

MANOVRA MONTI, RIVOLUZIONE PRIVACY PER ENTI ED IMPRESE

di Luca Giacopuzzi¹

Con la Manovra Monti l'Italia si avvicina all'Europa, anche per ciò che attiene alla privacy.

Il Belpaese, unico Stato membro dell'Unione assieme all'Austria e al Lussemburgo ad aver recepito la Direttiva 95/46/CE in modo da estenderne le tutele, oltre che alle persone fisiche, anche alle persone giuridiche, torna sui propri passi, e riallinea la disciplina privacy alla Direttiva comunitaria di riferimento.

E' da dire, anzitutto, che, sotto un profilo strettamente giuridico, desta non poche perplessità il fatto che il nuovo assetto sia stato disegnato da uno strumento, quale il "decreto-legge", che il Governo (cui non appartiene la funzione legislativa, la quale, come noto, è esercitata dalle Camere) può utilizzare solo in casi straordinari di necessità ed urgenza, per il vero non presenti nel caso di specie in relazione alla privacy.

Ma procediamo oltre. Piaccia, o meno, tale scelta di politica legislativa, conviene porre la lente sulle modifiche che sono state introdotte, le quali, pur se conseguite ad una sola previsione, sono di portata dirimpente.

Facciamo chiarezza, ripercorrendo, anzitutto, il dato normativo.

La Manovra Monti, all'art. 40, comma 2, così recita:

"2. Per la riduzione degli oneri in materia di privacy, sono apportate le seguenti modifiche al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196:

- a) all'articolo 4, comma 1, alla lettera b), le parole "persona giuridica, ente od associazione" sono soppresse e le parole "identificati o identificabili" sono sostituite dalle parole "identificata o identificabile".
- b) All'articolo 4, comma 1, alla lettera i), le parole "la persona giuridica, l'ente o l'associazione" sono soppresse.
- c) Il comma 3-bis dell'articolo 5 è abrogato.
- d) Al comma 4, dell'articolo 9, l'ultimo periodo è soppresso.
- e) La lettera h) del comma i dell'articolo 43 è soppressa."

¹Avvocato in Verona (www.lucagiacopuzzi.it), titolare dello Studio Legale Giacopuzzi – Diritto d'Impresa (www.studiogiacopuzzi.it)

Già ad una prima lettura, si percepisce quella che è la novità di maggior impatto: la nozione di “dato personale”, perno della disciplina di cui al Codice della Privacy, si depotenzia, essendo detta relativa alle sole persone fisiche (e non, come in passato, anche alle persone giuridiche, enti o associazioni).

Va da sé che la modifica si riverbera sulla definizione di “interessato”, che ora può essere solamente una persona fisica.

Da quanto precede consegue che la persona giuridica (sia essa una società, un ente o un’associazione) fuoriesce del tutto dalla disciplina-privacy in quanto soggetto da tutelare, e ciò a prescindere dal fatto che il trattamento dei dati personali avvenga per finalità amministrativo-contabili, o meno (in relazione a quest’ultimo aspetto si noti che, coerentemente, il comma 3-bis dell’art.5 del Codice è stato abrogato).

Come rilevato in precedenza, trattasi di una rivoluzione.

Ciò, tuttavia, non significa che le imprese possano disattendere le indicazioni del Codice della privacy e del Garante per la protezione dei dati personali, poiché esse trattano, e continueranno a trattare, anche dati di persone fisiche.

Come non significa che la persona giuridica scompaia dal Codice della privacy.

Il riferimento alle persone giuridiche, enti od associazioni, infatti, continua ad essere incluso nella definizione, tra le altre, di “abbonato”.

Ciò comporta che, in forza del combinato disposto degli articoli 129 e 130 del Codice, il telemarketing su elenchi continua a ricevere protezione ai sensi della disciplina sulla privacy.

Non vengono meno, peraltro, anche altre tutele per gli abbonati, tra cui quelle dettate dall’art. 122 e seguenti del Codice.

Sul fatto che quanto appena riferito discenda da una scelta consapevole, e non derivi, piuttosto, da una svista nella redazione del provvedimento, pare lecito nutrire dubbi.

Sfugge, infatti, la ragione per la quale la persona giuridica, la cui tutela in punto privacy esce non poco affievolita dalla Manovra Monti, conserva intatte le proprie prerogative relative allo status di abbonato e, in particolare, in tema di telemarketing.

Tanto più se si considera che, ai sensi dell’art. 130 del Codice, che disciplina le “comunicazioni indesiderate”, ora le persone giuridiche, gli enti e le associazioni possono, per esempio, essere destinatari di campagne di e-mail marketing e di fax marketing ancorchè non vi abbiano prestato consenso.

Alla luce del quadro normativo vigente, si arriva al paradosso che la persona giuridica è inerme di fronte alle comunicazioni trasmesse con i sistemi di cui al comma 1 e 2 dell'art. 130 del Codice (tra gli altri, sistemi automatizzati di chiamata, e-mail e fax) mentre riceve tutela nei confronti delle medesime comunicazioni ove effettuate per il tramite di un operatore (come accade, per esempio, nell'ambito del telemarketing).

Solo un intervento correttivo al testo del decreto potrebbe avallare un'interpretazione differente o, ancor meglio, rimettere le cose a posto.

Pare opportuno, infine, modificare altresì l'art.141 del Codice, in tema di tutele dinanzi al Garante, che la norma riserva all'interessato, al fine di consentire che anche le persone giuridiche possano avervi accesso (si pensi all'ipotesi in cui una società, nominata responsabile del trattamento, abbia interesse a rappresentare all'Authority la relativa designazione come non conforme a legge).