

Spam: imprese e persone giuridiche sono ancora tutelate

Il nuovo anno inizia con una serie di provvedimenti del Garante, che muovono da segnalazioni ricevute, volti ad **inibire l'inoltro di comunicazioni commerciali a mezzo fax** senza il preventivo consenso del destinatario, ancorché persona giuridica.

In particolare, a seguito delle modifiche susseguitesesi negli ultimi anni, che hanno eliminato la persona giuridica dal novero degli interessati e rimodellato la relativa definizione nei più angusti confini tratteggiati dalla direttiva europea, pare che talune aziende abbiano ritenuto di poter liberamente inviare comunicazioni commerciali a mezzo fax, pensando che ci fosse stata una vasta apertura al marketing e che, essendo la propria attività limitata alla prestazione di servizi legati a soggetti dotati di partita IVA esercenti attività imprenditoriali, commerciali e professionali questi non fossero assimilabili alla nozione di *'natural person'* che la direttiva comunitaria pone alla base dell'estensione della tutela.

Il Garante invece continua a ribadire come le disposizioni normative del capo 1 del titolo X del Codice, poiché riguardano i **"contraenti"** a prescindere dalla tipologia di persona, continuano a tutelare **non solo le persone fisiche ma anche persone giuridiche**, enti e associazioni e che quindi i titolari del trattamento dei dati relativi ai detti soggetti sono sottoposti al potere dell'Autorità di intervenire anche ex officio nonché all'applicazione delle sanzioni amministrative e penali previste dal Codice, come l'art. 162, comma 2 bis del Codice, in caso di violazione dell'obbligo del consenso di cui sopra (v. provvedimento generale del 20 settembre 2012 e, analogamente, punto 2.2 "Ambito soggettivo dello spam e le tutele azionabili", Linee Guida del 4 luglio 2013);

Peraltro, come già affermato dall'Autorità, sono dati personali anche quelli relativi a professionisti e a alcune imprese, come ad esempio per le persone fisiche che gestiscono ricevitorie o in quanto tali soggetti sono da ritenersi "interessati" ai sensi dell'art. 4 del Codice;

Cristina Vicarelli

Avvocato

Il Garante ha quindi sottolineato la **necessità di acquisire il consenso** dei destinatari prima di inviare comunicazioni commerciali, anche quando i recapiti sono disponibili in elenchi on line o comunque accessibili al pubblico, sia ai sensi dell'art. 23 del Codice, sia ai sensi dell'art. 130, commi 1 e 2 del Codice, come novellato dal d. lg. n. 69/2012, in base al quale l'**utilizzo di comunicazioni con modalità automatizzate** – quali sono i telefax per espressa indicazione del legislatore, che li assimila ai sistemi automatizzati di chiamata senza l'intervento di un operatore – per la finalità di invio di materiale pubblicitario o di comunicazione commerciale **è consentito solo con il consenso preventivo del contraente**. Il Garante ha altresì ricordato come *“ai fini della legittimità della comunicazione promozionale effettuata, non è lecito chiedere, con tale primo messaggio promozionale, il consenso al trattamento dati per finalità promozionali”* (v. punto 2.5 Linee Guida del 4 luglio 2013 e già provvedimento generale del 29 maggio 2003).

Insomma, non pare del tutto chiaro che **le linee guida** sul marketing hanno semplificato il sistema di raccolta dei consensi, ma **non hanno eliminato l'obbligo di richiedere il consenso** prima di procedere all'invio di comunicazioni con modalità automatizzate, gli interventi ablativi operati sull'articolo 4 del Codice non hanno privato della tutela contro lo spam le imprese tout court, e sebbene abbiano impedito alle persone giuridiche di adire direttamente l'Autorità Garante (ma non il Giudice Ordinario, che pure è competente) non impediscono al Garante di **attivarsi d'ufficio** per reprimere gli abusi.