

Comunicato stampa Garante per la protezione dei dati personali 1 dicembre 2005

Il consenso all'uso dei dati a fini di marketing deve essere libero

Accertate dal Garante irregolarità nei servizi telepass on line della Società Autostrade

Maggiori garanzie e il diritto di non ricevere e-mail pubblicitarie non richieste per le migliaia di abbonati a Telepass che usufruiscono di servizi on line. La Società Autostrade per l'Italia (Aspi), che fornisce il servizio Telepass, dovrà rivedere contratti e modulistica compilati dagli utenti al momento della registrazione e potrà utilizzare i dati personali raccolti finora, solo per la fornitura dei servizi. Si sono così conclusi gli accertamenti avviati dal Garante, anche a seguito di segnalazioni di utenti, su alcuni servizi on line offerti da Autostrade per l'Italia.

Tramite il sito www.telepass.it, gli abbonati possono, previa registrazione e attribuzione di una password, aggiornare i propri dati personali, consultare lo stato dei rapporti contrattuali, variare l'associazione tra Telepass e veicolo o aderire al servizio di recapito elettronico delle fatture Telepass.

Al termine delle verifiche il Garante, accertati alcuni profili di violazione della disciplina sulla protezione dei dati, ha prescritto alla società misure per conformarsi alla normativa. Non è risultata innanzitutto in linea con il Codice della protezione dei dati la scelta di Autostrade di raccogliere il consenso del cliente per finalità di marketing facendone menzione nelle condizioni generali di contratto. Con un'unica firma, infatti, chi sottoscriveva un contratto "autorizzava" anche l'invio di materiale pubblicitario sia da parte della stessa società, sia da parte di terzi. Un consenso manifestato in questo modo non è stato ritenuto valido dal Garante. I clienti devono essere messi, invece, in condizione di esprimere consapevolmente e liberamente le proprie scelte e poter autorizzare ogni singolo uso dei loro dati.

Rilievi del Garante anche per quanto riguarda l'uso delle e-mail degli abbonati per invio di materiale pubblicitario. Per quanto la legge consenta ad una società di utilizzare gli indirizzi e-mail senza consenso in caso di comunicazioni commerciali su servizi analoghi a quelli già forniti, è necessario però dare la possibilità ai clienti di opporsi a questi invii, al momento della raccolta dei dati o in occasione di successive comunicazioni. Questa possibilità non era, invece, prevista nella modulistica di Autostrade per l'Italia.

Entro dicembre la nuova modulistica dovrà essere sottoposta al Garante.

"Per dare il consenso occorre un "firma" specifica ed espressa di chi è messo nella condizione di piena consapevolezza - ha sottolineato Giuseppe Fortunato, componente del Garante e relatore del provvedimento. Il cliente deve sempre esprimere un consenso libero e informato. Non è consentito usare formule generiche e poco trasparenti sottoponendo ai cittadini moduli con richieste di consenso "omnibus" all'uso dei loro dati, valide cioè per una pluralità di scopi".