

**Telemarketing e
protezione dei dati:
300.000 € di
sanzione per
Energia Pulita**



Studio Previti

ASSOCIAZIONE PROFESSIONALE

IL FATTO

Una società fornitrice di energia e gas è stata sanzionata per 300.000 euro.

Motivo?

Chiamate promozionali a poco meno di un centinaio di persone, in assenza di valido consenso.

IL PUNTO CHIAVE


Secondo il Garante, il consenso alla cessione dei dati personali a terzi per finalità di marketing è valido solo se è effettivamente libero, specifico e informato.

Questo significa che l'interessato deve essere messo in condizione di scegliere, singolarmente e in modo consapevole, le categorie merceologiche e i destinatari.

COSA NON FUNZIONA

L'utilizzo di formule ampie e generiche per l'acquisizione del consenso non è conforme a normativa.

Form e informative devono garantire scelte chiare su cosa ricevere e da chi.



L'interessato non sarebbe in grado di esprimere una volontà consapevole, perderebbe il controllo sui propri dati personali e verrebbe privato dell'esercizio efficace dei diritti previsti dal GDPR.

I RISCHI DELL'INTERESSATO

Questo conduce ad una gestione poco trasparente dei dati, con conseguenze rilevanti anche sul piano reputazionale.

COSA È EMERSO DALL'ISTRUTTORIA

Durante l'indagine, il **Garante ha rilevato gravi carenze nel sistema di gestione del trattamento dei dati:**

- La società usava liste di contatti provenienti da portali web inidonei a garantire la legittimità della raccolta dati.
- I controlli sui responsabili del trattamento erano solo formali, senza alcuna verifica concreta ed efficace.
- Il form online per il recruiting non riportava alcuna informativa sul trattamento dei dati personali, in violazione della normativa.



Oltre alla sanzione economica, il Garante ha imposto il divieto di ulteriore trattamento dei dati dei soggetti segnalanti e ha ordinato alla società di implementare un sistema di controllo efficace sulla propria rete di vendita.

LE CONSEGUENZE

L'obiettivo è impedire che siano conclusi contratti di fornitura a partire da contatti illeciti o non autorizzati, rafforzando le responsabilità dei soggetti coinvolti lungo tutta la filiera.

La vicenda mostra quanto sia fondamentale raccogliere consensi in modo lecito, adottando un approccio granulare che rispetti le preferenze dell'utente. È altrettanto essenziale verificare costantemente il trattamento dei dati lungo l'intera filiera, collaborando con partner trasparenti e affidabili, e garantire massima chiarezza informativa dal contatto al contratto con l'utente.

DA RICORDARE



Studio Previti

ASSOCIAZIONE PROFESSIONALE

contatti@previti.it
www.previti.it



06.3234623
02.795587

Via Cicerone, 60 00193 Roma
Via Stradivari, 4 20131 Milano