

# I mobili confini della privacy<sup>1</sup>

Marco Maglio

Le nuove norme sull'uso dei numeri di telefono presenti negli elenchi telefonici per le attività di telemarketing pongono questioni rilevanti: da un lato l'onere per gli interessati di manifestare la volontà di non ricevere chiamate indesiderate, dall'altro la compatibilità del registro delle opposizioni con il progetto di riforma avviato dalla Commissione dell'Unione europea per garantire efficacemente la tutela dei dati personali.

## Introduzione

Il tema della tutela dei dati personali e del rispetto della privacy può essere affrontato da varie prospettive. Ma volendo cogliere l'essenza di questo argomento, si può dire che parlare di privacy significa disegnare un confine; significa, cioè, porsi il problema di definire secondo quali criteri debba essere tracciata la linea ideale che separa l'individuo dalla collettività; significa definire secondo quali principi debba essere risolto il conflitto di interessi che sorge tra la pretesa del singolo a essere lasciato solo e l'esigenza della collettività di conoscere, per finalità determinate, le informazioni che riguardano ognuno di noi.

Guardando con realismo all'evoluzione delle norme adottate in questi ultimi quindici anni sul trattamento dei dati personali possiamo dire che i confini della privacy sono mobili e si modificano con sorprendente facilità, ora restringendo lo spazio di tutela offerto all'individuo, ora allargandolo oltre misura.

Un esempio eclatante di questa tendenza è offerto esaminando l'evoluzione delle norme che in Italia regolano il trattamento dei dati personali per finalità commerciali. Per molti anni fin dall'approvazione della Legge n. 675 del 31 dicembre 1996 per poter inviare messaggi indirizzati ai consumatori era richiesto il consenso espresso dell'interessato. Al di fuori di alcune ben circoscritte eccezioni non era, quindi, possibile trattare dati personali per questa finalità in assenza dell'esplicito consenso del destinatario del messaggio stesso. Nel corso del tempo questo principio chiaro, che rappresenta la massima forma di tutela per l'interessato, rendendo illecite tutte le attività di trattamento delle quali non è stato preventivamente informato e che ha espressamente autorizzato, ha conosciuto diverse deroghe, fino a giungere all'ultima clamorosa riforma relativa all'uso dei numeri di telefono presenti negli elenchi telefonici per effet-

<sup>1</sup> L'articolo è parte del progetto "Check-up diritti" finanziato dal ministero dello Sviluppo economico.

tuare telefonate commerciali, ricerche di mercato o per per promuovere l'invio di materiale pubblicitario. Tale riforma ha sostanzialmente sovvertito le regole consolidate, rendendo legittimo l'uso di questi dati in assenza di esplicito dissenso da parte del cittadino. Si è passati, quindi, da un sistema basato sull'*opt in* a un meccanismo fondato sulla logica dell'*opt out*.

## *Le tappe della riforma per le attività di telemarketing*

Per giungere a realizzare questo cambiamento è stato necessario un lungo processo di adeguamento: il regolamento attuativo del nuovo registro delle opposizioni è stato approvato con il D.P.R. n. 178 del 7 settembre 2010, dopo che con la Legge n. 166 del 20 novembre 2009 il Parlamento ha approvato la riforma che rende possibile l'utilizzo dei numeri di telefono presenti negli elenchi telefonici per effettuare chiamate commerciali senza necessità di un preventivo consenso espresso da parte degli abbonati.

Al contrario se una persona non vuole ricevere chiamate commerciali non desiderate deve iscriversi a un apposito registro, detto "registro pubblico delle opposizioni", in modo che le imprese che vogliono effettuare campagne di telemarketing possano accertarsi che il numero di telefono di chi si è iscritto nel registro non sia tra quelli che compaiono nella lista preparata per l'azione di telemarketing.

Tecnicamente si dice che si è passati da un sistema di *opt in*, nel quale occorre il consenso espresso dell'interessato per trattare i suoi dati, a un regime di *opt out*, in base al quale i dati sono liberamente trattabili fino a quando la persona non manifesta espressamente di opporsi a un determinato trattamento.

La nuova normativa, che è entrata in vigore il 1° febbraio 2011, è basata sull'istituzione del registro pubblico degli abbonati che si oppongono al trattamento del proprio numero telefonico per vendite o promozioni e rappresenta il passaggio dal principio della necessità del consenso esplicito per l'utilizzo dei dati per finalità commerciali previsto dall'articolo 129 del Codice in materia di dati personali (D.Lgs. n. 196 del 30 giugno 2003), al principio opposto della necessaria manifestazione di dissenso da parte dell'abbonato, in mancanza della quale sono legittime le telefonate per finalità commerciali.

In questo modo, l'istituzione del registro pubblico delle opposizioni ([www.registrodelleopposizioni.it](http://www.registrodelleopposizioni.it)) tutela la privacy degli utenti che non desiderano ricevere queste chiamate. Di conseguenza gli operatori del settore potranno contattare esclusivamente gli abbonati consenzienti, ossia non iscritti nel registro, istituito e gestito dal ministero dello Sviluppo economico per il tramite della Fondazione Ugo Bordoni.

L'abbonato può disporre senza alcuna limitazione dei propri dati e, nel momento in cui fa richiesta di inserimento nel "registro pubblico delle opposizioni", chi lo gestisce è tenuto a evadere tale richiesta nel più breve tempo possibile.

## *Le nuove regole in concreto*

In pratica chi vuole effettuare una campagna di telemarketing *outbound* prelevando i numeri di telefono dall'attuale elenco telefonico deve prima preoccuparsi di inviare la lista dei numeri che intende utilizzare al gestore del registro delle opposizioni, che effettuerà il *matching* per eliminare dalla lista i numeri di telefono di coloro che si sono iscritti nel registro, restituendo la lista nelle 24 ore successive alla richiesta.

Va sottolineato, quindi, il fatto che il registro delle opposizioni opera solo per l'uso dei numeri provenienti dagli elenchi telefonici e, quindi, se si dispone di liste formate con altre modalità non si è tenuti a verificare preventivamente la propria lista con il registro. In questo senso, si può dire che il registro delle opposizioni opera nei confronti dei *prospect*, cioè di potenziali clienti con i quali non si è mai intrattenuta nessuna relazione. Viceversa se le persone che si vogliono contattare sono soggetti i cui dati compaiono in liste formate in modo diverso dalla raccolta dei numeri di telefono dagli elenchi telefonici, il registro delle opposizioni non va consultato e anche una successiva iscrizione nel registro da parte dell'interessato non produce l'effetto di impedire future chiamate.

Inoltre è importante sottolineare che l'uso del registro delle opposizioni è previsto solo nel caso in cui il numero che si vuole utilizzare sia estratto dall'elenco telefonico e a condizione che la telefonata abbia finalità di vendita diretta di prodotti o servizi, oppure sia volta a realizzare una ricerca di mercato o abbia l'obiettivo di inviare materiale promozionale.

Infine va tenuto presente che la riforma riguarda solo le chiamate effettuate da un operatore telefonico, mentre per le telefonate effettuate con strumenti automatici (mediante messaggi registrati), la normativa continua a richiedere il preventivo consenso espresso delle persone che riceveranno queste telefonate.

## *Gli sviluppi futuri e l'uso degli indirizzi presenti negli elenchi telefonici*

Il registro delle opposizioni non si occupa dell'utilizzabilità degli indirizzi postali presenti negli elenchi telefonici, ma occorre segnalare che in più occasioni è stata ipotizzata, con specifici emendamenti, l'introduzione di una disposizione che estende alla posta cartacea il regime introdotto nel 2009 per le comunicazioni commerciali mediante impiego di telefono; ciò potrà determinare l'esigenza di integrare in futuro il regolamento del registro delle opposizioni, per tenere conto dell'estensione dell'ambito di applicazione delle modalità di opposizione da esso disciplinate.

A tal proposito va ricordato che, esaminando il testo del D.P.R. n. 178/2010, il Senato ha invitato il Governo a prevedere l'istituzione di più registri, in re-

lazione a diverse tipologie commerciali, stabilendo che il ministero dello Sviluppo economico provveda alla disciplina delle modalità con cui organizzare tali banche dati e gestisca direttamente soltanto quelle riferite a settori privi di interesse di mercato, mentre affidi le restanti a soggetti terzi.

In questo senso, quindi, i prossimi mesi saranno molto importanti per capire quale sarà il futuro assetto delle regole della comunicazione commerciale diretta in Italia.

## *La posizione del Garante per la protezione dei dati personali*

Peraltro va evidenziato che la partita sul registro delle opposizioni è tutt'altro che chiusa: malgrado l'approvazione del regolamento del registro delle opposizioni, restano sul tavolo ancora diverse questioni da chiarire. A cominciare da quelle che aveva segnalato il Garante per la protezione dei dati personali, in un comunicato stampa diffuso il 4 novembre 2009, nel quale aveva espresso gravi perplessità e sottolineato gli effetti negativi di tale norma sulle telefonate promozionali.<sup>2</sup>

Lo stesso Garante, peraltro, ha chiarito le modalità attraverso le quali garantire l'armonizzazione tra il registro delle opposizioni e le norme generali sul trattamento dei dati personali, fissando il 19 gennaio 2011 le prescrizioni per il trattamento di dati personali per finalità di marketing, mediante l'impiego del telefono con operatore, a seguito dell'istituzione del registro pubblico delle opposizioni (pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 24 del 31 gennaio 2011).

## *La posizione della Commissione europea*

Anche in Europa la riforma italiana per il telemarketing ha suscitato diverse obiezioni. Già il 28 gennaio 2010 la Commissione europea aveva inviato all'Italia una lettera di messa in mora (procedura n. 2009/2356) per non aver recepito

<sup>2</sup> Al riguardo, il componente del collegio del Garante per la protezione dei dati personali Mauro Paissan, aveva dichiarato: «Si tratta di un errore. Gli utenti telefonici verranno bombardati di messaggi e si vedranno costretti a iscriversi a un apposito registro per opporsi. Ma questi registri non hanno funzionato in nessun Paese dove sono stati istituiti. E, comunque, molti cittadini, soprattutto gli anziani, troveranno molta difficoltà a manifestare il loro dissenso. Infine, l'Italia con questa norma si rende responsabile di un'ulteriore infrazione comunitaria e Bruxelles ce la farà pagare». Tali osservazioni sono poi state riprese in un ulteriore comunicato stampa del 19 novembre 2009, con il quale l'Autorità garante per la privacy esprime la propria

«forte preoccupazione riguardo agli effetti negativi che potranno derivare dalle nuove norme in materia di telemarketing introdotte dal cosiddetto "Decreto legge Ronchi", appena approvato in via definitiva dalla Camera. In particolare suscita molta perplessità l'istituzione di un registro pubblico al quale devono iscriversi quanti non vogliono essere disturbati da telefonate pubblicitarie o commerciali, caricando così i cittadini di incombenze e problemi. Si rischia, inoltre, di causare ulteriori molestie ad abbonati e utenti che, almeno fino a quando non sarà istituito il registro, si vedranno di nuovo massicciamente contattare da aziende, gestori telefonici, società di servizi con le offerte più diverse».

correttamente la Direttiva 2002/58/Ce relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche. I rilievi formulati dalla Commissione riguardano sostanzialmente due profili: il primo riguarda la violazione dell'articolo 12, paragrafi 1 e 2, della direttiva, che stabilisce l'obbligo per gli Stati membri di garantire che gli abbonati i cui nominativi figurano in un elenco pubblico siano informati sugli scopi dell'elenco e diano il proprio consenso per l'uso dei dati personali che vi sono contenuti.

Al riguardo la Commissione ha contestato alle autorità italiane di non avere ottemperato a tale obbligo nel momento in cui sono state costituite le banche dati per le televendite, ricavate da elenchi pubblici di abbonati senza che gli interessati fossero stati informati del trasferimento dei loro dati personali o avessero acconsentito esplicitamente all'inserimento di tali dati nelle predette banche. In base alla normativa italiana, infatti, non è richiesto il consenso degli interessati, né che essi siano informati circa l'uso dei loro dati personali a fini promozionali e con la Legge n. 166 del 20 novembre 2009 è stata prorogata la possibilità di usare banche dati contenenti dati personali di cui non è stato consentito l'utilizzo. Il secondo profilo riguarda, infine, la violazione dell'articolo 13, paragrafo 3, della direttiva che fissa l'obbligo per gli Stati membri di vietare le comunicazioni indesiderate a scopo di commercializzazione diretta senza il consenso degli abbonati interessati, o se gli abbonati esprimono il desiderio di non ricevere questo tipo di chiamate.<sup>3</sup>

Solo il 6 aprile 2011 la Commissione ha chiuso formalmente la procedura di infrazione avviata contro l'Italia, accettando le argomentazioni proposte rispetto al fatto che l'accesso al registro delle opposizioni è totalmente gratuito e che la sua conoscenza tra gli utenti è favorita da apposite campagne informative promosse dai gestori telefonici.

## *Il silenzio come forma di manifestazione del consenso*

Prescindendo da queste prese di posizione che hanno criticato l'impianto della riforma, la nuova normativa ci porta a esaminare quale sia il modo più efficiente attraverso il quale ognuno di noi può esprimere la sua volontà rispetto al trattamento dei suoi dati. La riforma votata dal Parlamento attribuisce valore legale al silenzio, intendendo che la mancata opposizione rende possibile il trattamento dei dati.

<sup>3</sup> Con riferimento a tali questioni di incompatibilità con la disciplina comunitaria, la commissaria europea alle telecomunicazioni, Viviane Reding, ha dichiarato che: «Il pieno rispetto della privacy degli utenti dei servizi di telecomunicazione è di fondamentale importanza per una moderna società digitale. La direttiva Ue relativa alla vita privata e alle comunicazioni elettroniche attribuisce ai singoli un insieme di strumenti per proteggere la loro privacy e i dati personali. Non

solo è preoccupante vedere che la normativa italiana non è conforme ai requisiti della privacy stabiliti nella direttiva, ma che le autorità italiane hanno ulteriormente prolungato l'uso di banche dati che includono i dati personali per l'impiego di cui il consenso non era stato concesso. Dobbiamo garantire che le norme comunitarie siano rispettate da tutti gli Stati membri dell'Ue affinché i cittadini si sentano sicuri nel mercato unico delle telecomunicazioni».

È, però, vivo in Europa il dibattito sul ruolo da attribuire al silenzio che, a differenza del comportamento concludente che pure costituisce forma (sebbene tacita) di manifestazione di volontà, è invece un'omissione di qualsiasi comportamento, in quanto mera inerzia o inattività.

Sono in molti a sostenere che il silenzio, sostanziandosi in un contegno di per sé neutro ed equivoco, non può da solo costituire una manifestazione di volontà negoziale. Il silenzio, quindi, può assumere il valore giuridico di espressione di volontà negoziale solo quando è la legge ad attribuire a esso un tale significato (cosiddetto silenzio con significato legalmente tipico), o è il contesto di circostanze, in cui il silenzio è inserito, a conferirgli complessivamente un significato rilevante agli effetti contrattuali (cosiddetto silenzio circostanziato).

## *Verso un rapporto equilibrato tra imprese e consumatori*

Anche per dare giusto peso a queste critiche appare quanto mai necessario riequilibrare, sotto il profilo strettamente normativo, le asimmetrie esistenti nel rapporto tra cittadini-utenti e operatori.

Le nuove norme sulle attività di telemarketing contengono disposizioni che agiscono chiaramente in favore degli operatori commerciali, mettendoli in condizione di poter utilizzare ogni dato del cittadino che risulti disponibile, mentre obbliga l'utente che vuole sottrarsi alle telefonate commerciali a seguire una procedura di opposizione.

Durante il dibattito parlamentare non sono mancate le voci di chi ha chiesto di adottare con un successivo atto normativo di rango primario misure volte a modificare la norma delegante, in modo tale da prevedere l'istituzione di uno o più registri dei consenzienti, in relazione alle diverse tipologie commerciali. Sarebbe bene adottare un'inversione della procedura di accesso ai dati, che obblighi gli operatori commerciali a contattare solo gli utenti che abbiano preventivamente manifestato il loro consenso a essere destinatari di messaggi pubblicitari e commerciali.

Questo anche per evitare che le persone, esasperate dalle chiamate non sollecitate, si iscrivano in massa al registro e non siano più contattabili, con grave danno soprattutto per le piccole e medie imprese che non possono utilizzare forme alternative di comunicazione commerciale e che perdono l'opportunità di acquisire direttamente nuovi potenziali clienti.

Ci sono le premesse perché il tema sia ancora oggetto di interventi normativi. Tanto più che entro la fine del 2011 è prevista la riforma profonda della Direttiva comunitaria 95/46 da cui sono nate le norme nazionali in materia di *data protection*. Sicuramente, quindi, il legislatore italiano dovrà tornare a occuparsi di questi argomenti, spostando nuovamente il confine della privacy rispetto alla sua collocazione attuale.

## *Le prospettive dell'Unione europea: la riforma della Direttiva 95/46/Ce verso una "data protection 2.0"*

È curioso osservare che fin dal novembre 2009, proprio mentre in Italia veniva approvata la riforma che ha introdotto il registro delle opposizioni, l'Unione europea ha lanciato una nuova strategia di riforma nell'ambito della protezione dei dati personali, che punta a riformare la Direttiva 95/46/Ce.

In particolare il 25 novembre 2009 è stata approvata la Direttiva comunitaria 2009/136/Ce che, tra l'altro, ha aggiornato la Direttiva 2002/58/Ce relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche.<sup>4</sup>

Tale riforma prevede che gli Stati membri siano tenuti ad adottare le misure appropriate per garantire che le comunicazioni indesiderate allo scopo di commercializzazione diretta non siano permesse se manca il consenso degli interessati, oppure se gli abbonati o utenti esprimono il desiderio di non ricevere questo tipo di chiamate; la scelta tra queste due possibilità è effettuata dalla normativa nazionale, tenendo conto del fatto che entrambe le possibilità devono essere gratuite per l'abbonato o l'utente.

A parte questo primo intervento, la Commissione europea ha avviato un lungo processo che ha l'obiettivo di riformare profondamente la Direttiva comunitaria 95/46/Ce dalla quale sono derivate tutte le legislazioni europee in materia di dati personali.

Questa riforma ha l'obiettivo di creare un quadro giuridico coerente e tendenzialmente uniforme tra i vari Stati membri, che tenga conto delle dimensioni internazionali assunte dal fenomeno della circolazione dei dati e delle nuove forme di trattamento cui possono essere sottoposti.

Il maggior difetto riscontrato a distanza di anni dall'emanazione della direttiva, oltre all'arretratezza della normativa rispetto alle nuove tecnologie, è la sua incapacità di imporre un'uniforme applicazione dei principi da essa espressi nei vari Stati. La Ue ritiene oggi essenziale la necessità di promuovere una tutela effettiva e paritaria nei vari Paesi dell'Unione.

I mezzi individuati per conseguire tale risultato sono l'enunciazione di principi universali e di linee guida precise nei confronti degli Stati membri e l'incoraggiamento delle iniziative di autoregolamentazione da parte degli organismi deputati al trattamento dei dati, attraverso l'adozione di codici di comportamento da parte dei responsabili dei trattamenti.

Uno degli aspetti più qualificanti del progetto di riforma è l'obiettivo di rafforzare i diritti delle persone fisiche, sia con riguardo al momento che precede la comunicazione dei propri dati sia a quello successivo al controllo della gestione dei medesimi.

<sup>4</sup> Si veda l'articolo pubblicato su *Consumatori, Diritti e Mercato* n. 1/2010 a firma di Emilie Barrau "Privacy: un concetto superato".

Sotto il primo profilo, l'obiettivo è promuovere un consenso libero e informato al trattamento dei dati (requisiti già previsti della Direttiva 95/46/Ce, art. 2, a fronte delle difformità di interpretazione nei diversi sistemi normativi di recepimento: si spazia dalla necessità di un consenso scritto alla possibilità di individuare un consenso esplicito). Per questo, l'Unione ritiene necessario garantire la piena consapevolezza dei diritti da parte delle persone fisiche, da un lato promuovendo vaste campagne di sensibilizzazione, dall'altro prevedendo che i detentori di dati, primi fra tutti i fornitori di servizi Internet e i motori di ricerca, rendano note le modalità e gli scopi della raccolta, per consentire una completa conoscenza della destinazione delle informazioni fornite.

In relazione al secondo aspetto, vi è l'intento di rafforzare la tutela dei dati già forniti contro l'eventualità di gestioni incontrollate. Anche qui i progetti seguono la via già tracciata in passato dall'Ue (in particolare dall'art. 8 della Carta dei diritti fondamentali), con il proposito di fornire più ampie garanzie riguardo alle facoltà di accesso, rettifica, blocco e cancellazione dei propri dati, per cui si parla di un "diritto all'oblio" o "diritto a essere dimenticati", consistente nella possibilità di ottenere una rimozione completa dei propri dati.

Gli ostacoli che l'Unione europea dovrà affrontare per realizzare questa nuova visione della privacy sono numerosi. Tra questi, la difficoltà di tradurre le enunciazioni di principio in linee guida chiare e stringenti, al fine di impedire le attuali interpretazioni da parte dei vari Stati o il rischio che l'elaborazione di direttive troppo specifiche non consenta l'adattamento delle norme di recepimento alle sempre nuove problematiche connesse al continuo e imprevedibile sviluppo delle tecnologie.

A ciò si aggiunge che deve essere ancora raggiunto un accordo con gli Stati Uniti, necessario per ottenere standard normativi coerenti e armonizzati. Le difficoltà, in questo caso, possono derivare dalle differenze del concetto di privacy e protezione dei dati nei due sistemi normativi.

## *L'importanza dell'informativa per garantire i diritti dell'interessato*

Nel presentare le linee di riforma della direttiva comunitaria, l'Unione europea ha sottolineato che la trasparenza è una condizione fondamentale per permettere alle persone di esercitare un controllo sui propri dati personali e per assicurarne una protezione efficace. È, pertanto, essenziale che gli interessati ricevano informazioni corrette, chiare e trasparenti dai responsabili del trattamento in merito alle modalità di raccolta e di trattamento dei dati che li riguardano, a chi li raccoglie e li tratta, per quali motivi e per quanto tempo, nonché al diritto di accesso ai dati, di rettifica e cancellazione. Le disposizioni relative alle informazioni da fornire all'interessato non sono sufficienti.



Presupposto fondamentale della trasparenza è l'uso di un'informativa facilmente accessibile e comprensibile e l'uso di un linguaggio chiaro e semplice. Ciò vale a maggior ragione per gli ambienti in rete, dove le informazioni riguardanti la privacy sono spesso poco chiare, difficilmente accessibili, non trasparenti e non sempre del tutto conformi alle norme vigenti. Un esempio è la pubblicità comportamentale online, un campo in cui il forte aumento degli attori coinvolti e la complessità tecnologica dell'operazione fanno sì che sia molto difficile per le persone comprendere se vengono raccolti dati personali, da chi e a quale scopo. I minori devono essere particolarmente protetti al riguardo, in quanto sono probabilmente meno consapevoli dei rischi, delle conseguenze, delle garanzie e dei diritti relativi al trattamento dei dati personali.

### *Il principio di minimizzazione dei dati*

È importante che gli interessati sappiano se i loro dati sono andati distrutti, persi o se sono stati alterati, consultati o comunicati a terzi non autorizzati, in modo accidentale o illecito. Due premesse importanti per garantire un elevato livello di protezione dei dati sono che il loro trattamento effettuato dal responsabile sia limitato al minimo necessario in relazione alle sue finalità (è il cosiddetto principio di minimizzazione dei dati) e che l'interessato mantenga un controllo effettivo su di essi. Particolarmente rilevante al riguardo è l'esempio dei siti di *social network*, che oppongono grandi difficoltà a chi voglia esercitare un controllo effettivo dei propri dati personali. La Commissione ha ricevuto varie denunce di persone che non sono riuscite a recuperare dati personali, anche fotografie, da fornitori di servizi online e che, quindi, non hanno potuto esercitare i diritti di accesso, rettifica e cancellazione.

Sarebbe opportuno rendere tali diritti più espliciti e chiari, possibilmente anche rafforzarli. Proprio per questo la riforma allo studio della Commissione europea esaminerà i mezzi per rafforzare il principio di minimizzazione dei dati e migliorare le modalità per l'effettivo esercizio dei diritti di accesso, rettifica e cancellazione o blocco dei dati (per esempio introducendo termini di risposta alle richieste degli interessati, consentendo l'esercizio dei diritti per via elettronica o stabilendo che il diritto di accesso debba essere di norma gratuito). Verrà, inoltre, definito il cosiddetto "diritto all'oblio", ossia il diritto di far cessare il trattamento dei propri dati e di farli cancellare quando non sono più necessari per fini legittimi.

## *Il ruolo del consenso libero e informato*

Per quanto riguarda il consenso dell'interessato, le norme vigenti prevedono che tale requisito debba consistere in una «manifestazione di volontà libera, specifica e informata» con la quale l'interessato segnala di essere d'accordo con il trattamento. Tuttavia dette condizioni sono al momento interpretate in modo diverso nei vari Stati membri; così, per esempio, mentre in alcuni Stati vige l'obbligo generale del consenso scritto, altri presuppongono il tacito consenso.

Inoltre, negli ambienti online è spesso ancora più difficile comprendere i propri diritti e dare un consenso informato. Ciò è ulteriormente complicato dal fatto che, talvolta, non è nemmeno chiaro in che cosa consista il consenso libero, specifico e informato; è questo il caso della pubblicità comportamentale, dove le impostazioni del browser esprimono, spesso in modo inconsapevole, il consenso dell'utente.

Per questo l'Unione europea ha deciso di fare chiarezza sulle modalità di espressione del consenso, al fine di garantire che sia dato sempre con consapevolezza e che l'interessato sappia per quale trattamento lo sta accordando, come prevede l'art. 8 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea. Inoltre la riforma della direttiva comunitaria favorirà lo sviluppo di iniziative di autoregolamentazione e la ricerca di soluzioni pratiche per rendere più chiare le norme sul consenso e rafforzarle.

## *Le prospettive future*

In definitiva la linea che si sta seguendo in Europa è quella di mantenere i principi previsti dalla Direttiva del 1995, rendendoli però più dinamici e adeguati alle nuove tecnologie. In particolare si sta affermando un criterio che si può definire di "responsabilità organizzativa": chi tratta dati personali deve organizzarsi bene in modo da prevenire violazioni o abusi. Occorrerà, quindi, rispettare il principio di precauzione per prevenire utilizzi abusivi delle informazioni trattate. I titolari del trattamento dovranno assumersi l'onere di documentare in una procedura interna tutto ciò che è necessario fare per rispettare i principi normativi per essere in grado di dimostrare di aver fatto quanto necessario per gestire in modo adeguato questa materia. La privacy futura sarà sempre di più basata su regole organizzative finalizzate a prevenire usi impropri dei dati. In questo contesto, è probabile che troveranno sempre meno spazio operativo norme basate su consensi presunti e su registri pubblici delle opposizioni.

I confini della privacy, al di là della riforma introdotta in Italia con il registro delle opposizioni, quindi, sono destinati a spostarsi ancora, accompagnando la dinamica sociale e l'evoluzione del costume.