



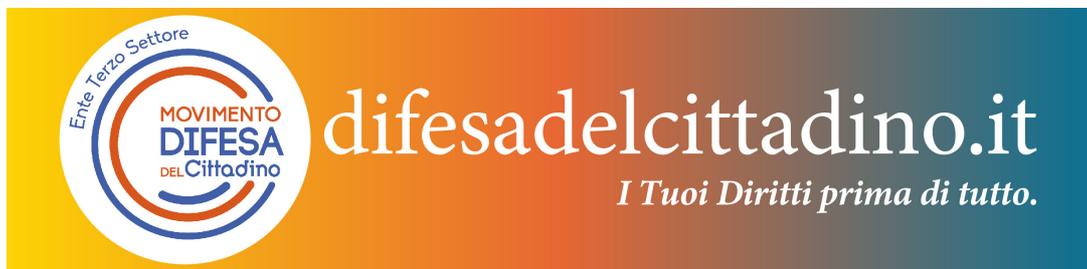
Info Mdc <info@mdc.it>

Newsletter MDC NEWS

1 messaggio

Redazione Difesa del cittadino <info@mdc.it>
Rispondi a: Redazione Difesa del cittadino <info@mdc.it>
A: info@mdc.it

26 luglio 2023 alle ore 11:50



MDC NEWS - Bisettimanale del Movimento Difesa del Cittadino

Numero di iscrizione al Tribunale di Roma
Sezione Stampa - 502/00 del 28.11.2000

Editore Movimento Difesa del Cittadino

Dir. Resp. Francesco Luongo

Responsabile di Redazione: Gerry Mottola

Web: info@mdc.it - www.difesadelcittadino.it

Redazione: Roma, Via Casilina n.3/T - Tel. 064881891 Fax. 0642013163

Stampa in proprio-R.T.

n. 18 del 26.07.2023

Finito di stampare il 26.07.2023

Seguici su



NEWS

Speciale Campagna Registro pubblico delle opposizioni



RPO

Registro pubblico delle opposizioni

Il Telemarketing. Limiti di utilizzo alla luce dell'entrata in vigore del Registro pubblico delle opposizioni

Il telemarketing, tecnica di vendita posta in essere attraverso telefonate dirette ai potenziali acquirenti o attraverso l'indicazione di un numero cui rivolgersi gratuitamente per informazioni sull'acquisto di un bene o di un servizio, è stato fortemente ridimensionato, nel suo utilizzo "selvaggio e molesto", con l'entrata in vigore del DPR 26 del 27.1.2022 e, più nello specifico, del Registro pubblico delle opposizioni.

Se dunque con questa modalità di vendita era possibile, fino a poco tempo fa, chiamare in maniera indiscriminata tutti i soggetti titolari di un'utenza fissa o mobile, per il tramite di operatori interni o di call center esterni, oggi ciò non è più possibile se l'utente decide di negare il consenso, iscrivendo il proprio numero -o anche più di uno, fino a 5 contemporaneamente- nel Registro.

Ma vediamo più nel dettaglio le tecniche e le finalità del telemarketing e i limiti operativi concretamente introdotti dalla nuova normativa.

Le aziende, nella loro strategia di vendita, sono solite pubblicizzare i propri servizi e i propri prodotti, e per fare ciò dispongono di svariati strumenti. Con il telemarketing si fanno parte attiva contattando direttamente i consumatori i cui contatti vengono reperiti in database interni o liste condivise, al fine di presentare il **brand**, cataloghi di prodotti o servizi, oppure offerte temporanee e promozioni riservate.

Spesso l'obiettivo della chiamata commerciale è quindi semplicemente di natura promozionale.

Se invece le chiamate di operatori e call center sono finalizzate direttamente alla vendita, alla chiusura di contratti e alla creazione di **lead** concreti, si è più propriamente nel campo del **teleselling** o delle vendite telefoniche.

Raramente si associa al telemarketing la messa a disposizione di un numero verde, gratuito, per consentire all'utente di contattare l'azienda, eppure anche attraverso questo canale quel soggetto potrebbe diventare un potenziale cliente o, se lo è già, essere portato a sottoscrivere altre proposte contrattuali o aderire a ulteriori offerte e proposte promozionali.

Tra le modalità operative descritte, quelle che più creano “fastidio” e sono percepite moleste dai consumatori, sono senza dubbio le prime due, in quanto spesso si tratta di servizi non richiesti o non di interesse, la cui vendita l'utente percepisce come una sorta di aggressione o di molestia, soprattutto quando è ripetuta nel corso della giornata ad opera di più aziende o, nonostante il disinteresse, viene riproposta a distanza di pochi giorni dalla medesima società.

Proprio al fine di mettere un freno a queste modalità così “invadenti” e “disturbanti”, il Ministero delle imprese e del Made in Italy ha previsto uno strumento normativo che andasse in soccorso a quanti non intendono più essere “parte passiva” dell'offerta commerciale e pertanto, una volta manifestato il proprio dissenso, non vogliono essere più chiamati a fini pubblicitari o di marketing.

Contattati infatti, indifferentemente sulle utenze fisse e su quelle mobili, a qualunque orario del giorno e della notte e per qualsiasi tipo di offerta anche poco o per niente in linea con le proprie abitudini di consumo, molti consumatori hanno cominciato – da alcuni anni a questa parte - a considerare le chiamate commerciali come delle indesiderate interruzioni alle proprie attività quotidiane, al punto da sollecitare risposte pubbliche e normative per l'introduzione di strumenti a difesa da tale telemarketing aggressivo.

Passando quindi dalle soluzioni meno drastiche, come le app che riconoscono e bloccano i numeri di presunto spam o l'iscrizione in “liste nere” di utenze telefoniche che non possono essere contattate per finalità commerciali e di marketing, si è sentita, anche a livello istituzionale, sempre più forte l'esigenza di creare uno strumento idoneo a tutelare e proteggere non solo la libertà di scelta degli utenti ma anche l'indebita – e non infrequente – vendita dei dati raccolti con tale forma di marketing a società terze, anche estere, con palese violazione della normativa sulla privacy e sulla tutela dei dati personali.

Senza contare le numerose truffe a danno di anziani e soggetti deboli, portate a termine da malintenzionati tramite (finte) chiamate commerciali e mascherate da telemarketing.

Proprio per tali ragioni, in Italia, nel corso di questi anni, più volte l'AGCOM e il Garante Privacy si sono pronunciati contro le televendite aggressive, cercando di fornire agli addetti ai lavori linee guida su un utilizzo per quanto più possibile rispettoso e in linea alle normative vigenti - anche a livello europeo – su elenchi e liste. Suggerimenti e indirizzi che hanno condotto quindi alla pianificazione e all'entrata in vigore del Registro pubblico delle opposizioni, con adesione volontaria del cittadino/consumatore agli strumenti di contrasto alle chiamate commerciali indesiderate e, dunque, alla espressa manifestazione di dissenso a contatti per finalità promozionali e di marketing.

Chiaramente con l'entrata in vigore del Registro pubblico delle opposizioni non si è interrotta l'attività di vigilanza del Garante della privacy.

Prova ne sono le recentissime sanzioni comminate a Tim, Green Network e Sorgenia per “telemarketing illecito” e l'annessa confisca delle banche dati di alcun call center illegali che, violando le normative sulla privacy e sulla raccolta del consenso, svolgevano attività di vendite telefoniche non consentite.

L'Authority ha dunque fortemente invitato, soprattutto le società telefoniche ed energetiche, a rafforzare i controlli e le politiche interne per garantire piena conformità alle normative privacy.



Ente Terzo Settore
MOVIMENTO DIFESA DEL Cittadino

RPO
Registro pubblico delle opposizioni

Ministero delle Imprese e del Made in Italy

È attivo il nuovo servizio!
Scopri come iscriverti
#RPOcellulari

www.registrodelleopposizioni.it

SEGUICI PER ESSERE SEMPRE INFORMATO



SALA STAMPA



CHI SIAMO/ISCRIVITI



CITTADINI IN TV



DIRITTI&CONSUMI



Share



Tweet



Forward

Movimento Difesa del Cittadino | Contattaci

This email was sent to info@mdc.it

why did I get this? [unsubscribe from this list](#) [update subscription preferences](#)

Movimento difesa del cittadino · Via Casilina 3/T · Roma, RM 00185 · Italy