate all'articolo 130 del codice in materia di protezione dei dati personali di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, in materia di comunicazioni indesiderate e l'aggiornamento del regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 7 settembre 2010, n. 178.

Le modifiche all'articolo 130 hanno lo scopo di impedire il trattamento dei dati personali mediante l'impiego del telefono o della posta cartacea per l'invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale, nei confronti di chi abbia esercitato il diritto di opposizione mediante l'iscrizione della numerazione fissa o mobile della quale è intestatario e degli altri dati personali, in un registro pubblico delle opposizioni al quale possono iscriversi quanti siano in possesso di numerazioni fisse o mobili, pubblicate o no negli elenchi telefonici pubblici. L'iscrizione al registro comporta la cancellazione automatica di tutti i consensi dati precedentemente dall'inter-

sato per le telefonate commerciali, anche se il consenso è stato espresso con strumenti diversi dall'iscrizione negli elenchi telefonici pubblici.

Inoltre con il presente disegno di legge:

- si estende la tutela a tutte le numerazioni fisse o mobili, indipendentemente se esse siano o no riportate negli elenchi di abbonati di cui all'articolo 129 del codice;

- si prevede che la tutela si applichi a tutti i trattamenti di dati, per l'invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale. Sono tutelate tutte le numerazioni fisse o mobili sia che i dati personali abbiano origine dagli elenchi di abbonati sia che abbiano origine dalla cessione o dalla vendita ad altri operatori da parte di titolari di attività *on-line* oppure *off-line* che abbiano raccolto tali dati anche legittimamente presso gli interessati o presso terzi;

- si prevede che gli operatori comunichino all'utente come siano stati estratti i suoi dati personali (elenchi pubblici, acquisto di banche dati, ecc.);

- si prevede che siano promosse da parte del Garante per la protezione dei dati personali campagne informative almeno biennali rivolte agli abbonati al fine di informarli sull'esistenza del registro delle opposizioni;

- si provvede a stabilire una responsabilità comune nella gestione dei dati personali tra il gestore del servizio ed eventuali terze parti ad esso connessi (*call center*).

## DISEGNO DI LEGGE

---

### Art. 1.

*(Finalità e ambito di applicazione)*

1. La presente legge introduce modifiche alla disciplina del registro delle opposizioni di cui all'articolo 130, comma 3-*bis*, del codice in materia di protezione dei dati personali di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, e al relativo regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 7 settembre 2010, n. 78, al fine di prevenire ed impedire forme invasive di *tele-marketing*.

2. La disciplina di cui all'articolo 130, comma 3-*bis*, del citato codice di cui al decreto legislativo n. 196 del 2003, si applica a tutte le numerazioni fisse o mobili, indipendentemente se esse siano o no riportate negli elenchi di abbonati di cui all'articolo 129 del medesimo codice.

3. La disciplina di cui al comma 2 si applica, altresì, a tutti i trattamenti di dati per i fini di cui all'articolo 7, comma 4, lettera *b*), del citato codice di cui al decreto legislativo n. 196 del 2003, aventi origine dagli elenchi di abbonati a disposizione del pubblico o aventi origine dalla cessione o dalla vendita di tali dati ad altri operatori da parte di titolari di attività *on-line* ovvero *off-line* che abbiano raccolto tali dati, anche legittimamente, presso gli interessati o presso terzi.

### Art. 2.

*(Modifiche al codice di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196)*

1. All'articolo 130 del codice in materia di protezione dei dati personali di cui al de-

creto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, sono apportate le seguenti modificazioni:

a) al comma 3 le parole: «nonché ai sensi di quanto previsto dal comma 3-*bis* del presente articolo» sono soppresse;

b) il comma 3-*bis* è sostituito dal seguente:

«3-*bis*. Ai sensi di quanto previsto dall'articolo 129, il trattamento dei dati di cui al comma 1 del medesimo articolo, mediante l'impiego del telefono o della posta cartacea per le finalità di cui all'articolo 7, comma 4, lettera *b*), non è consentito nei confronti di chi abbia esercitato il diritto di opposizione, con modalità semplificate e anche in via telematica, mediante l'iscrizione della numerazione fissa o mobile della quale è intestatario e degli altri dati personali di cui all'articolo 129, comma 1, nel registro pubblico delle opposizioni di cui al comma 3-*ter*. Al registro di cui al periodo precedente possono iscriversi tutti coloro in possesso di numerazioni fisse o mobili, siano esse pubblicate o no negli elenchi telefonici pubblici di cui all'articolo 129. L'iscrizione al registro comporta la cancellazione automatica di tutti i consensi dati precedentemente dall'interessato per le finalità di cui all'articolo 7, comma 4, lettera *b*), anche se il consenso è stato espresso con strumenti diversi dall'iscrizione negli elenchi telefonici pubblici»;

c) al comma 3-*ter*, lettera *f*), le parole: «di garantire la presentazione dell'identificazione della linea chiamante» sono sostituite dalle seguenti: «di garantire l'identificazione della linea chiamante»;

d) al comma 4, le parole: «servizi analoghi» sono sostituite dalle seguenti: «servizi connessi».

### Art. 3.

#### *(Obbligo di informativa)*

1. Anche in assenza di specifica richiesta dell'interessato, gli operatori o i loro respon-

sabili o gli incaricati del trattamento di dati personali, al momento della chiamata, indicano con precisione agli interessati come sono stati estratti i loro dati personali, fornendo, altresì, le indicazioni utili all'eventuale iscrizione dell'abbonato nel registro delle opposizioni.

#### Art. 4.

##### *(Promozione di campagne informative)*

1. Ai sensi dell'articolo 4 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, il Ministero dello sviluppo economico e la Presidenza del Consiglio dei ministri, in collaborazione con il Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti, realizzano e promuovono campagne informative, almeno biennali, rivolte agli abbonati, idonee a favorire la piena consapevolezza dei loro diritti e delle modalità di opposizione al trattamento di dati per fini di invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale mediante l'impiego del telefono.

#### Art. 5.

##### *(Sanzioni)*

1. In caso di violazione del diritto di opposizione nelle forme previste dalla presente legge, da parte del gestore del servizio o da parte di terzi ad esso connessi, si applica la sanzione di cui all'articolo 162, comma 2-*quater*, del citato codice di cui al decreto legislativo n. 196 del 2003.

#### Art. 6.

##### *(Disposizioni attuative e finanziarie)*

1. Con regolamento da emanare entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore

della presente legge, ai sensi dell'articolo 17, comma 2, della legge 23 agosto 1988, n. 400, su proposta del Ministro dello sviluppo economico, sono apportate al regolamento di cui al decreto del Presidente della Repubblica 7 settembre 2010, n. 78, le modifiche conseguenti alle disposizioni di cui alla presente legge.

2. All'attuazione della presente legge si provvede senza nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica, e con le risorse umane, finanziarie e strumentali disponibili a legislazione vigente.

#### Art. 7.

##### *(Entrata in vigore)*

1. La presente legge entra in vigore il giorno successivo a quello della sua pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale*.

