



Data Protection | *Breaking news*

**Telemarketing: gli strumenti a tutela dei consumatori (RPO) e la view del Garante**

# Il Registro pubblico delle opposizioni (RPO)

In data 21 gennaio 2022, il Consiglio dei Ministri ha approvato un **regolamento** concernente l'istituzione e il funzionamento del **registro pubblico dei contraenti** - istituito con il DPR n. 178/2010 e successivamente modificato con DPR n. 149/2018 - che si **oppongono all'utilizzo dei propri dati personali e del proprio numero telefonico per vendite promozionali**.

## Le principali novità

- abrogazione del DPR n. 178/2010 e s.m.i.;
- estensione dell'ambito di applicazione del RPO (Registro Pubblico Opposizioni) ai cellulari;
- possibilità di iscrizione al RPO per le utenze fisse e mobili non presenti negli elenchi telefonici pubblici;
- possibilità dei contraenti di opporsi non solo alle chiamate tramite operatore fisico ma anche alle chiamate effettuate tramite sistemi automatizzati;
- l'iscrizione al RPO comporta la revoca dei consensi prestati precedentemente, con e senza operatore umano, e il divieto della cessione dei dati a terzi;
- l'esercizio della revoca dell'opposizione viene resa possibile anche nei confronti di uno o più operatori;
- eliminazione di alcune sanzioni previste nella legge n. 5/2018.

## I diritti dei contraenti e le modalità di iscrizione al RPO

Ciascun **contraente potrà richiedere** al gestore del registro che la propria **numerazione telefonica** di cui risulta intestatario o il **corrispondente indirizzo postale** siano iscritti nel suddetto registro:

- **telefonicamente** ad apposito numero;
- **compilando un apposito modulo elettronico** reperibile sul sito web del gestore del registro ([www.registrodelleopposizioni.it](http://www.registrodelleopposizioni.it)).

## Accesso al registro, obblighi e divieti in capo agli operatori

### 1) Richiesta di accesso al registro

Gli **operatori** di c.d. **telemarketing** che utilizzano per le proprie campagne i numeri presenti negli elenchi telefonici pubblici **sono tenuti a registrarsi al sistema**, in modo da **comunicare preventivamente le liste dei numeri che intendono contattare**.

### 2) Consultazione

- **Tutti gli operatori devono consultare, con cadenza mensile**, e comunque ogniqualvolta intendano iniziare una campagna promozionale, **il registro delle opposizioni in modo da provvedere all'aggiornamento delle proprie liste di dati**.
- **Tutte le operazioni di accesso al sistema e di aggiornamento della lista dei dati contenuti nel registro dovranno essere conservate per 24 mesi**.

### 3) Obbligo di trasparenza e di informativa

- assicurare la possibilità per il contraente di **identificare la linea da cui viene chiamato**;
- **informare il contraente** che i loro dati personali sono stati estratti legittimamente dagli elenchi di contraenti.

### 4) Divieti

- È precluso l'**utilizzo**, da parte degli operatori, **dei dati dei contraenti** presenti nell'**elenco**.
- È precluso l'utilizzo di **numerazioni telefoniche cedute a terzi** sulla base di consensi rilasciati prima dell'iscrizione al registro.
- È vietato l'utilizzo di compositori telefonici per la **ricerca automatica di numeri** anche non riportati negli elenchi di contraenti.
- All'atto della consultazione del registro, gli operatori **non possono attuare il trasferimento dei dati personali** contenuti nello stesso registro.

# Telemarketing: la view del Garante

Recentemente il Garante ha avuto modo di rilevare **la persistenza di un invasivo fenomeno di telefonate promozionali indesiderate**, in assenza del necessario consenso o senza tenere conto del fatto che le utenze fossero riservate o iscritte nel Registro delle opposizioni. Qui di seguito alcuni dei punti rilevanti che emergono dalla view recente dell'Autorità.

## 1) Consenso

- Devono essere rispettati i requisiti della **specificità** e **granularità** del consenso;
- Per il cd. **soft spam** occorre rispettare i requisiti previsti dall'art. 130, quarto comma, del Codice Privacy.

## 2) Esercizio dei diritti degli utenti

- **Occorre dare riscontro ai diritti degli interessati** (previsti agli artt. 15-22 GDPR) nei tempi previsti dalla legge;
- Occorre osservare la **disciplina del RPO**, garantendo il diritto di opposizione.

## 3) Informativa

Nelle informative privacy di cui agli artt. 12 e 13 del GDPR occorre **individuare i soggetti destinatari dei dati** sia nell'ambito delle società del gruppo, sia con riferimento all'insieme dei partner commerciali.

La tutela degli utenti soggetti a campagne di marketing è un tema caro al Garante Privacy, come dimostrato anche dal numero e dall'entità delle sanzioni amministrative applicate in tale ambito.

Si evidenzia quindi l'**importanza di adempiere a tutte le prescrizioni privacy applicabili in materia, sia europee che italiane**, tra cui anche la predisposizione di un'**informativa idonea**, l'acquisizione di un **valido consenso** e il rispetto dei **diritti degli interessati**, rimanendo di cruciale importanza anche la messa in campo di azioni per dare attuazione concreta ai principi di **accountability** e di **privacy by design**.

La **riforma del RPO** pone ulteriori obblighi in capo agli operatori che intendano intraprendere **campagne di marketing**, cui adeguare rapidamente le organizzazioni aziendali onde ridurre il rischio di **sanzioni** (che, ai sensi del GDPR, possono arrivare fino a 20.000.000 di euro o fino al 4 % del fatturato mondiale totale annuo dell'esercizio precedente).



# Experience the future of law, today

Today, you need smart lawyers who bring even more to the table than legal advice and memorandums. You need to work better, faster and with lower total cost. That takes someone who knows your business and your industry, yet thinks and works in new ways. A steady hand at the center of the transformation all around us. An expert in law, commerce and technology, who is able to serve you globally.

To make an impact that matters, you need an accomplished confidante who is both pragmatic and pioneering.

Deloitte Legal invites you to experience the future of law, today. Meet current obligations more effectively while anticipating future opportunities.

Automate complicated and time-consuming legal activities. Benefit from a commercial mindset that integrates legal, business and industry expertise. Draw upon our experience with business operating model transformation.

As you lead your enterprise through unprecedented complexity and change, we'll work with you not just for you. Working together, you're empowered to make confident decisions, guide your business and take advantage of possibilities.

**Experience the future of law, today.**

---

## Key contacts

**Ida Palombella**

Partner

[ipalombella@deloitte.it](mailto:ipalombella@deloitte.it)

**Pietro Boccaccini | Paola Gribaldo**

**Marianna Regillo | Simone Prelati | Federico Vota**

**Mattia Geraci | Camilla Torresan | Lidia Letterelli**

# Deloitte.

## Legal

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) to learn more.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser. No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.