

Il Garante della Privacy sanziona Sky Italia per chiamate promozionali illecite

*Telemarketing pagato
a caro prezzo*

Nuovo intervento del Garante per la privacy per contrastare il fenomeno del telemarketing selvaggio. Per aver effettuato chiamate promozionali illecite, l'Autorità ha ordinato a Sky Italia il pagamento di una sanzione di oltre 3 milioni e duecento mila euro e le ha vietato l'ulteriore trattamento dei dati a fini promozionali realizzato con liste acquisite da altre società. Alla società sono state inoltre prescritte diverse misure per mettersi in regola con la normativa europea e nazionale.

Il provvedimento del Garante giunge al termine di una complessa attività istruttoria avviata a seguito di decine di segnalazioni e reclami di persone che lamentavano la ricezione di telefonate indesiderate, effettuate per promuovere i servizi offerti da Sky, sia direttamente sia tramite call center di altre società.

Molte le criticità riscontrate, in particolare l'effettuazione di chiamate promozionali senza informativa e senza consenso, utilizzando liste non verificate, acquisite da altre società.

A differenza di quanto ritenuto da Sky, infatti, il consenso a comunicare i propri dati a terzi dato dagli utenti alla società fornitrice delle liste non la autorizzava a utilizzare i nominativi a fini promozionali. Per svolgere correttamente l'attività di telemarketing Sky, all'inizio della telefonata, avrebbe dovuto fornire all'utente una propria informativa spiegando anche la provenienza dei dati e - solo dopo aver ottenuto il consenso - procedere con la proposta commerciale.

Ma soprattutto Sky, ha sottolineato il Garante, avrebbe dovuto, prima di effettuare una qualunque operazione, controllare attraverso le proprie black list che le persone da contattare non avessero espresso la loro contrarietà a ricevere telefonate pubblicitarie proprio dei suoi prodotti.

Fra le altre misure imposte, il Garante ha prescritto a Sky, per agevolare l'esercizio dei diritti da parte degli interessati, di prevedere tra i canali di ricezione delle dichiarazioni di opposizione al trattamento, anche l'indirizzo Pec indicato nel registro delle imprese, indirizzo che finora la Società non aveva ritenuto un valido punto di contatto per la privacy.

Sky dovrà inoltre nominare i fornitori, che svolgono attività promozionali per suo conto, responsabili di tutte le fasi del trattamento: ciò anche al fine di ribadire che la Società, in qualità di titolare, ha l'obbligo di vigilare sul loro operato e verificare la corretta gestione dei contatti promozionali.

Nel determinare l'ammontare della sanzione l'Autorità ha tenuto conto della gravità delle violazioni riscontrate, che si riferiscono a condotte "di sistema" radicate nelle procedure societarie e del fatto che Sky, da molti anni presente sul mercato

italiano, avrebbe dovuto impostare le proprie scelte di fondo nel rispetto della normativa sulla privacy.

Fonte: Federprivacy