



Garante privacy, 840mila euro di sanzione a Telecom per telefonate promozionali senza consenso

Il Garante per la privacy [ha ordinato a Telecom Italia il pagamento di una sanzione amministrativa di 840.000 euro](#) per aver effettuato telefonate promozionali senza consenso nei confronti di tutti gli ex clienti che non avevano dato l'autorizzazione a ricevere chiamate commerciali o l'avevano revocata. Con questa campagna pubblicitaria la società intendeva verificare un loro eventuale cambiamento di interesse.

L'attuale ingiunzione di pagamento conclude un complesso procedimento avviato su segnalazione di numerosi clienti che lamentavano la ricezione di telefonate promozionali indesiderate. All'illecito trattamento dei dati, accertato dall'Autorità con il [provvedimento del 22 giugno 2016](#) (provvedimento confermato dal Tribunale civile di Milano che ha rigettato il ricorso di Telecom), era seguita una contestazione di sanzione amministrativa da parte del Garante alla quale la società telefonica aveva adempiuto in parte, effettuando il pagamento relativo a solo una delle violazioni contestate.

Dagli accertamenti svolti nel corso dell'istruttoria è emerso che Telecom ha violato la disciplina sulla protezione dei dati effettuando attività promozionali nei confronti di una platea amplissima di destinatari senza il loro consenso. La campagna "recupero consenso", infatti, realizzata da Telecom nel 2015 ha comportato l'utilizzo dell'intera base dati dei clienti cosiddetti "cessati e non consensati", pari a circa 2.000.000 di utenze telefoniche. Una condotta contraria non solo alla normativa, ma anche alla prescrizione che il Garante aveva impartito a Telecom nel 2007, in base alla quale la società doveva adottare le misure necessarie per rendere il trattamento dei dati conforme alla disciplina sulla protezione dei dati personali: in particolare, per ciò che riguarda le chiamate a carattere pubblicitario, promozionale o commerciale. Un'attività che la società avrebbe potuto effettuare solo nei confronti degli utenti per i quali poteva documentare di avere già acquisito il consenso prima dell'avvio della campagna pubblicitaria.

Il Garante ha ritenuto, infine, particolarmente grave la condotta in considerazione del fatto che la società ha svolto le attività sulla base di una scelta consapevole e non per mera negligenza, avendo acquisito, nel corso degli anni, attraverso la costante interlocuzione con il Garante, tutti gli elementi interpretativi che le avrebbero dovuto consentire di assumere delle decisioni in linea con l'ordinamento vigente e con gli orientamenti dell'Autorità.

Roma, 7 febbraio 2018