

Informativa privacy e direct marketing

L'informativa è obbligatoria ogni qualvolta si raccolgano dati.

In una informativa devono essere sempre indicati i seguenti concetti :

1. le finalità e gli scopi della raccolta dati.
2. la descrizione delle modalità di raccolta e del trattamento.
3. la natura del conferimento (sia esso obbligatorio o facoltativo).
4. le eventuali conseguenze del rifiuto a rispondere.
5. l'indicazione dei soggetti ai quali i dati possono essere comunicati o che più in generale possono venire a contatto con essi.
6. gli estremi identificativi del titolare (nome, cognome , ragione sociale , sede ecc).
7. l'elenco completo dei diritti riconosciuti all'interessato in forza dell'articolo 7 del codice. In via esemplificativa si tratta dei diritti relativi alla conoscibilità dei dati e alle relative modalità di trattamento, nonché l'accesso, l'aggiornamento, la trasformazione, la cancellazione ecc.

In caso si volessero comunicare i dati a terzi allora bisogna tenere conto di questi concetti:

8. la finalità di invio materiale pubblicitario da parte di terzi e la possibilità specifica di potersi opporre.
9. Lo specifico consenso per l'invio di e-mail

Esempio di come dev'essere scritta una informativa completa su un coupon (cartaceo o su internet).

La prima parte della seguente è sempre obbligatoria, mentre la seconda parte serve solo se si pensa di fare del list-rental o scambi liste con terzi.

Prima parte :

“Inviandoci questo buono d'ordine (o comunicando a mezzo fax/telefono i suoi acquisti/scelte) Lei ci fornisce i dati postali necessari per farle pervenire i prodotti acquistati e per farle pervenire da parte di ed altre aziende del gruppo le offerte commerciali più adatte a mezzo posta, telefono,internet, trattando i suoi dati con modalità elettroniche, con le garanzie di legge illustrate nell'informativa qui riportata *) e consultabile anche sul sito internet www.....

acconsento - non acconsento

Seconda parte;

“Inoltre, previo suo permesso,potrà occasionalmente mettere a disposizione il suo indirizzo postale nei confronti di organizzazioni attentamente selezionate dotate di un alta reputazione, per farLe ricevere via posta informazioni pubblicitarie di prodotti o servizi che riterremo possano interessarLa. **“ Se non desidera ricevere vantaggiose offerte a distanza da altre aziende lo indichi “**

Il suo indirizzo e-mail potrà essere utilizzato, senza essere comunicato a terze aziende, per le stesse finalità di cui sopra . **Desidera ricevere via e-mail altre offerte vantaggiose di altre aziende ? si no . “**

Della seconda parte dell’informativa approfondiamo le **Regole per la raccolta dati finalizzata all’affitto/scambio indirizzi.**

Alle persone deve essere comunicato :

- la finalità di utilizzare i loro dati per terzi.
- la possibilità di opporsi

Quindi per poter commercializzare una lista vanno comunicati questi 3 concetti in aggiunta alla informativa di base :

1) **“ Le faremo pervenire vantaggiose offerte a distanza da altre aziende “.** La finalità dunque.

2) **“ Se non desidera ricevere vantaggiose offerte a distanza da altre aziende lo indichi “ .** La possibilità di opporsi .

3) **“ Desidera ricevere via e-mail altre offerte vantaggiose di altre aziende ? si no . Il consenso espresso per l’invio di email/sms .**

Il caso di silenzio noi riteniamo che l’indirizzo postale si possa usare, mentre l’indirizzo e-mail no.

Di seguito l' informativa completa che è possibile riportare in cataloghi e siti internet a complemento di quanto scritto sul coupon . In un mailing per ragioni di spazio occorre un rimando.

***) Informativa in materia di protezione dei dati personali**

(art 13 D.lgs 30.06.2003 n 196). Riportiamo il seguente modello di informativa che si può riportare in uno spazio diverso dal coupon d'ordine. In corsivo la parte necessaria se si intende fare del list-rental.

la informiamo :

- I dati personali saranno trattati per finalità commerciali, vendita diretta, promozionali, gestionali, statistiche, mediante elaborazione informatica con criteri prefissati.
- Alcuni dati sono obbligatori ai fini dell' evasione dell' ordine ed il rifiuto a fornirli impedisce di ricevere la merce ordinata: altri dati (ad esempio il telefono) sono facoltativi e permettono all' azienda di migliorare il servizio al cliente, il rifiuto di fornirli non comporta conseguenze.
- I suoi dati potranno venire a conoscenza di soggetti interni o terze aziende (come le poste) specificatamente incaricati all' evasione dell' ordine.
- *L' indirizzo postale, previo consenso o tacito assenso, potrà essere comunicato a società di vendita e comunicazione a distanza , aventi le medesime finalità, che commercializzano articoli nei settori: ufficio, casalinghi, abbigliamento, arredo, libri, sottoscrizione riviste, raccolta fondi umanitari, fiori, elettronica di consumo, hardware/software, bellezza, servizi finanziari, telecomunicazioni.*
- *L' indirizzo e-mail necessita di uno suo specifico consenso.*

I suoi diritti :

- La conferma dell' esistenza di dati personali che lo riguardano e le procedure del trattamento.
- Conoscere gli estremi identificativi del titolare e del responsabile.

- La cancellazione, la trasformazione, l'aggiornamento e la rettificazione ovvero qualora vi abbia interesse l'integrazione dei dati.
- Di conoscere mediante accesso gratuito al registro di cui all'art 37 D.lgs 196/2003 l'esistenza dei trattamenti di dati che possono riguardarlo.
- Di opporsi gratuitamente al trattamento di dati personali ai fini di invio di materiale pubblicitario e di vendita diretta.

In qualsiasi momento e con la massima semplicità, il cliente può esercitare i diritti qui sopra elencati, con una semplice richiesta indirizzata al responsabile trattamento dati :

Commento finale:

Il presente documento copre “un clamoroso vuoto” nel mondo del direct marketing dopo 10 anni che è obbligatoria l'informativa ogni qualvolta si raccolgano dati a partire da un semplice indirizzo.

Sui coupon in circolazione vediamo informative scritte in modi diversi frutto della poca chiarezza e disponibilità dell'ufficio del garante nel dare concrete spiegazioni, dell'inesistenza di un codice deontologico, di associazioni capaci di interpretare le esigenze degli operatori di Direct Marketing e per ultimo osserviamo la confusione creata in materia dai vari avvocati. Come ultimi e tra i più umili dei list-broker abbiamo cercato di mettere nero su bianco riguardo un tema che in altri paesi europei è stato risolto con una essenziale frase da riportare sui coupon: “se non desidera ricevere pubblicità spunti la casella ”.