

Spam telefonico: basta disturbare gli utenti

Spam telefonico: basta disturbare gli utenti - Newsletter - N. 301 del 12 febbraio 2008 del garante della privacy

Spam telefonico: basta disturbare gli utenti - Newsletter - N. 301 del 12 febbraio 2008 del garante della privacy

Un gestore continuava ad inviare sms e mms pubblicitari anche dopo la revoca del consenso. Non ne potevano più dei continui sms e mms pubblicitari che ricevevano anche dopo aver detto e scritto per mesi alla loro società telefonica di cessare quegli invii che per loro erano solo fonte di disturbo ed aver espressamente revocato il consenso all'uso dei propri dati. Stanchi della pubblicità e di inutili rassicurazioni, due clienti hanno segnalato la vicenda al Garante privacy, il quale al termine di accertamenti, condotti anche presso la società, ha vietato ad H3g l'uso dei dati personali di tutti gli abbonati ad un determinato servizio telefonico perché trattati in modo illecito. L'Autorità ha [prescritto](#) al gestore l'adozione di misure organizzative e tecniche tali da assicurare a coloro che revocano il consenso di non ricevere più messaggi pubblicitari. Per il servizio in questione, la società non aveva tenuto conto delle istanze di revoca del consenso dei propri clienti e continuava ad inviare sms e mms pubblicitari incorrendo così in un sistematico trattamento illecito di dati nei confronti di una molteplicità di abbonati. La normativa stabilisce invece che si possano inviare lecitamente messaggi pubblicitari (sms, mms, e-mail) solo dopo aver acquisito il consenso informato degli interessati; prescrive inoltre che i dati devono essere esatti e, se necessario, aggiornati. Dagli accertamenti era emerso invece che i dati personali di coloro che stipulavano un contratto telefonico con la società - ed avevano inizialmente manifestato il loro consenso a ricevere pubblicità - confluivano in una banca dati che proprio riguardo al consenso non veniva mai di fatto aggiornata. Le istanze di revoca, successive alla stipula del contratto, volte a far cessare gli invii pubblicitari rimanevano infatti inascoltate e inutilizzate per aggiornare gli archivi. Oltre al provvedimento di divieto relativo all'uso dei dati personali, il Garante ha prescritto alla società una serie di misure organizzative e tecniche che dovranno essere adottate entro la fine di febbraio. "Il consenso per questi messaggi pubblicitari o promozionali deve essere sempre informato, specifico e preventivo – afferma Giuseppe Fortunato, relatore del provvedimento – altrimenti l'attività è illecita. Anche quando il consenso è dato può comunque essere sempre liberamente revocato. Il [provvedimento](#) di divieto del Garante è, peraltro, accompagnato dall'espressa avvertenza che l'inosservanza è punita con la reclusione da tre mesi a due anni. Un messaggio ai disturbatori: non disturbateci con i messaggi".