

CONSIGLIO D'EUROPA

**RACCOMANDAZIONE N. R (85) 20
DEL COMITATO DEI MINISTRI AGLI STATI MEMBRI
RELATIVA ALLA PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI
UTILIZZATI PER SCOPI DI MARKETING DIRETTO**

*(adottata dal Comitato dei Ministri il 25 ottobre 1985
nel corso della 389a riunione dei Delegati dei Ministri)*

Il Comitato dei Ministri, ai sensi dell'art. 15b dello Statuto del Consiglio d'Europa,

Considerando che lo scopo del Consiglio d'Europa è quello di realizzare un'unione più stretta fra i suoi membri;

Convinto che sia auspicabile l'applicazione dei principi fondamentali della Convenzione per la tutela delle persone rispetto al trattamento automatizzato dei dati personali, tenendo conto delle esigenze proprie di determinati settori di attività;

Consapevole della necessità di tutelare la vita privata dei singoli di fronte alla crescente utilizzazione dell'informatica nel settore del marketing diretto;

Persuaso del fatto che l'utilizzazione di dati personali sia essenziale in vista del mantenimento e dello sviluppo del marketing diretto;

Prendendo atto della messa a punto di codici professionali miranti a tutelare i diritti e gli interessi dei singoli nel settore del marketing diretto;

Considerando che è opportuno favorire in tale settore l'elaborazione di norme di diritto o deontologiche,

Raccomanda ai Governi degli Stati membri:

- di tener conto, nella legislazione e nella prassi nazionali concernenti l'utilizzazione di dati personali a fini di marketing diretto, delle linee guida enunciate nell'allegato alla presente raccomandazione;

- di assicurare un'ampia diffusione della presente raccomandazione e di favorire la presa di coscienza e l'informazione sulla protezione dei dati.

Linee guida

1. Ambito di applicazione e definizioni

1.1. Le linee guida contenute nel presente allegato si applicano all'utilizzazione di dati personali che sono oggetto di trattamenti automatizzati per scopi di marketing diretto.

1.2. Ai fini della presente raccomandazione:

per 'dato personale' deve intendersi ogni informazione concernente una persona fisica identificata o identificabile (interessato). Una persona fisica non è considerata 'identificabile' se tale identificazione richiede tempi, costi ed attività irragionevoli.

per 'marketing diretto' deve intendersi l'insieme delle attività, nonché ogni servizio ausiliario ad esse, che permettono di offrire prodotti e servizi o di trasmettere ogni altro messaggio pubblicitario a segmenti di popolazione mediante la posta, il telefono o altri mezzi diretti, a scopo informativo o al fine di sollecitare una risposta da parte dell'interessato.

2. Raccolta di dati per scopi di marketing diretto

2.1. Chiunque, all'atto della elaborazione di liste di marketing e in particolare di liste di nomi e indirizzi a propri fini di marketing, dovrebbe poter utilizzare i dati provenienti da rapporti preliminari con i propri clienti e donatori reali o potenziali.

2.2. Fatti salvi i limiti previsti dalla legislazione interna, chiunque dovrebbe poter raccogliere dati personali per scopi di marketing diretto sulla base di archivi accessibili al pubblico o di altre pubblicazioni.

2.3. La raccolta presso privati di nomi e indirizzi di altre persone allo scopo di ampliare liste di marketing diretto dovrebbe essere ammessa esclusivamente nel rispetto di adeguate garanzie finalizzate alla tutela della vita privata dell'interessato. La legislazione interna potrà vietare tale pratica o assoggettarla a condizioni più restrittive.

2.4. La raccolta di dati presso un singolo per motivi diversi dai normali rapporti con clienti e donatori dovrebbe essere autorizzata per scopi di marketing diretto soltanto se ciò sia stato espressamente indicato all'atto della raccolta dei dati stessi.

Non dovrebbe essere consentita la raccolta di dati presso privati con mezzi fraudolenti.

2.5. Ove la legislazione interna lo permetta, i dati personali appartenenti alle categorie particolari di cui all'art. 6 della Convenzione per la tutela delle persone rispetto al trattamento automatizzato di dati personali dovrebbero essere raccolti e utilizzati a fini di marketing diretto esclusivamente in conformità alle garanzie pertinenti previste dal diritto interno e, all'occorrenza, con il consenso espresso dell'interessato.

3. Messa a disposizione delle liste a terzi

3.1. Fatte salve le disposizioni del paragrafo 2.5, si dovrebbe poter mettere a disposizione di terzi le liste di marketing, per fini di marketing diretto, a condizione che l'interessato sia stato informato, direttamente o con altri mezzi, all'atto della raccolta o in qualunque altro momento, della possibilità di trasmettere i dati a terzi, e non abbia sollevato obiezioni.

A meno che l'interessato vi abbia acconsentito, le liste non dovrebbero fornire informazioni potenzialmente lesive della sua vita privata.

3.2. La messa a disposizione di terzi di liste di marketing per scopi di marketing diretto dovrebbe costituire oggetto di un contratto in cui si specifichino le condizioni di utilizzazione di tali liste.

3.3. Al fine di facilitare l'esercizio dei diritti dell'interessato di cui al Capo 4, i titolari di archivi di marketing dovrebbero tenere un registro di tutti gli utilizzatori delle loro liste.

4. Diritti dell'interessato

4.1. Ogni soggetto dovrebbe avere la possibilità, a seconda dei casi,:

i) di opporsi alla registrazione in liste di marketing dei dati che lo riguardano; oppure

ii) di opporsi alla trasmissione a terzi dei dati contenuti in tali liste; ovvero

iii) a richiesta e senza ulteriori condizioni, di far cancellare o eliminare tali dati da tutte o da alcune liste di marketing detenute da utilizzatori.

Inoltre, ogni soggetto dovrebbe poter ottenere e far correggere dati che lo riguardino contenuti in una lista o in un archivio di marketing diretto.

4.2. Si dovrebbero prendere misure appropriate al fine di consentire all'interessato di esercitare i propri diritti ai sensi del paragrafo 4.1. e di identificare il titolare dell'archivio di marketing.

Il titolare dell'archivio dovrebbe essere tenuto a prendere tutte le misure necessarie per notificare agli utilizzatori, registrati a norma del paragrafo 3.3., che l'interessato ha esercitato i diritti previsti al paragrafo 4.1, affinché siano apportate alle liste le necessarie modifiche.

5. Presentazione dei messaggi e dei materiali di marketing

I prodotti e i servizi offerti, nonché i messaggi trasmessi, dovrebbero avere una forma appropriata affinché la vita privata dei destinatari non subisca alcun pregiudizio.

6. Sicurezza dei dati

All'atto della creazione di archivi a carattere personale per scopi di marketing diretto si dovrebbero adottare tutte le misure tecniche ed organizzative idonee a garantire la sicurezza e la riservatezza dei dati, tenendo conto delle esigenze di questo settore.

I titolari degli archivi e il personale che partecipa al trattamento dei dati dovrebbero essere tenuti al corrente di tali misure e della necessità di rispettarle.

7. Misure relative all'applicazione della raccomandazione

7.1. Si dovrebbe incoraggiare lo sviluppo di norme di autoregolamentazione nel settore del marketing diretto allo scopo di favorire la regolamentazione dei problemi riguardanti le garanzie previste dalla presente raccomandazione, in particolare la cancellazione dei nomi dalle liste di marketing.

7.2. Si dovrebbero adottare misure idonee a garantire che i servizi di fornitura di indirizzi e commercializzazione di liste si conformino alle disposizioni della presente raccomandazione.

7.3. Si dovrebbero fornire agli interessati informazioni adeguate in merito alle garanzie previste dalla presente raccomandazione.