

# Legge 1000 proroghe e direct marketing

Di seguito I dettagli del decreto che permette l'uso degli indirizzi postali in opt-out (senza consenso) per offerte di vendita a distanza :

Il decreto Legge MILLEPROROGHE è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 30.12.2005 e **convertito definitivamente in Legge dal Parlamento il 7 febbraio 2006**. Si attende la pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale e entrerà in vigore **i primi di marzo 2006**.

Premettiamo che l'articolo 19-bis del decreto milleproroghe non fa altro che dare un salvacondotto al settore delle offerte/vendite a distanza , da ora in poi, applicherà l'articolo 58 del d.lgs 206/2005 (Codice del Consumo) in generale per le attività di vendita a distanza .

D.LGS 206/2005

Art. 3.  
definizioni

1. Ai fini del presente codice si intende per:

- a) consumatore o utente: la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale eventualmente svolta (Leggere Privati);**
- b) associazioni dei consumatori e degli utenti: le formazioni sociali che abbiano per scopo statutario esclusivo la tutela dei diritti e degli interessi dei consumatori o degli utenti ( ai lettori di questa newsletter questo punto non interessa);
- c) professionista: la persona fisica o giuridica che agisce nell'esercizio della propria attività imprenditoriale o professionale, ovvero un suo intermediario (Leggere Imprenditore)**

## Contratti a distanza

Art. 50.  
Definizioni

1. Ai fini della presente sezione si intende per:

- a) contratto a distanza: il contratto avente per oggetto beni o servizi stipulato tra un professionista e un consumatore nell'ambito di un sistema di vendita o di prestazione di servizi a distanza organizzato dal professionista che, per tale contratto, impiega esclusivamente una o più tecniche di comunicazione a distanza **fino alla conclusione del contratto**, compresa la conclusione del contratto stesso  
Ho evidenziato in grassetto per mettere in luce il fatto che un contratto a distanza deve necessariamente passare attraverso le varie fasi di:
  - contatto (invio mailing)
  - richiesta di acquisto da parte del consumatore
  - contratto di vendita vero e proprio

b) tecnica di comunicazione a distanza: qualunque mezzo che, senza la presenza fisica e simultanea del professionista e del consumatore, possa impiegarsi per la conclusione del contratto tra le dette parti;

**c) operatore di tecnica di comunicazione: la persona fisica o giuridica, pubblica o privata, la cui attività professionale consiste nel mettere a disposizione dei professionisti una o più tecniche di comunicazione a distanza (Leggere BANCHE DATI).**

## Art. 58.

Limiti all'impiego di talune tecniche di comunicazione a distanza

1. L'impiego da parte di un professionista del telefono, della posta elettronica, di sistemi automatizzati di chiamata senza l'intervento di un operatore o di fax richiede il consenso preventivo del consumatore.

**2. Tecniche di comunicazione a distanza diverse da quelle di cui al comma 1, qualora**

**consentano una comunicazione individuale, possono essere impiegate dal professionista se il consumatore non si dichiara esplicitamente contrario.**

Il comma 2 dell'art.58 (in grassetto) è quello che riguarda il tema di questa newsletter. L'unico elemento essenziale è che la comunicazione vada fatta al **Consumatore** in quanto tale per definizione. Ribadiamo che invece il numero di telefono per l'eventuale utilizzo ai sensi del comma 1 deve avere il preventivo consenso da parte dell'interessato.

A conclusione di tutto, ecco che l'art 19-bis del decreto milleproroghe afferma che

**Articolo 19-bis.**

*(Deroga al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196). Conosciuta come legge sulla privacy.*

**1. L'articolo 58, comma 2, del codice del consumo di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, si applica anche in deroga alle norme di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196.**

In altri termini, tutto ciò che è Legge sulla Privacy **non ha niente a che vedere con il Direct Marketing per quanto attiene la vendita a distanza** in quanto da ora in avanti, il Direct Marketing, per la parte relativa alla vendita a distanza, opera alla luce del D.Lgs 206/2005 - art. 58 comma 2, che lo preserva dalla normativa del D.Lgs 196/2003 ai sensi dell'art.19-bis del Decreto Milleproroghe.

In termini pratici qualora qualche consumatore chiedesse perché mai ha ricevuto un mailing con offerte di vendita a distanza , la risposta esaustiva è : l'articolo 58 comma 2 del D.lgs 206/2005 lo permette.

Chiaramente il consumatore può sempre chiedere di essere depennato dalla lista per non ricevere più altre offerte.

Possiamo immaginare che un eventuale consumatore creda che sia la legge sulla privacy a regolare l'invio di un catalogo/offerta , ecco in questo caso bisogna rispondere che la legge ,che entra in vigore nei prossimi giorni, e in particolare l'art 19-bis del decreto milleproroghe va a sostituire quanto previsto sul tema dalla legge sulla privacy. In pratica si applica il codice del consumo e non il codice della privacy.

Per i casi più ostinati , se il consumatore si rivolgesse al garante della privacy , tuttavia non otterrebbe risposta da quest' ultimo perché **Il D.Lgs. 196/2003, e tutto quanto in esso affermato, non ha valore (non si applica) per quelli che operano nel campo dell'art.58 comma 2 del D.Lgs 206/2005 .**

Con questa abbondante spiegazione pensiamo di aver contribuito a fare chiarezza e speriamo di avervi fatto risparmiare le parcelle di consulenza di qualche avvocato. Non nascondiamo che ci sentiamo allarmati da certe voci del settore che vorrebbero mettere di nuovo in discussione tutto e comunque creare confusione quando invece la legge è chiara, anzi molto chiara ; così come è chiaro a tutti che il concetto di opt-out non è morto e che con opportune regole, ancora da stabilire, si potranno usare le liste postali più liberamente e anche le liste con il numero di telefono.