

**NORME PER LA REGOLAMENTAZIONE DEL TRATTAMENTO DEI DATI ESTRATTI DAGLI ELENCHI DI
ABBONATI PER FINI DI INVIO DI MATERIALE PUBBLICITARIO O DI VENDITA DIRETTA O PER IL
COMPIMENTO DI RICERCHE DI MERCATO O DI COMUNICAZIONE COMMERCIALE, MEDIANTE
L'IMPIEGO DEL TELEFONO.**

Preambolo

L'art. 20 bis della legge n.166/2009, inserito in fase di conversione del D.L. 135/2009, ha recato importanti modificazioni al regime di gestione degli elenchi abbonati su cui è possibile esercitare attività di telemarketing/teleselling.

Il legislatore ha privilegiato il sistema dell'*opt-out* - che consente di contattare telefonicamente un individuo a fini promo-pubblicitari fino a quando quest'ultimo non abbia manifestato il proprio dissenso tramite l'iscrizione nell'istituendo "registro pubblico delle opposizioni". Viene, quindi, modificato in modo radicale il precedente impianto normativo che imponeva l'adozione dell'*opt-in* che, al contrario, non ammette il contatto telefonico nei confronti di quanti non hanno preventivamente fornito il proprio consenso.

In virtù di tale modifica, quindi, possono essere utilizzati per attività relative a pubblicità, vendita, ricerche di mercato, comunicazioni commerciali tramite chiamata telefonica tutti i riferimenti presenti negli elenchi abbonati pubblici, tranne quelli per i quali gli abbonati richiedano l'iscrizione in un apposito "registro delle opposizioni".

Il "registro delle opposizioni" è stato istituito con Decreto del Presidente della Repubblica n. 178 del 7 settembre 2010, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale del 2 novembre 2010.

In questo contesto, è interesse degli aderenti al presente codice di condotta (il "Codice di Condotta") condurre le proprie attività in maniera trasparente, in un quadro di garanzie chiare, efficaci e facilmente comprensibili da parte di ognuno, tutelando i diritti (in particolare del diritto alla riservatezza e del diritto all'identità personale), le libertà fondamentali e la dignità delle persone interessate, nel rispetto del principio di bilanciamento di interessi.

Gli aderenti al Codice svolgono le proprie attività di direct marketing, di vendita a distanza e di vendita diretta - offrendo prodotti e servizi attraverso tutti i canali di comunicazione (inclusi i canali alternativi a quelli tradizionali) e favorendo l'accesso a tali offerte da parte di tutti i soggetti a cui è diretta la comunicazione - nella convinzione che esse sono:

- espressione del diritto di libera iniziativa economica;

- attività lecite;
- ispirate a finalità socialmente positive.

Le società, per implementare i servizi di contatto, possono decidere di organizzare proprie strutture interne oppure di ricorrere a servizi di società specializzate esterne, a seconda di loro specifiche valutazioni.

Le società, in un contesto di mercato dinamico, utilizzano con sempre maggiore frequenza i *call center*, divenuti oramai mezzi insostituibili per instaurare, sviluppare e curare i rapporti commerciali con il cliente.

L'impegno delle società che aderiscono al presente Codice di Condotta e che gestiscono *call center* è quello di garantire – anche attraverso meccanismi di monitoraggio e valutazione – servizi di qualità, attraverso gli strumenti concordati nell'ambito del presente Codice di Condotta.

Le società aderenti si impegnano, dunque, ad assicurare il rispetto di quanto stabilito nel presente Codice di Condotta.

Art.1

Definizioni

a) «**Codice**», il Codice in materia di protezione dei dati personali approvato con decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196 e successive modificazioni;

b) «**Codice del Consumo**», il Codice in materia di tutela dei consumatori approvato con decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni;

b) «**Abbonato**», qualunque persona fisica, persona giuridica, ente o associazione parte di un contratto con un fornitore di servizi telefonici accessibili al pubblico per la fornitura di tali servizi, o destinatario di tali servizi anche tramite schede prepagate, la cui numerazione sia comunque inserita negli elenchi di cui all'articolo 129 del Codice;

c) «**Aderente**», qualunque Operatore e Soggetto Terzo che aderisce al presente Codice di Condotta;

d) «**Operatore**», qualunque soggetto, persona fisica o giuridica, che, in qualità di titolare ai sensi dell'articolo 4, comma 1, lett. f) del Codice, intenda effettuare il trattamento dei dati di cui all'articolo 129, comma 1 del Codice per fini di invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta

o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale, mediante l'impiego del telefono;

e) «**Registro**», il registro pubblico delle opposizioni di cui all'articolo 130, comma 3-*bis* del Codice;

f) «**Elenchi di abbonati**», gli elenchi di cui all'art. 129 del Codice;

g) «**Soggetto terzo**», qualunque soggetto, persona fisica o giuridica, ivi inclusi i Call Center, che in proprio o per conto dell'operatore, intenda effettuare il trattamento dei dati di cui all'articolo 129, comma 1 del Codice per fini di invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale, mediante l'impiego del telefono;

h) «**Call Center**», la struttura organizzativa che fornisce il servizio di contatto con l'Abbonato per fini di invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale, gestendo ed organizzando, mediante l'adozione di idonee procedure, un insieme di risorse umane e di infrastrutture specializzate che consentono comunicazioni telefoniche con gli Abbonati, per le su elencate finalità.

i) «**Comitato di garanzia**», organo costituito dagli aderenti al presente Codice di Condotta, con il compito di:

- (i) vigilare sull'osservanza e corretta esecuzione del Codice di Condotta medesimo;
- (ii) coordinare le attività di aggiornamento e di revisione che si rendessero necessarie anche in base all'evoluzione regolamentare o tecnologica;
- (iii) svolgere funzioni consultive ed interpretative delle disposizioni del presente codice di condotta.

Art. 2

Ambito di applicazione

1. Le presenti norme disciplinano l'uso del telefono per stabilire, con chiamate vocali effettuate con addetti, un contatto, anche non sollecitato, con l'Abbonato destinatario della comunicazione per fini

di invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale.

2. Tali norme si applicano tanto agli Operatori che svolgono direttamente le attività descritte nei commi 1 e 2 del presente articolo, quanto ai Soggetti terzi che realizzano i contatti telefonici per conto di Operatori .

Art. 3

Regolamentazione del contatto telefonico

1. Nello svolgimento delle attività di contatto telefonico regolate dalle presenti norme, ogni Aderente è autorizzato ad effettuare il contatto telefonico senza necessità del consenso preventivo da parte dell'Abbonato destinatario della comunicazione purché le numerazioni di cui quest'ultimo sia intestatario siano presenti negli Elenchi Abbonati e non siano iscritte nel Registro.

A tal fine, l'Aderente deve, preventivamente al contatto telefonico e nel rispetto di un intervallo non superiore a 15 giorni dall'ultima consultazione del Registro, verificare se sia consentito il contatto telefonico nei confronti delle numerazioni che intende contattare.

2. Anche in assenza di specifica richiesta da parte dell'Abbonato contattato, gli Aderenti, al momento del contatto telefonico, indicano con precisione all'Abbonato che i suoi dati personali sono stati estratti dagli Elenchi Abbonati, fornendo altresì le indicazioni utili all'eventuale iscrizione nel Registro .

3. Gli Aderenti che effettuano le attività di contatto telefonico nei confronti degli Abbonati, sono tenuti a garantire la presentazione della identificazione della linea chiamante e a non modificarla.

4. Le disposizioni di cui al presente Codice di Condotta non si applicano in caso di utilizzo di strumenti di comunicazione automatizzata che non si basano sulla presenza di personale addetto al contatto telefonico per la gestione diretta della chiamata con l'Abbonato. In tal caso il contatto è consentito solo se l'Abbonato destinatario della comunicazione ha espresso preventivamente il suo consenso a ricevere questo genere di comunicazioni.

Art. 4

Regole per il contatto

1. Ogni Aderente che effettua attività di contatto telefonico per fini di invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale, è tenuto ad avvalersi del Registro nei termini e alle condizioni di cui al D.P.R. n. 178 del 7 settembre 2010.

2. Gli Aderenti hanno l'obbligo di fornire all'Abbonato al momento del contatto telefonico – anche in assenza di una specifica richiesta – un'informativa contenente:
 - a) gli elementi di identificazione univoca della persona fisica che effettua il contatto e dell'Operatore per conto del quale il contatto avviene;
 - b) l'indicazione dello scopo commerciale o promozionale del contatto;
 - c) l'indicazione del ruolo della società che chiama (titolare o responsabile);
 - d) l'indicazione che i dati personali sono stati estratti dagli Elenchi Abbonati;
 - e) le indicazioni utili all'eventuale iscrizione delle numerazioni di cui è intestatario nel Registro, ai sensi dell'art 7 del D.P.R. n. 178 del 7 settembre 2010.

3. L'iscrizione nel Registro di una numerazione della quale l'Abbonato è intestatario, non osta al trattamento di detta numerazione per fini di invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale da parte dei singoli soggetti che abbiano raccolto o raccolgano tali dati da fonti diverse dagli Elenchi Abbonati, purché ciò avvenga nel rispetto degli artt. 7, comma 4, lett. b), 13, 23 e 24 del Codice.

Art. 5

Codice Etico per chiamate Outbound

1. Le associazioni o le organizzazioni imprenditoriali e professionali dei soggetti che svolgono le attività descritte dall'articolo 2 adottano il presente Codice di Condotta che definisce il comportamento dei soggetti che vi aderiscono, con l'indicazione dell'organismo incaricato del controllo della sua applicazione.

2. Come indicato anche all'art.11 del D.P.R. n. 178 del 7 settembre 2010, gli Aderenti che svolgono le attività previste dall'articolo 2 informano con le modalità ritenute più opportune gli Abbonati dell'esistenza del presente Codice di condotta, dei suoi contenuti e dell'adesione allo stesso.

3. Gli Aderenti pubblicano sui propri siti web una informativa contenente le indicazioni utili a coloro che desiderino iscriversi nel Registro e che rammenti la possibilità, e le relative modalità, di esercitare il diritto di revoca/variazione del consenso eventualmente prestato all' Operatore ad essere contattati telefonicamente per finalità promozionali e commerciali.

4. Gli Aderenti devono adottare le seguenti regole:

- (i) Assicurare che i contatti non vengano effettuati: dal lunedì al venerdì prima delle 9:00 del mattino o dopo le 21:30 di sera; il sabato prima delle 10:00 del mattino o dopo le 19:00; la domenica o altri giorni festivi.
- (ii) Assicurare che ciascuna numerazione non sia inserita nelle liste di contattabilità utilizzate dall'Operatore più di una volta al mese.
- (iii) Fornire in modo inequivocabile l'identificativo della persona fisica che effettua il contatto, il nominativo dell'Operatore per conto della quale è effettuato il contatto e l'indicazione che i dati sono estratti dagli Elenchi Abbonati .
- (iv) Definire chiaramente lo scopo del contatto se promozionale, commerciale, informativo.
- (v) Adottare gentilezza e cortesia per tutta la durata del contatto senza insistere per la prosecuzione della conversazione nel caso l'Abbonato esprima, a qualunque titolo, una volontà contraria e limitare le chiamate ripetute nei confronti delle singole numerazioni di cui è intestatario l'Abbonato in un lasso temporale circoscritto secondo diligenza e buona fede.
- (vi) Utilizzare un linguaggio chiaro e comprensibile, eventualmente ripetendo le informazioni date se necessario ed evitando l'uso di sigle o acronimi di non immediata comprensibilità.
- (vii) Fornire ad ogni contatto un'informativa esaustiva di tutte le caratteristiche del servizio/prodotto proposto.

- (viii) Fornire chiara informazione sullo scopo di una eventuale registrazione a fini contrattuali e acquisire il consenso dell'Abbonato.
 - (ix) Fornire chiare informazioni sulle modalità di esercizio dei diritti di cui all'art. 7 del Codice.
 - (x) Fornire all'Abbonato, all'atto del contatto, informazioni chiare sulle modalità per iscriverne nel Registro le numerazioni telefoniche delle quali è intestatario
 - (xi) Rispettare i principi di buona fede e di lealtà nonché le discipline positive in materia di transazioni commerciali, valutati in ogni caso alla stregua delle esigenze di protezione delle categorie di consumatori particolarmente vulnerabili.
5. Si applicano in ogni caso le previsioni contenute negli articoli 27 bis e 27 ter del Codice del Consumo.

Articolo 6

Requisiti e modalità di adesione e di recesso

1. Tutti gli Operatori e Soggetti terzi che intendono aderire al Codice devono trattare i dati di cui all'articolo 129, comma 1 del Codice per fini di invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale, mediante l'impiego del telefono.
2. Per quanto concerne gli operatori di comunicazione elettronica, il requisito per poter aderire al presente Codice è l'iscrizione al ROC (Registro degli Operatori di Comunicazione, istituito dalla legge n. 249, del 31 luglio 1997) e il possesso di idoneo titolo abilitativo per la fornitura di servizi di comunicazione elettronica, ai sensi dell'art. 25 del vigente Codice delle comunicazioni elettroniche (D.Lgs. 259/03).
3. Per quanto concerne i Soggetti terzi (inclusi i Call Center che lavorano in outsourcing per conto degli Operatori) o, occorrono i seguenti requisiti:
 - (i) essere in possesso di tutte le necessarie licenze/autorizzazioni per lo svolgimento delle attività;

- (ii) sicurezza degli accessi fisici alle sedi e degli accessi logici ai sistemi/dati nel rispetto delle vigenti disposizioni di legge;
- (iii) impegno a svolgere l'attività nel rispetto dei principi etici di condotta e di comportamento dichiarati dall'Operatore.

4. L'adesione al, o il recesso dal, presente Codice di Condotta avviene tramite firma di un rappresentante legale, previa informativa a tutti gli aderenti.

Articolo 7

Comitato di garanzia

1. Gli Aderenti costituiscono entro 15 giorni dalla adozione del presente Codice di Condotta un Comitato di garanzia che ha il compito di curare il rispetto del Codice di Condotta e di verificarne il rispetto da parte delle società aderenti e ne coordina le attività di aggiornamento e di revisione che si rendessero necessarie anche in base all'evoluzione regolamentare o tecnologica.

2. Il Comitato è formato da 15 membri, di cui 8 costituiti dagli Operatori firmatari iniziali del Codice ("**Membri Permanenti**") e 7 designati di comune accordo dagli Operatori e/o i Soggetti Terzi successivamente aderenti ("**Membri Non Permanenti**"). Ciascun Membro Non Permanente dura in carica tre anni e non è eleggibile per due mandati consecutivi se rappresentante del medesimo Operatore o Soggetto Terzo.

3. Il ruolo di Presidente è svolto da uno dei membri del Comitato, designato di comune accordo dai membri stessi. Il Presidente dura in carica un anno ed ha il compito di assicurare il buon andamento dei lavori del Comitato. A tal fine, il Presidente:

- procede alle convocazioni del Comitato, rendendo noto in tale sede l'ordine del giorno;
- rappresenta il Comitato nei rapporti con le autorità pubbliche e col gestore del registro delle opposizioni.

4. In caso di mancato rispetto del presente Codice di Condotta, il Comitato adotta misure graduali e proporzionali nei confronti dell'Aderente interessato, previo adeguato contraddittorio. Tali misure prevedono, per i casi di violazioni gravi e reiterate, l'esclusione dall'Aderente dal Codice di Condotta.

5. Il Comitato adotta le proprie decisioni con il voto favorevole di almeno 10 Membri. Per i casi di cui al precedente punto, ove uno dei membri del Comitato sia un rappresentante dell'Aderente interessato, questi si astiene dalla votazione senza che tale astensione pregiudichi il raggiungimento del consenso.

6. Il Comitato adotta all'unanimità il proprio regolamento interno entro 90 giorni dalla data di entrata in vigore del presente Codice di Condotta.

7. Le revisioni del presente Codice di Condotta devono essere approvate da tutti i Membri Permanenti e dalla maggioranza degli Aderenti.

Articolo 8

Flussi informativi

1. Gli Aderenti forniscono tempestivamente al Comitato di garanzia i documenti, le informazioni e/o chiarimenti richiesti in relazione all'attuazione degli impegni assunti con il presente Codice di Condotta ed alle attività di vigilanza in capo al Comitato medesimo, ai sensi dell'art. 7.

2. Gli Aderenti adempiono al predetto obbligo informativo con la massima diligenza, correttezza e trasparenza, in uno spirito di leale collaborazione.

Le richieste del Comitato di Garanzia devono indicare:

- a) le informazioni, i chiarimenti ed i documenti richiesti;
- b) lo scopo della richiesta;
- c) le modalità ed i termini per fornire le informazioni, i chiarimenti ed i documenti richiesti. I termini previsti devono essere congrui in relazione alla natura, quantità e qualità delle informazioni richieste. Dietro richiesta motivata dell'aderente o nei casi di necessità ed urgenza, il Comitato di garanzia può accordare proroghe del termine indicato nella richiesta.

3. Il Comitato di garanzia può chiedere a terzi informazioni e chiarimenti necessari allo svolgimento delle proprie funzioni.

4. Il Comitato di garanzia può, altresì, comunicare alle Autorità competenti, dietro specifica richiesta, dati, documenti e notizie acquisiti nello svolgimento dei propri compiti, dandone comunicazione agli aderenti nel rispetto delle norme di legge vigenti.

Articolo 9

Trattamento dei dati personali ai sensi del D.Lgs. 196/03

1. Nell'ambito delle proprie funzioni, il Comitato di garanzia si impegna a trattare i dati personali nel rispetto delle disposizioni del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196, recante il "Codice in materia di protezione dei dati personali".

Articolo 10

Durata

1. Il Codice ha durata triennale dalla data di sottoscrizione e potrà essere rinnovato per uguali periodi previa formale manifestazione di interesse degli Aderenti.