

24 marzo 2023 12:56

ITALIA: Telemarketing: il Garante privacy approva il Codice di condotta

Il Garante per la protezione dei dati personali ha approvato il [Codice di condotta per le attività di telemarketing e teleselling](#) promosso da associazioni di committenti, call center, teleseller, list provider e associazioni di consumatori. Il Codice acquisterà efficacia una volta conclusa la fase di accreditamento dell'Organismo di monitoraggio (Odm) e la successiva pubblicazione in Gazzetta Ufficiale. L'Odm è un organismo indipendente chiamato a verificare l'osservanza del Codice di condotta da parte degli aderenti e a gestire la risoluzione dei reclami.

Per assicurare il rispetto della normativa privacy "dal contatto al contratto" le società che aderiranno al Codice, si impegneranno ad adottare misure specifiche per garantire la correttezza e la legittimità dei trattamenti di dati svolti lungo tutta la "filiera" del telemarketing. Dovranno raccogliere consensi specifici per le singole finalità (marketing, profilazione, ecc.), informare in maniera precisa le persone contattate sulle finalità per le quali vengono usati i loro dati, assicurando il pieno esercizio dei diritti previsti dalla normativa privacy (opposizione al trattamento, rettifica o aggiornamento dei dati).

Introdotte inoltre regole per contrastare il fenomeno del "sottobosco" dei call-center abusivi. Il Codice di condotta stabilisce infatti che nei contratti stipulati dall'operatore con l'affidatario del servizio dovrà essere prevista una penale o la mancata corresponsione della provvigione per ogni vendita di servizi realizzata a seguito di contatto promozionale senza consenso.

Le società saranno tenute ad effettuare una valutazione di impatto nel caso svolgessero trattamenti automatizzati, compresa la profilazione, che comportano un'analisi sistematica e globale di informazioni personali.

L'adozione del Codice di condotta da parte del Garante rappresenta un importante tassello nella lotta al telemarketing selvaggio considerata l'ampia adesione dimostrata dai principali operatori del settore che può facilitare la diffusione nel mercato di principi e misure a tutela dei consumatori.

Principi e tutele che da anni l'Autorità sta veicolando attraverso numerose e consolidate pronunce e una costante attività sanzionatoria.

CHI PAGA ADUC

l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)

La sua forza economica sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile

DONA ORA (<http://www.aduc.it/info/sostienici.php>)