

# CAMERA DEI DEPUTATI N. 2479

## PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

### DELLA VEDOVA, GOZI

Modifiche agli articoli 129, 130 e 162 del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, in materia di disciplina del trattamento dei dati per fini di pubblicità o di vendita diretta telefonica

*Presentata il 27 maggio 2009*

ONOREVOLI COLLEGHI! — In seguito alle recenti disposizioni di legge e agli ultimi provvedimenti del Garante per la protezione dei dati personali, mirati a interpretare in senso restrittivo la norma introdotta dal decreto-legge cosiddetto « milleproroghe » (decreto-legge 30 dicembre 2008, n. 207, convertito, con modificazioni, della legge 27 febbraio 2009, n. 14) in materia di elenchi di abbonati anteriori al luglio 2005, la questione resta irrisolta. Da un lato, vi sono i rappresentanti degli operatori telefonici e dei *call center* che denunciano la crisi del settore e la necessità di misure che agevolino la concorrenza, invocando margini più elastici o deroghe alla normativa in materia della tutela della *privacy*. Dall'altro lato, vi sono

i consumatori che esigono giustamente l'applicazione severa della legge vigente e che constatano una continua invasione della *privacy* dei cittadini, anche quando questi tentano legittimamente di opporsi, da parte di operatori insistenti o inopportuni.

La normativa vigente, contenuta nel codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196 di seguito « codice », prevede il cosiddetto « sistema *opt-in* » (è cioè vietato telefonare senza consenso espresso dall'utente prima di, e non dopo, ciascun contatto) e si basa, almeno idealmente, su principi nobili, ma non funziona. Nel nostro Paese, infatti, le rigide regole imposte hanno portato, negli anni,

a due risultati negativi: gli operatori di settore sono immobilizzati e i cittadini continuano a ricevere telefonate sgradite, spesso senza riuscire a farsi cancellare dagli elenchi e a far valere in modo inequivocabile e ufficiale il loro diniego a ricevere telefonate promozionali. Il motivo è semplice: l'attuale sistema, tanto severo quanto inefficace, può innescare la necessità di dover presentare vere e proprie « prove diaboliche », pressoché impossibili o comunque difficili da produrre anche per il cittadino più attento e per l'impresa più virtuosa. Questa mancanza di trasparenza e di immediatezza del « sistema *opt-in* » impedisce al sistema stesso di funzionare correttamente, scontenta gli utenti e aggrava gli operatori di responsabilità (anche penali) imprevedibili.

La soluzione c'è ed è prevista dalla direttiva 95/46/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 24 ottobre 1995, e dalla direttiva 2002/58/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 luglio 2002, in materia, rispettivamente, di protezione dei dati personali nel settore informatico e nel settore delle comunicazioni elettroniche. La direttiva 95/46/CE ammette che gli Stati membri possano, previo bilanciamento tra i legittimi interessi delle imprese e la riservatezza delle persone, stabilire casi di esonero dal consenso dell'abbonato. La direttiva 2002/58/CE lascia gli Stati membri liberi di tutelare la *privacy* degli abbonati i cui recapiti sono pubblicati negli elenchi telefonici mediante la richiesta di un consenso preventivo alla pubblicità o alla vendita diretta telefonica (soluzione finora seguita in Italia) o mediante l'iscrizione di coloro che non vogliono essere disturbati in un registro unico nazionale (soluzione seguita nel Regno Unito e in Francia).

L'attuazione di questo sistema in Italia impone modifiche al codice, così come previsto dalla presente proposta di legge. Si tratta di introdurre nel nostro Paese un sistema meno burocratico, compatibile con le citate direttive europee, « amico » del mercato e sicuro difensore degli utenti: il modello « *opt-out* con lista pubblica », grazie al quale chiunque non

vuole ricevere telefonate commerciali deve iscriversi il proprio nominativo in una lista ufficiale gestita dal Garante per la protezione dei dati personali. Gli operatori hanno l'obbligo di consultare almeno una volta al mese tale registro, depennando dagli elenchi chi vi risulta iscritto. In caso di violazione di tale obbligo sono previste pesanti sanzioni pecuniarie per l'operatore che persiste nel non rispettare il diniego ufficiale del consumatore ad essere contattato. Solo con tale sistema è possibile assicurare la protezione degli utenti dall'invasione di pubblicità o di vendita diretta telefonica indesiderate. Esso, inoltre, apporta benefici sia alle imprese che ai cittadini, poiché garantisce uno scambio corretto di informazioni, nel rispetto della libertà e della volontà di ciascuno.

L'articolo 1 della presente proposta di legge introduce alcuni significativi cambiamenti nella disciplina della vendita diretta telefonica. In particolare, si sostituisce il comma 2 e si introducono i commi da 2-*bis* a 2-*octies* dell'articolo 129 del codice, passando dal « sistema *opt-in* » (vigente) al « sistema *opt-out* ». La modifica del comma 2 elimina i riferimenti al consenso preventivo all'inclusione negli elenchi telefonici, introducendo invece la previsione di idonee modalità, semplificate e senza oneri, che il Garante per la protezione dei dati personali stabilisce con il provvedimento di cui al comma 1, per consentire agli utenti l'opposizione al trattamento dei loro dati, non preventiva ma successiva. I commi da 2-*bis* a 2-*sexies* specificano alcuni parametri da rispettare nel contenuto del provvedimento. Al comma 2-*bis* si prevede l'istituzione di un registro pubblico (cosiddetta « Robinson list ») nel quale ogni abbonato può richiedere di essere iscritto — anche per via telematica — manifestando così ufficialmente il proprio diniego a ricevere telefonate promozionali. Tale registro è istituito dal Garante, previo parere non vincolante dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, al fine di garantire che lo stesso registro sia conforme alle disposizioni nazionali e comunitarie in materia di tele-

comunicazioni. Il comma 2-ter stabilisce che l'iscrizione nel registro ha efficacia decorso un mese da quando avviene la richiesta, per concedere il tempo agli operatori di aggiornare completamente i *database* degli elenchi, disattivando i numeri presenti nel registro. L'iscrizione nel registro ha una durata di due anni, dopo i quali l'utenza può essere di nuovo contattata per scopi promozionali, ma può essere revocata o rinnovata in qualunque momento dall'abbonato. Naturalmente è previsto che quando, per qualsiasi ragione, l'utenza cambia intestatario, essa cessa d'essere iscritta nel registro. Il primo periodo del medesimo comma chiarisce, pur essendo implicito in un'interpretazione organica della normativa in materia di protezione dei dati personali con riferimento alla vendita diretta, che restano validi ed esclusi dalla disciplina i trattamenti di dati effettuati ai sensi degli articoli 23 e 24 dello stesso codice (a mero titolo esemplificativo, se il consenso è già espresso dall'abbonamento o si evince all'interno di un contratto in essere con il titolare del trattamento, l'inclusione o l'esclusione dell'utenza dal registro risulta ininfluenza, prevalendo il valore dell'accordo specifico tra le parti e la relativa disciplina). Al comma 2-quater si prevede una possibilità, per il Garante, il quale può — ma non è tenuto a — suddividere il registro in sottoregistri diversificati a seconda delle classificazioni di attività economiche stabilite dall'Istituto nazionale di statistica, offrendo agli utenti la possibilità di scegliere quali settori inibire e da quali, viceversa, accettare contatti promozionali. Al comma 2-quinquies si prevede che gli oneri di prima realizzazione del registro siano posti a carico del Garante o di un soggetto da questi prescelto nel rispetto del codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture di cui al decreto legislativo 12 aprile 2006, n. 163. Il funzionamento del registro, invece, viene finanziato dagli operatori di vendita diretta telefonica, i quali corrispondono tariffe di accesso al registro, stabilite dal Garante (o approvate da esso, in caso di affidamento a terzi della gestione). Secondo il comma

2-sexies è comunque il Garante, anche in caso affidamento del registro a terzi, a determinare le modalità tecniche di funzionamento del sistema, nonché i criteri di autenticazione e di conservazione dei dati relativi agli operatori. Al comma 2-septies è contenuta la disposizione per cui ciascun operatore di vendita diretta telefonica (azienda che intende promuovere prodotti o servizi, o *call center* da lui delegato) è tenuto a rendere sempre identificabile la propria linea chiamante sul dispositivo dell'utente chiamato, non potendosi più utilizzare numeri privati. Questa è una norma chiaramente a favore del cittadino, che non dovrà passare attraverso complesse e formali richieste all'autorità per conoscere da chi sia stato chiamato per scopi promozionali, potendo quindi agevolmente segnalare abusi da parte di operatori scorretti. L'efficacia dell'obbligo di identificazione della linea è garantita dalla previsione di sanzioni pecuniarie a carico dell'operatore che utilizza il numero privato. Al comma 2-octies, inoltre, si prevede che gli operatori abbiano l'obbligo di fornire oralmente all'utente, nel corso di ogni comunicazione promozionale, e di pubblicare sui propri siti *internet* adeguate informazioni sulla possibilità e sulle modalità di iscrizione al registro per opporsi a futuri contatti.

L'articolo 2 della presente proposta di legge integra il comma 3 dell'articolo 130 del codice prevedendo il riferimento esplicito alla disciplina degli elenchi degli abbonati contenuta nell'articolo 129. Si tratta di una specificazione che rende chiara e inequivocabile l'interpretazione della disciplina sulla vendita diretta telefonica non effettuata tramite sistemi automatizzati, escludendo così l'applicazione dei restanti commi dell'articolo 130 a tali operazioni di chiamata promozionale.

L'articolo 3 della proposta di legge introduce una sanzione amministrativa da seimila a trentaseimila euro per ogni violazione del diritto di opposizione dell'utente o in caso di mancata identificabilità della linea chiamante per scopi promozionali: in entrambe le eventualità la sanzione è comminata dal Garante per

ogni singola violazione, potendo dunque raggiungere — in caso di reiterati illeciti — somme assai ragguardevoli a carico dell'operatore scorretto.

L'articolo 4 della presente proposta di legge introduce una norma transitoria, necessaria per rendere graduale e completa la realizzazione del registro ed effettiva l'operatività del sistema: per un periodo massimo di venti mesi dalla data di entrata in vigore della legge, restano in

vigore i provvedimenti in materia di contatto telefonico diretto e di elenchi degli abbonati. L'articolo 4 non fa riferimento all'articolo 44, comma 1-*bis*, del citato decreto-legge «mille proroghe», in materia di uso dei dati personali presenti nelle banche dati costituite sulla base di elenchi telefonici pubblici presenti prima del 1° agosto 2005, perché quest'ultimo è una disposizione «a termine», che esaurisce la sua efficacia il 31 dicembre 2009.

## PROPOSTA DI LEGGE

## ART. 1.

1. Il comma 2 dell'articolo 129 del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, è sostituito dai seguenti:

«2. Il provvedimento di cui al comma 1 individua idonee modalità per la manifestazione dell'opposizione all'inclusione negli elenchi, in base ai principi della massima semplificazione delle modalità di inclusione, di verifica, di rettifica e di cancellazione dei dati senza oneri per gli intenti.

*2-bis.* Al fine di consentire l'esercizio del diritto di opposizione ai trattamenti dei dati inclusi negli elenchi per le finalità di cui all'articolo 7, comma 4, lettera *b*), in modalità semplificate e anche in via telematica, il Garante, sentita l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, istituisce un registro pubblico delle opposizioni, nel quale ogni utente può chiedere che sia iscritta la numerazione della quale è intestatario.

*2-ter.* L'iscrizione nel registro non preclude i trattamenti dei dati altrimenti acquisiti e trattati nel rispetto degli articoli 23 e 24. L'iscrizione nel registro ha effetto entro trenta giorni dal giorno successivo a quello della richiesta. Tale iscrizione è sempre revocabile dall'interessato, ha una durata di ventiquattro mesi e può essere rinnovata in qualunque momento. L'iscrizione cessa automaticamente quando cambi, per qualsivoglia motivo, l'intestatario della numerazione.

*2-quater.* Il Garante può suddividere il registro in più sezioni separate per diversi settori di attività, individuate e aggiornate tenendo conto della classificazione delle attività economiche stabilite dall'Istituto nazionale di statistica, con la conseguente

facoltà degli interessati di chiedere l'iscrizione in una o in più sezioni.

*2-quinquies.* Il Garante provvede alla prima realizzazione del registro con le risorse umane e strumentali di cui dispone o affidandone la realizzazione e la gestione a terzi, che se ne assumono interamente gli oneri, nel rispetto del codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture, di cui al decreto legislativo 12 aprile 2006, n. 163. I soggetti che si avvalgono del registro per effettuare le comunicazioni corrispondono tariffe di accesso basate sugli effettivi costi di funzionamento e di manutenzione. Il Garante, con proprio provvedimento, determina tali tariffe o, in caso di affidamento a terzi del registro, le approva verificando che le stesse siano conformi a quanto disposto dal presente comma.

*2-sexies.* Il Garante definisce le modalità tecniche di funzionamento del registro, prevedendo l'autenticazione e la conservazione degli accessi.

*2-septies.* I soggetti che effettuano trattamenti di dati inclusi negli elenchi per le finalità di cui all'articolo 7, comma 4, lettera *b*), garantiscono la presentazione dell'identificazione della linea chiamante.

*2-octies.* I soggetti che effettuano trattamenti di dati inclusi negli elenchi per le finalità di cui all'articolo 7, comma 4, lettera *b*), forniscono, altresì, oralmente all'abbonato, nel corso di ogni comunicazione per le medesime finalità, e pubblicano sui propri siti *internet* idonee informative sulla possibilità e sulle modalità di iscrizione nel registro per opporsi a futuri contatti ».

## ART. 2.

1. Al comma 3 dell'articolo 130 del citato codice, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, sono aggiunte, in fine, le seguenti parole: « e nel rispetto, per quanto riguarda i dati inclusi negli elenchi, delle opposizioni espresse nelle forme previste dall'articolo 129, commi da 2 a *2-sexies*, o direttamente nei riguardi del titolare del trattamento ».

## ART. 3.

1. All'articolo 162 del citato codice di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, e successive modificazioni, è aggiunto, in fine, il seguente comma:

« *2-quater*. La violazione del diritto di opposizione nelle forme previste all'articolo 129, commi da 2 a *2-sexies*, o delle disposizioni del comma *2-septies* del medesimo articolo 129, è punita con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da seimila euro a trentaseimila euro ».

## ART. 4.

1. Il registro previsto dall'articolo 129, comma *2-bis*, del citato codice di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, introdotto dall'articolo 1 della presente legge, è istituito entro diciotto mesi dalla data di entrata in vigore della medesima legge. Fino ai due mesi successivi all'istituzione del registro, e comunque non oltre il termine di venti mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, restano in vigore i provvedimenti adottati dal Garante per la protezione dei dati personali ai sensi dell'articolo 154 del citato codice di cui al decreto legislativo n. 196 del 2003, e successive modificazioni, in attuazione dell'articolo 129 del medesimo codice nel testo vigente prima della data di entrata in vigore della presente legge.

€ 0,35



\*16PDL0027040\*