



Senato della Repubblica

XVII Legislatura

DISEGNI DI LEGGE N.2452 E N. 2545

ANALISI DI CONTESTO E PROPOSTE DI EMENDAMENTI

ADOC - ASSOCIAZIONE PER LA DIFESA E L'ORIENTAMENTO DEI CONSUMATORI

Sede Legale

Via Chiana, 87 - 00198 Roma

Sede Operativa

Via Castelfidardo, 45 - 00185 Roma

Tel. 06.45420928 - Fax 06.86329611

info@adocnazionale.it - www.adocnazionale.it



Nell'era dei Big Data, delle indagini predittive e del social business, l'analisi del valore generato dai dati personali, più o meno volontariamente e consapevolmente ceduti è divenuto un must, o quasi, per tutte le aziende.

Le abitudini dei consumatori sono diventate merce di scambio e oggetto di analisi puntale, generando cluster sempre più mirati e associando, incrociando ed elaborando dati per ottenere un profilo sempre più dettagliato, sempre più intrusivo.

Le nostre identità di consumatori sono preziosissime miniere per grandi e piccole aziende che estraggono più o meno lecitamente i dati dalle nostre attività quotidiane, e per altre che li comprano per fare marketing o telemarketing. In questa filiera c'è chi si procura nomi e numeri in maniera trasparente, ma anche chi lo fa in modo illecito: accanto alle liste autorizzate, le così dette liste *consensate*, esiste un mercato nero di liste non ufficiali, composte da dati acquisiti senza il consenso espresso dei diretti interessati.

Anche ragionando però su chi rilascia espressamente l'assenso al trattamento dei propri dati a fini commerciali, ci accorgiamo della delicatezza del tema: con troppa superficialità e leggerezza i consumatori cedono o concedono un proprio preziosissimo diritto, non avendo contezza delle conseguenze e dei rischi.

Il Financial Times nel 2013 ha messo a punto un test alquanto provocatorio in grado di calcolare, rispondendo a una serie di domande inerenti il proprio status (dai beni posseduti agli hobby, passando per malattie croniche e stato familiare), il valore commerciale di ogni singolo profilo e calcolare il valore dei dati personali: è risultato che i dati profilati di un lavoratore del settore non profit valgono, ad esempio, circa 19 centesimi di dollaro; ma se il soggetto dichiara di essere milionario il prezzo si impenna immediatamente, arrivando quasi a raddoppiare.

A conti fatti essere *autorizzati* a detenere, conservare e utilizzare liste di dati di milioni di utenti, è una ricchezza. E più dettagliate sono, più il valore aumenta.

Ma la concorrenza al ribasso prevede la massiccia presenza di aziende che producono e vendono liste non autorizzate, dove si trova di tutto: nomi degli iscritti al registro pubblico delle opposizioni - che quindi non dovrebbero essere contattati - numeri estratti illegalmente dalle pagine personali di Facebook o Twitter o da altri siti (eclatante il caso di change.org: la piattaforma di petizioni online più famosa al mondo è finita sotto accusa per presunte vendite di dati personali per ricerche di mercato) oppure tramite software specifici che fanno *web scraping*. Ovviamente i prezzi di queste liste sono più bassi, e l'utilizzo si diffonde con grande facilità.

Chi riceve la chiamata può chiedere all'operatore di call center di non venire più ricontattato, oppure iscriverne il proprio numero fisso al registro delle opposizioni, se presente negli elenchi telefonici pubblici, ma sono dei meri palliativi.

Qual è il rischio per le società di call center che non rispettino la volontà dell'utente? Semplicemente che questo faccia una segnalazione al Garante per la privacy, il quale decida di comminare una multa: dal 2011 a tutto il 2015, pur essendo state elevate sanzioni per 2,6 milioni di euro, gli abusi continuano. Segno che esse sono troppo esigue e non adatte a costituire un deterrente efficace a scoraggiare pratiche ancora, evidentemente, troppo redditizie.

ADOC – ASSOCIAZIONE PER LA DIFESA E L'ORIENTAMENTO DEI CONSUMATORI

Sede Legale

Via Chiana, 87 – 00198 Roma

Sede Operativa

Via Castelfidardo, 45 – 00185 Roma

Tel. 06.45420928 – Fax 06.86329611

info@adocnazionale.it - www.adocnazionale.it



Nella "Raccomandazione sul Commercio Elettronico" adottata il 24 marzo scorso dal Consiglio OCSE, al fine di sostenere il mercato del commercio elettronico e migliorare la fiducia degli utenti, l'OCSE ha rimarcato più volte la necessità di rafforzare la tutela dei dati personali implementando adeguate misure di sicurezza contro violazioni e cyber-attacchi, ed evitando che le imprese adottino pratiche ingannevoli per la raccolta e l'utilizzo dei dati personali dei consumatori. Particolare attenzione dovrebbe essere posta, tra l'altro, alla corretta informazione dei consumatori per consentire loro di esercitare scelte consapevoli. Di recente l'Adoc ha segnalato all'Agcm un grande brand dell'elettronica che, nella propria piattaforma di vendita on-line inibisce ai consumatori la possibilità di negare l'autorizzazione al trattamento dei propri dati personali per fini commerciali e nella cessione a terzi, subordinando l'acquisto del bene offerto a campi obbligatori in tal senso.

Nel 2014 il Garante della Privacy ha ricevuto più di 5mila segnalazioni di consumatori, ma le violazioni e gli abusi subiti dai cittadini attraverso il telemarketing aggressivo sono infinitamente di più. Il registro delle opposizioni non può rimanere l'unico strumento che ad oggi consente al consumatore di "difendersi" dalle offerte commerciali indesiderate: è uno strumento del tutto spuntato e limitato, che non mette al riparo il consumatore la cui utenza non compare negli elenchi pubblici e che non permette allo stesso né di sapere con esattezza a quali operatori ha dato il consenso né di revocare facilmente quest'ultimo.

Accogliamo per questo con favore la proposta, presente in entrambi i ddl, di consentire al cittadino di iscriversi tramite una semplice richiesta il proprio numero sia fisso che mobile al registro, indipendentemente dal fatto che la numerazione sia presente negli elenchi telefonici pubblici degli abbonati.

DDL 2452

Proposta di emendamento

Art.1 comma 2: al capoverso "sono inserite anche le numerazioni non pubblicate negli elenchi telefonici pubblici, previa richiesta degli interessati", suggeriamo di aggiungere "al Garante".

DDL 2545

Illustrazione e motivazione delle proposte di emendamento:

Più che una cancellazione automatica di tutti i consensi precedentemente espressi dall'interessato attraverso l'iscrizione al registro delle opposizioni, l'Adoc propone la creazione di un "Registro dei Consensi", messo a disposizione dall'autorità Garante per la protezione dei dati personali, al quale i cittadini possano accedere semplicemente registrando il proprio numero e revocando in maniera semplice e selettiva il consenso prestato, potendo – in tal modo – rintracciare anche eventuali violazioni nella cessione dei propri dati a terzi da parte di soggetti non autorizzati. Attraverso uno strumento di questo tipo, infatti, il consumatore avrebbe la possibilità di accedere in qualsiasi momento, ed in modo del tutto trasparente alla *storia* e al *percorso* dei propri dati personali nel tempo.

Consideriamo ottima la proposta di promozione da parte del Garante di campagne periodiche, meglio se annuali, di informazione per migliorare e rafforzare la consapevolezza dei consumatori sull'importanza e il valore, non solo commerciale, che hanno i propri dati.

ADOC – ASSOCIAZIONE PER LA DIFESA E L'ORIENTAMENTO DEI CONSUMATORI

Sede Legale

Via Chiana, 87 – 00198 Roma

Sede Operativa

Via Castelfidardo, 45 – 00185 Roma

Tel. 06.45420928 – Fax 06.86329611

info@adocnazionale.it - www.adocnazionale.it



Proposte di emendamento

Art.2 comma 1 lettera b): Sostituire “L’iscrizione al registro comporta la cancellazione automatica di tutti 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” con il capoverso: “L’iscrizione del numero consentirà l’accesso al registro dei consensi. L’utente potrà, cioè, accedere ad un’area riservata per consultare e verificare quali siano i soggetti detentori dei propri dati, la data di acquisizione del consenso al trattamento per finalità commerciali nonché aggiungere, se necessario, altri numeri di telefono di cui è intestatario nella lista dell’opposizione. Attraverso il medesimo strumento, sarà possibile revocare selettivamente il consenso prestato, oppure decidere di cancellare direttamente tutti i consensi preventivamente prestati, nonché segnalare casi di abusi o violazioni del diritto di opposizione esercitato nelle forme previste dalla presente legge”.

Art.3: alla fine del comma 1 inserire la seguente frase “e alla verifica e modifica delle informazioni fornite mediante il registro dei consensi. Il consumatore viene informato della possibilità di revoca specifica del consenso prestato al trattamento dei propri dati mediante il medesimo strumento.”

Art. 4: sostituire “campagne informative, almeno biennali” con “campagne informative annuali”.
Alla fine del comma 1 inserire la seguente frase “o di altro mezzo, anche telematico.”

ADOC – ASSOCIAZIONE PER LA DIFESA E L’ORIENTAMENTO DEI CONSUMATORI

Sede Legale

Via Chiana, 87 – 00198 Roma

Sede Operativa

Via Castelfidardo,45 – 00185 Roma

Tel. 06.45420928 – Fax 06.86329611

info@adocnazionale.it - www.adocnazionale.it