



DISEGNO DI LEGGE

Disposizioni recanti agevolazione nell'accesso e nell'esercizio dei diritti del cittadino in tema di trattamento dei propri dati personali

Presentata il ...

ONOREVOLI COLLEGHI!

La normativa italiana sulla privacy, già a partire dall'approvazione della Legge 675/1996 e successive modifiche, è nata su un duplice presupposto:

- Il riconoscimento del valore soggettivo del dato personale come elemento distintivo e proprio del cittadino, capace di rivelarne aspetti personali anche sensibili, ma anche di metterne a repentaglio i diritti alla riservatezza, all'immagine e all'oblio.
- Il riconoscimento del valore economico del dato personale in quanto suscettibile da solo o in relazione alla sua circolazione, di generare interessi commerciali significativi, con riflessi anche rispetto alla libertà d'impresa e alla leale concorrenza tra imprese.

Il bilanciamento di questi valori, secondo le intenzioni del legislatore del 1996 e del 2003 (in linea di massima riprese anche dalle recente riforma europea, regolamento 2016/679), ha posto al centro la dimensione soggettiva del dato personale, ponendo a carico dell'interessato il potere di verificare, controllare e gestire l'utilizzo e la circolazione dei propri dati, a prescindere dagli obblighi nascenti dal vincolo contrattuale e fatte salve le ipotesi di legge previste in deroga.

L'evoluzione degli ultimi 20 anni ci dice, tuttavia, che questo sistema non ha saputo stare al passo con i tempi di internet e della diffusione su larga scala della telefonia mobile e questo per una serie di evidenti problematiche, mai affrontate realmente; ne ricordiamo alcune:

1. Comunicazione senza controllo dei dati a soggetti terzi per fini di marketing. Rilasciare il consenso affinché i nostri dati siano ceduti a terzi per comunicazioni commerciali non implica automaticamente ricevere comunicazioni commerciali non

sollecitate. Il terzo che acquista i dati da chi ne è titolare dovrebbe inviare una propria informativa privacy volta ad ottenere il consenso del destinatario ad un nuovo trattamento (e questo salvo il caso in cui l'informativa fornita dal titolare che cede e/o comunica i dati non individui singolarmente i soggetti terzi a cui i dati saranno trasmessi, cosa nei fatti quasi mai sperimentata). Si tratta di una modalità operativa prevista dalla legge ma rimasta inattuata, il tutto mentre i dati dei cittadini sono oggetto di (illegittima) compravendita sul mercato.

2. Nomina indiscriminata di società terze come responsabili di trattamento da parte del titolare del trattamento dei dati. Le grandi imprese aggirano la richiesta del consenso per trasferire i dati a terze parti (che da sempre non è vista benissimo dal cittadino di buona cultura) nominando direttamente responsabili del trattamento dati le società esterne che vogliono utilizzare i dati per fini di marketing.

3. Assenza di cultura d'esercizio dei diritti dell'interessato. E' facile notare che in questi anni l'attenzione della gente per la privacy si sia manifestata solo in caso di sollecitazioni commerciali vessatorie mentre non sono passati concetti essenziali, come l'importanza di conferire i nostri dati personali nella misura strettamente necessaria allo scopo per cui sono richiesti. Si pensi agli abusi in tema di "carte fedeltà", laddove il Garante stesso ha ravvisato la richiesta eccessiva di dati al consumatore, non pertinenti alle finalità della raccolta.

4. Difficoltà di esercizio dei diritti previsti dall'art. 7 del Codice Privacy, sia per la scelta del mezzo di comunicazione, sia per l'identificazione del soggetto destinatario. Bersagliati da comunicazioni commerciali (alcune legittimate da consensi al trattamento rilasciati con leggerezza dall'utente, altre frutto di consenso estorto illecitamente), i cittadini non esercitano i propri diritti perché non sanno come si fa oppure perché lo trovano complicato o costoso.

5. Necessità di ampliare le funzionalità del registro delle opposizioni.

Le limitazioni connesse all'operatività del registro delle opposizioni hanno di fatto vanificato l'efficacia dell'unico strumento operativo per i cittadini che non intendano arrendersi alle iniziative commerciali aggressive.

6. Attività ispettiva del limitata.

E' un dato di fatto che le indagini attuate anche a mezzo della Guardia di Finanza non abbiano inciso sul comportamento dei soggetti commerciali, né dei cittadini.

7. Inidoneità della modulistica per la raccolta dei consensi. Si pensi all'uso di crocette per esprimere il consenso (crocette che a volte vengono aggiunte successivamente alle sottoscrizioni) ovvero alle tantissime informative inesatte, frequentissime anche tra le grandi aziende, che spesso spacciano per obbligatorio il consenso ai fini del trattamento dei dati per fini commerciali.

8. Utilizzo di dati scorretto o illegittimo. Principi cardine della disciplina privacy sono la raccolta dei dati adeguati e strettamente necessari per il trattamento, ma nella pratica si chiede di tutto anche per fini meramente contrattuali.

Più in generale è palese l'insoddisfazione dei cittadini che nella maggioranza dei casi sono disorientati, confusi e incapaci di gestire gli innumerevoli contatti commerciali non desiderati ovvero di comprendere il valore soggettivo ed economico del consenso privacy facoltativo all'atto del conferimento.

E' di tutta evidenza la necessità di fornire al cittadino strumenti immediati per il controllo dei propri dati e l'esercizio dei diritti e per eliminare le storture e gli abusi

del mercato che in questi 20 anni ha raccolto dati spesso in violazione della legge e li ha utilizzati in maniera illegale e vessatoria.

La presente proposta di legge si propone due innovazioni alla normativa vigente:

- 1) In primis si introduce l'obbligo per tutti i soggetti commerciali che hanno raccolto (o che raccoglieranno) dati personali per finalità commerciali di trasmettere periodicamente (ogni 12 mesi) una comunicazione all'interessato dove sono riepilogati i dati oggetto di trattamento e le finalità del medesimo. A questo obbligo viene abbinato un effetto legale semplice e immediato: l'impresa che non adempie all'obbligo (a tal fine dovendo conservare prova di invio della comunicazione) perderebbe automaticamente il diritto al trattamento dei dati (revoca tacita). Questo consentirebbe alle imprese che detengono dati che non utilizzano o il cui trattamento è di scarso valore commerciale, di rinunciare al trattamento tacitamente. Dall'altro lato i cittadini avrebbero certezza e prova legale, spendibile in giudizio, dei trattamenti legittimi in corso di svolgimento ovvero di eventuali trattamenti svolti illegittimamente. Tutto questo andrebbe a colpire il fenomeno della cessione di dati illegittimamente raccolti sul mercato, che di fatto vanifica e svisciva le condotte virtuose di cittadini e imprese che si sforzano di operare con gli strumenti di legge.
- 2) In secundis, si propone di ampliare le funzionalità del registro delle opposizioni inserendo la possibilità per gli utenti (già opportunamente identificati) di visualizzare tutti i trattamenti a fini commerciali in essere e contestualmente esercitare la revoca del consenso. Questa opzione agevolerebbe l'esercizio dei diritti correnti e avrebbe evidenti vantaggi in termini di immediatezza. Lo Stato Italiano già vanta esperienze simili, si pensi al cosiddetto "spesometro" ossia la comunicazione polivalente ai fini Iva disposta ai sensi dell'art. 21 del d.l. 78/2010, con la quale l'Agenzia delle Entrate riceve da parte di tutti i soggetti iva del paese elenco clienti e fornitori. Nel caso di specie i soggetti iva dovrebbero comunicare l'elenco dei codici fiscali – cliente con riguardo a cui abbia posto in essere trattamento dei dati a fini commerciali con o senza comunicazione di dati a terzi. Questa norma potrebbe comportare dei costi amministrativi per le imprese e per questo motivo si introduce la possibilità per i soggetti interessati di scegliere se avvalersi di questo strumento ovvero della comunicazione di cui al punto precedente. In linea con le disposizioni previste dall'art. 30 del nuovo regolamento europeo, n. 2016/679, sono comunque obbligati a conferire le informazioni richieste da questa disposizione tutte le imprese che abbiano più di 249 dipendenti.

PROPOSTA DI LEGGE

ART. 1 (Finalità)

1. La presente legge è volta a ripristinare il diritto dei cittadini al corretto trattamento dei propri dati personali nel contesto dei trattamenti svolti per finalità commerciali.

2. La normativa intende contrastare il fenomeno dell'utilizzo illegittimo dei dati personali e altresì agevolare la leale e legittima concorrenza tra imprese, considerato il vantaggio che possa derivare loro dalla raccolta e utilizzo di dati personali in maniera conforme alla normativa vigente.

ART. 2 (Comunicazione obbligatoria)

Al decreto legislativo n. 196 del 30 giugno 2003, articolo 7. sono aggiunti i seguenti commi:

“Entro il 31 marzo di ogni anno, i soggetti titolari di trattamenti dei dati ai fini commerciali di cui al quarto comma lettera b) del presente articolo sono tenuti ad inviare apposita comunicazione all'interessato, nella quale siano indicati per esteso il riepilogo dei dati personali oggetto di trattamento e le finalità del medesimo.

In caso di mancato adempimento dell'obbligo di cui al comma precedente, il trattamento, con specifico riferimento ai fini commerciali di cui al quarto comma lettera b) del presente articolo, deve essere contestualmente cessato in conformità con le disposizioni della presente legge. Per dimostrare l'adempimento dell'obbligo di cui al comma precedente, il titolare del trattamento dei dati deve conservare prova di invio della comunicazione.”

ART. 3 (Ampliamento dell'operatività del Registro delle Opposizioni)

1. Nel registro 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, sono inseriti i seguenti commi:

“3-quinquies. Presso il registro di cui all'art. 3 bis vengono rese disponibili al cittadino, in via telematica e previa identificazione dell'utente interessato, funzionalità di visualizzazione dati e opzione di revoca del consenso prestato con riferimento ai singoli trattamenti i cui dati personali siano stati raccolti per le finalità di cui all'articolo 7, quarto comma lettera b) e comunicati al predetto registro in conformità alle disposizioni seguenti.

3-sexies. Le funzionalità di cui al comma precedente sono rese disponibili previa comunicazione telematica al registro, da parte dei titolari dei trattamenti di dati personali detenuti per le finalità di cui all'articolo 7, quarto comma lettera b), di documento informatico contenente riepilogo dei dati personali oggetto di trattamento e indicazione delle finalità del medesimo. Sono tenuti alla trasmissione dei dati e delle informazioni tutte le imprese che abbiano almeno 250 dipendenti; la trasmissione dei dati è facoltativa per tutte le altre imprese e, tuttavia, i titolari di trattamento che trasmettano i dati e le informazioni di cui al presente comma sono esonerati dall'obbligo previsto dall'art. 7 commi quinto e sesto della presente legge.

3-septies. Le funzionalità previste dal comma 3-quinquies del presente articolo, sono implementate con il decreto del Presidente della Repubblica previsto dall'art. 3-ter del presente articolo.

3-octies. L'obbligo di trasmissione dei dati e delle informazioni di cui al comma 3-sexies comprende tutti i trattamenti di cui all'articolo 7, quarto comma lettera b) in essere e successivi rispetto alla data di approvazione della presente legge e si estende a tutte le variazioni dei dati e delle informazioni oggetto di comunicazione, che dovranno essere inviate al registro entro 15 giorni dalla variazione stessa. Le opzioni di revoca di cui al comma 3-quinquies devono essere rese operative dal titolare del trattamento entro 15 giorni dal ricevimento della comunicazione telematica inviata dal registro.

3-novies. Le informazioni e i dati contenuti nel registro, in ragione delle funzionalità previste dal comma 3-quinquies, fanno piena prova in giudizio a favore dell'interessato al trattamento dei dati, in caso di contenzioso con l'operatore commerciale."

2. Entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge viene adottato un nuovo decreto del Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 130, comma 3-ter del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196 al fine di dare attuazione alle disposizioni del presente articolo.

ART. 4 (Sanzioni)

1. L'art. 162 comma 2-quater del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, è sostituito dal seguente:

"La violazione del diritto di opposizione nelle forme previste dall'articolo 130, comma 3- bis e dal relativo regolamento, nonché la violazione degli obblighi di cui agli articoli 7 penultimo comma e 130 comma 3-quinquies e relativo regolamento, sono sanzionati ai sensi del comma 2-bis del presente articolo".

ART. 5 (Informazione ai cittadini)

1. Entro tre mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, il Ministero per lo sviluppo economico, previo coinvolgimento dell'Autorità Garante per la protezione dei dati personali e delle associazioni dei consumatori regolarmente iscritte al CNCU alla data del 31.12.2015, organizza una campagna informativa su tutto il territorio nazionale volta ad informare i cittadini sulle innovazioni di cui alla presente legge e più in generale sull'esercizio dei diritti di verifica e controllo della circolazione dei dati personali.