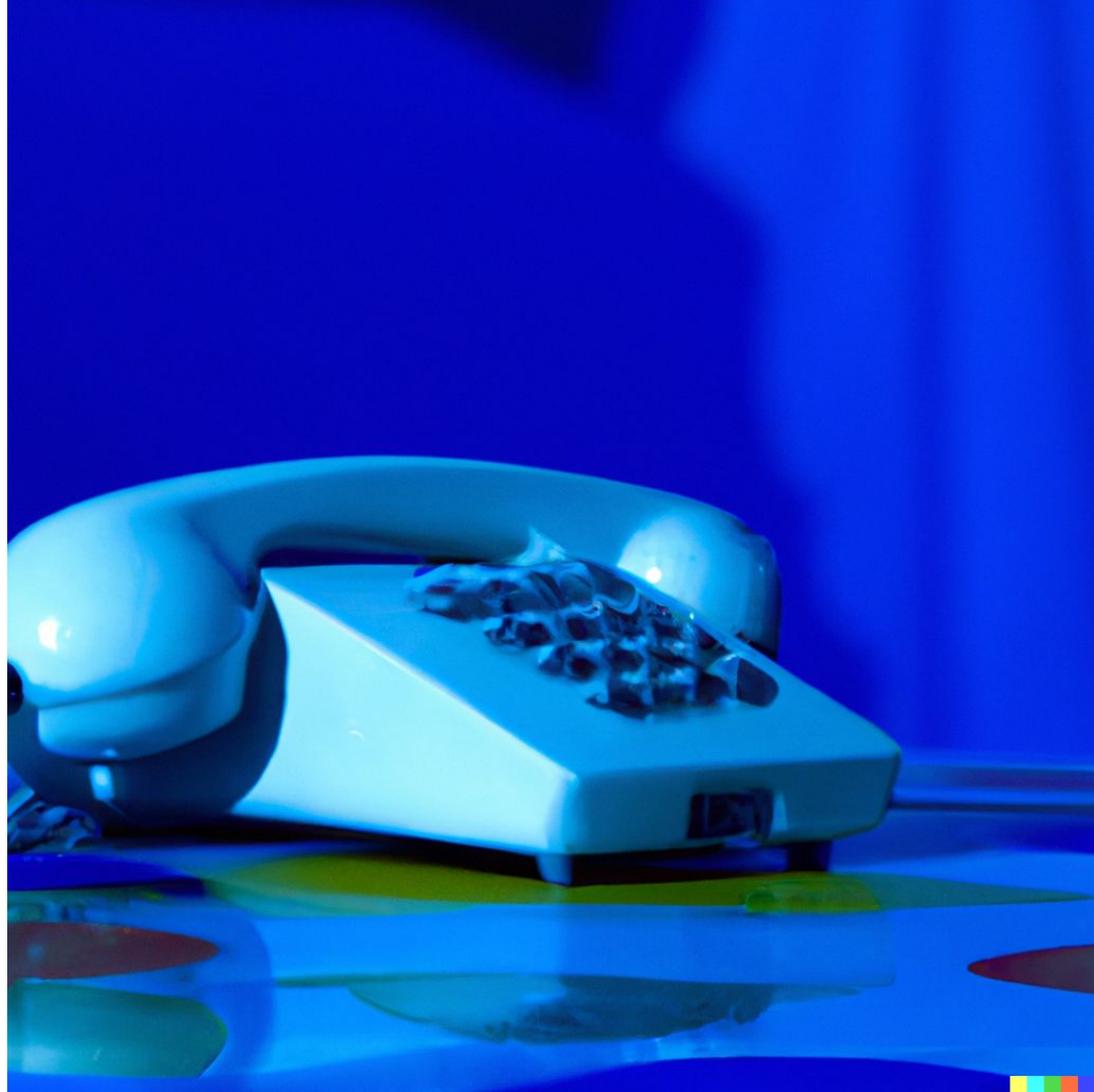


Il Codice di Condotta per le attività di Telemarketing



Per i soggetti aderenti: richiede il **raggiungimento di precisi livelli di compliance**.

Per gli operatori in generale: un **utile strumento** per comprendere le prescrizioni, che diventeranno un **parametro di riferimento per tutto il settore**.

Le sfide ai player del settore:

- dal consent management per la gestione della volontà dei clienti al monitoraggio delle procedure di pre qualifica degli operatori;
- dalle analisi dei profili contrattuali sottesi ai rapporti tra committenti e fornitori alla tracciabilità delle operazioni.



Indica **misure e modalità comuni, applicabili a tutti** coloro che svolgono attività di telemarketing per assicurare il rispetto dei principi ex art. 5 del Gdpr

Promuove, attraverso l'osservanza, maggior fiducia, garantendo trasparenza e tutela dei diritti degli interessati.

L'adesione è facoltativa ma è presumibile che il Codice diventerà il "**benchmark**" di valutazione.



Si applica solo al telemarketing e al teleselling, intesi come telefonate a persone fisiche, liberi professionisti e imprese individuali a sfondo commerciale.

Si riferisce al trattamento di dati effettuati da soggetti operanti in Italia o all'estero che promuovano prodotti e/o offrano beni e servizi tramite telefono a soggetti ubicati in Italia.

“Call-center/teleseller” e “Agenzie”:

operatori economici che, in qualità di Responsabili, **sviluppano contatti telefonici per finalità di promozione** della conclusione di contratti di vendita / locazione / abbonamento per servizi / prodotti o richiesta di incontri allo stesso fine.

Gli aderenti devono rispettare innanzitutto i **principi di cui all'art. 5 del Gdpr.**



Liceità



Proporzionalità



Correttezza



Trasparenza



Idonea informazione all'utenza



Corretta base giuridica



Garanzia per gli interessati sull'esercizio dei diritti di cui al GDPR



Privacy by design & by default



Principio di limitazione della conservazione



Principio di minimizzazione



Adeguate misure tecnico-organizzative applicate al trattamento



Effettuare un Data Protection Impact Assessment (**DPIA**: art. 35 Gdpr)

Minimizzazione:

- (i) raccogliere **solo i dati necessari** alla corretta esecuzione della comunicazione;
- (ii) conservare le informazioni per un tempo adeguato alla finalità;
- (iii) consentirne l'accesso a sole persone fisiche espressamente autorizzate;
- (iv) implementare **misure tecnico-organizzative** atte a impedire l'esfiltrazione di dati personali e l'accesso ad opera di soggetti non autorizzati o il cui mandato sia scaduto;
- (v) assicurare la rettifica dei dati inesatti raccolti e trattati (data quality);
- (vi) adottare procedure e misure tecniche per un **trasparente tracciamento dell'intera filiera** di contatto (es. conservazione e messa a disposizione degli script utilizzati);
- (vii) utilizzare soluzioni tecnologiche che consentano l'immediata identificabilità del numero chiamante per il cliente, impedendone, al contempo, la clonazione;
- (viii) nominare un DPO.



Scegliere i partner commerciali privilegiando gli aderenti al Codice di condotta;



Adottare e **richiedere ai fornitori procedure formali** per la gestione delle richieste di esercizio dei diritti degli interessati e per la gestione dei data breach;



Confrontare la propria black-list con le liste acquisite da list provider, verificando l'assenza di soggetti che abbiano già negato o revocato il proprio consenso;



Sottoporre le proprie liste alle verifiche presso il RPO, tenendo traccia degli esiti per almeno 3 mesi;



Adottare **misure adeguate a verificare che il Responsabile rispetti le istruzioni** impartite;



Predisporre la piattaforma per la registrazione delle proposte di contratto onde garantire la **tracciabilità delle operazioni**, implementando procedure di autenticazione;



Attuare piani di **formazione per il personale** in materia di protezione dei dati personali con cadenza almeno annuale.

Se si intendono utilizzare dati raccolti da parte di list provider, bisogna:

- richiedere che le liste acquisite siano state verificate presso RPO;
- confrontare tali dati con quelli presenti nella propria black list, per escludere interessati che abbiano negato o revocato il proprio consenso;
- verificare le liste così formate presso il RPO;
- informare l'editore, o il fornitore, di eventuali manifestazioni di volontà negativa espresse dagli interessati



Fornire **nel corso della telefonata le informazioni** sul trattamento dei dati personali e sull'esercizio dei diritti degli interessati



Iscriversi al Registro degli operatori di comunicazione (ROC), comunicando le numerazioni telefoniche utilizzate e rispettando i conseguenti obblighi



Inviare al Titolare: - report delle attività svolte, - richieste di opposizione, cancellazione e revoca del consenso ricevute - dati identificativi di chi abbia manifestato interesse o aderito alle offerte della campagna



Effettuare telefonate solo in determinati giorni e fasce orarie (9-20 nei giorni feriali e 10-19 nei prefestivi), con divieto nei giorni festivi



Utilizzare il codice prefisso individuato dall'AGCOM per le attività di pubblicità, vendita e comunicazione commerciale oppure numerazioni contattabili da parte dell'utente



Adottare misure tecniche organizzative e contrattuali idonee a **verificare l'adempimento delle istruzioni impartite** dal Titolare

In caso di violazione delle norme poste a tutela dell'interessato, sorge una **responsabilità solidale del committente** e degli eventuali ulteriori soggetti responsabili della violazione



Controllo della filiera

L'aderente al Codice **consente al Titolare di verificare**, in affiancamento a tecnici del Responsabile, in sede di verifica o ispezione interna, il rispetto delle misure di sicurezza per i trattamenti affidati in outsourcing;

-  implementa gli standard garantiti in prima nomina tenuto conto di stato dell'arte, costi di attuazione, durata e contesto del trattamento
-  **verifica il possesso dei requisiti dichiarati** dal fornitore mediante verifica documentale o ispezione interna
-  vieta l'affidamento delle attività delegate a sub responsabili, salva espressa autorizzazione del Titolare

Per garantire correttezza e legittimità dei trattamenti svolti nella “filiera”, gli aderenti al Codice di condotta, in qualunque fase preparatoria o di esecuzione della campagna promozionale:

-  adottano procedure o misure tecniche volte a perfezionare contratti con gli interessati verso cui siano stati svolti contatti commerciali, purché le relative operazioni siano svolte in ottemperanza alla normativa data protection e alle previsioni del Codice di condotta
-  adottano soluzioni tecnologiche che permettano la stipula a distanza e la sicurezza delle relative operazioni contrattuali nell'ambito di contratti perfezionati all'esito delle attività svolte dai fornitori.

In ottica di privacy by design e by default e del rispetto del principio di proporzionalità, il Titolare dovrà:

-  **indicare** la campagna promozionale, le liste di contatto e gli ulteriori operatori coinvolti nell'attività di telemarketing;
-  **adottare misure** che permettano di verificare la correttezza delle informazioni;
-  in caso di **fornitori plurimandatari**, garantire che tali soggetti adottino misure di **separazione logica** degli ambienti di lavoro e formino adeguatamente il proprio personale

Inoltre, mediante controlli non invasivi (anche a campione) nei confronti del personale preposto ai contatti (es. questionari di gradimento), il Titolare potrà **verificare il rispetto** delle condizioni di contatto in merito a:

-  qualità/legittimità delle chiamate svolte liste di contatto
-  verifiche sui contraenti contattati numero e tipo di contratti attivati.

Informativa

Il Titolare mette a disposizione del fornitore, con modalità documentata e verificabile, uno **script applicabile ad ogni singola campagna** di telemarketing o teleselling, contenente le istruzioni da seguire per lo svolgimento dei relativi contatti ed il testo dell'informativa, da sottoporre agli interessati.

All'inizio della telefonata, il fornitore utilizza lo script ricevuto dal Titolare, rendendo all'utente un'informativa semplificata, che indichi almeno: generalità del Titolare, base giuridica e fonte da cui sono stati raccolti i dati. L'operatore deve poter indicare, su richiesta, le generalità dell'eventuale Responsabile, le finalità e le modalità del trattamento, un recapito per l'esercizio dei diritti di cui agli artt. 15-22 del GDPR. In ogni caso, l'informativa è resa in un linguaggio semplice, agevole e di rapida comprensione.



Consenso

Il consenso deve essere raccolto prima dell'avvio del contatto commerciale *outbound* e, ove acquisito con modalità non ammesse, rende illecita l'attività di raccolta dati dell'utente ed ogni altra attività di trattamento successiva.



Outbound: servizio veicolato tramite il canale telefonico, attraverso cui interessati/contraenti/utenti sono contattati dal Titolare per proporre offerte commerciali o servizi di vendita telefonica



Consenso mediante pressione di un tasto numerico entro un certo intervallo di tempo



Consenso mediante pronuncia di termini come "Consento", "Accetto" o "Sì"



Consenso mediante inserimento di OTP univoco



Raccolta dati personali su webform con meccanismi di double opt-in



Utilizzo di firma elettronica



Consenso generico e non adeguatamente documentato

Consenso unico per finalità contrattuali e per trattamenti di marketing, profilazione, e comunicazione a terzi per finalità diverse da quelle contrattuali

Consenso unico per trattamenti di marketing su dati oggetto di profilazione

Consenso preselezionato (vincolato, preselezionato e/o deselezionabile)



L'attività di profilazione finalizzata al marketing richiede un consenso specifico e distinto rispetto al consenso per l'effettuazione di attività promozionali.



Il diniego espresso durante la telefonata promozionale dall'utente (o in altra sede, anche in forma orale) vale come revoca del consenso/opposizione al trattamento della numerazione per le finalità di telemarketing/teleselling (limitatamente al Committente nell'interesse del quale la telefonata commerciale è operata).



I dati raccolti o trattati per finalità di telemarketing o teleselling non possono essere oggetto di comunicazione a terzi autonomi Titolari da parte degli aderenti, salvo idoneo consenso al trasferimento da parte dell'interessato.



Andrea Broglia
Avvocato
www.studiolegalebrogli.com

