



In concomitanza con l'entrata in funzione del Registro pubblico delle opposizioni, introdotto dalla recente normativa che ha modificato le regole del telemarketing, il Garante privacy ha fissato i limiti entro i quali gli operatori del settore potranno utilizzare i dati personali degli abbonati presenti negli elenchi telefonici per effettuare chiamate con operatore ai fini di invio di materiale pubblicitario, vendita diretta, ricerche o comunicazioni commerciali.

Infatti, gli abbonati che non desiderano ricevere telefonate pubblicitarie dovranno iscriversi al Registro, gestito dalla Fondazione Ugo Bordoni. E proprio per assicurare che la volontà dei cittadini venga effettivamente rispettata, il Garante ha imposto alle imprese una serie di obblighi: le società che operano nel settore del telemarketing non potranno più contattare i numeri degli abbonati che si sono iscritti nel Registro; se un abbonato ha chiesto a una determinata azienda di non essere più disturbato, quell'azienda dovrà rispettare la sua volontà anche se l'abbonato non si è iscritto al Registro; la singola azienda che abbia invece ricevuto in passato il consenso dell'abbonato a ricevere telefonate promozionali, potrà contattarlo, anche se questi è iscritto nel Registro. Tale consenso, che dovrà essere documentabile per iscritto al Garante, potrà comunque essere ritirato in qualunque momento. Con l'entrata in funzione del Registro viene meno anche la possibilità di utilizzare le numerazioni telefoniche contenute in banche dati comunque formate (comprese quelle costituite utilizzando i dati estratti dagli elenchi telefonici prima del 1° agosto 2005), senza aver prima acquisito un consenso ad hoc. Per quanto riguarda le numerazioni presenti in pubblici registri, elenchi, atti o documenti conoscibili da chiunque (ad es. albi professionali) esse potranno essere utilizzate solo se le telefonate promozionali risultino direttamente funzionali all'attività svolta dall'interessato (sempre che questi non si sia opposto) o se il telemarketing sia previsto dalla normativa di riferimento. L'avvio del Registro non modifica le regole finora usate per la pubblicità via posta o effettuata con strumenti diversi dal telefono (ad es. posta elettronica, telefax, messaggi del tipo Mms o Sms, chiamate automatizzate senza operatore) che prevedono sempre e comunque la richiesta di un consenso preventivo e informato dell'utente.

Il mancato rispetto delle prescrizioni dell'Autorità comporta l'applicazione di una sanzione da 30mila a 180mila euro, che potrà raggiungere, nei casi più gravi, i 300mila euro. ( [www.garanteprivacy.it](http://www.garanteprivacy.it) )