

PRIVACY/Il Garante ha sanzionato una società del settore energia, form e moduli da rifare

DS6901

DS6901

Marketing, consensi omnibus ko

L'interessato deve poter scegliere i settori economici graditi

Il nuovo sistema di fatturazione elettronica per i professionisti sanitari, a regime dal 1° gennaio 2026, è in linea con la normativa sulla privacy

DI ANTONIO CICCIA MESSINA

Al bando i consensi omnibus al marketing. Da controllare e rifare form e moduli: viola, infatti, la privacy la richiesta di consentire alla cessione di dati a terzi per fini di marketing se l'interessato non può scegliere il settore economico gradito. Il "prendere o lasciare" in blocco coarta la volontà e invalida il consenso. Così ha deciso il Garante della privacy con l'ingiunzione n. 114 del 27/2/2025, con la quale ha irrogato una sanzione di 300 mila euro a una società del settore energia. Quest'ultima ha utilizzato modelli di richiesta del consenso "marketing", in cui erano tenuti distinte tre finalità: marketing proprio, marketing profilato e cessione a terzi per fini promozionali. Ma ciò non è stato sufficiente. La formula della richiesta di consenso per marketing di terzi deve essere a sua volta "granulare" per settori commerciali e deve anche consentire di selezionare tra diversi mezzi di comunicazione. Al contrario, nella vicenda trattata dall'ingiunzione in esame, il Garante ha accertato che la richiesta di consenso comprendeva in unico blocco, tra gli altri, i settori del turismo, arredamento, High Tech, automobili, moda, banche, partiti politici, associazioni religiose, ecc. e che venivano indicati come mezzi di comunicazione, in un pacchetto unitario, il telefono con e senza operatore, la posta cartacea, e-mail, sms, fax, mms, messaggi su social network, whatsapp, messenger, app messaggistica istantanea online, notifiche push web

e mobile. Una impostazione di questo tipo comporta che l'interessato intenzionato a ricevere le offerte relative a uno o più delle categorie merceologiche o tramite uno soltanto dei canali di comunicazione è, di fatto, costretto a rilasciare un consenso unitario alla cessione indiscriminata dei propri dati a tutti, indistintamente, i soggetti terzi destinatari a scopi promozionali e non può esercitare una libera scelta. Per essere in regola con la privacy, bisogna dare all'interessato la possibilità di acconsentire separatamente a specifiche macrocategorie merceologiche o categorie di destinatari o tipi di comunicazione. Questo, peraltro, significa cambiare form e moduli e rendere più onerosa la gestione dei consensi e, quindi, ha un costo per le imprese. D'altra parte, se non rispettano queste prescrizioni, il consenso al trattamento dei dati è invalido le imprese rischiano senz'altro le pesanti sanzioni previste dal Gdpr (regolamento UE n. 2016/679). Inoltre, il consenso inefficace, secondo il Garante, produce due ulteriori conseguenze negative. La prima è che il consenso invalido non supera l'opposizione espressa tramite iscrizione dell'utenza al registro delle opposizioni per il telemarketing. La seconda conseguenza negativa, secondo il Garante, consiste nell'irricevibilità per le imprese di contratti generati da contatti illeciti per consenso marketing invalido e cioè si azzerà il contratto stesso. Peraltro, quest'ultimo orientamen-

to è opinabile, perché un contraente potrebbe civilisticamente voler mantenere il rapporto contrattuale anche se è stato inizialmente contattato in maniera illecita sotto un profilo "privacy". Si ritiene, invece, che in questi casi occorra distinguere il consenso contrattuale dal consenso "privacy" e far saltare il contratto (per invalido contatto iniziale) solo se lo chiede l'interessato.

E-fattura sanitari. Il nuovo sistema di fatturazione elettronica per i professionisti sanitari, a regime dal 1° gennaio 2026, è in linea con la normativa sulla privacy. Il Garante ha tranquillizzato alcuni operatori che hanno chiesto lumi: l'Agenzia delle entrate potrà acquisire i soli dati effettivamente indispensabili ai fini fiscali, con esclusione dei dati relativi alla salute degli interessati (descrizione della prestazione e codice fiscale dell'assistito).

Medici politici. I dati dei pazienti non possono essere usati dai medici per propaganda elettorale senza uno specifico consenso. In base a questo principio, il garante (con le ingiunzioni n. 81 e 82 del 13/2/2025) ha irrogato 10 mila euro di sanzione ciascuno rispettivamente a un oncologo, che ha mandato lettere di propaganda elettorale a 50 pazienti e a un medico di famiglia, che ha mandato una e-mail del medesimo tenore a 500 pazienti con gli indirizzi tutti in chiaro.

© Riproduzione riservata

