



# Vade retro, spam!

Sending an e-mail without the consent of the addressee is prohibited by law, which is clear and precise on that issue. E-mail addresses are deemed personal and private data which, as such, must be treated in compliance with applicable laws.

Article 130 of the Privacy Act stipulates in the first paragraph that the use of "automatic calling systems" (meaning electronic mail, fax, SMS, MMS, and so on) for sending advertising material or other commercial messages is permitted only when addressees have given their prior consent. Article 9 of Law 70/03 adds, then, that unsolicited commercial messages sent by electronic mail must be identified as such clearly and unambiguously at the moment the addressee receives them, and must include instructions that the addressee may follow easily and without any additional cost in order to discontinue receiving such messages in the future.

Let's examine then how such consent should be expressed, freely and explicitly, in response to a properly presented offer of products or services. The company, when asking for a person's consent, may add a brief general description of the advertised subject, but this introduces a risk that it might be deemed an attempt to elude the anti-

spam law – by sending a message that is made to appear as a "request for consent" but actually contains advertising material.

Penalties for offenders – as noted by the State Privacy Protection Office – are determined according to administrative law, especially

*Inviare e-mail senza il consenso del destinatario è vietato dalla legge, che sul punto è chiara e precisa. Gli indirizzi di posta elettronica recano infatti dati di carattere personale, che, in quanto tali, devono essere trattati nel rispetto della normativa in materia.*

*Stabilisce, anzitutto, l'art. 130 del Codice della Privacy, al primo comma, che l'uso di "sistemi automatizzati di chiamata" (e quindi: posta elettronica, fax, SMS, MMS, e così via) per l'invio di materiale pubblicitario o di altre comunicazioni commerciali è consentito solo nei confronti di coloro che abbiano espresso, preliminarmente, il loro consenso. L'art. 9 D.Lgs. 70/03, poi, aggiunge che le comunicazioni commerciali non sollecitate e trasmesse per posta elettronica devono, in modo chiaro ed inequivocabile, essere identificate come tali fin dal momento in cui il destinatario le riceve e contenere l'indicazione che il destinatario del messaggio potrà in futuro opporsi al ricevimento di tali comunicazioni, in modo agevole e del tutto gratuito.*

*E' appena il caso di osservare come detto consenso debba essere manifestato liberamente ed in modo esplicito, in relazione ad un'offerta di prodotti o servizi che deve essere stata adeguatamente illustrata. L'impresa, nel richiedere il consenso, potrà fornire indicazioni generali sul bene da reclamizzare, senza tuttavia eccedere: il rischio è che si giunga ad una elusione della normativa antispam, con l'invio di una mail che, mal celata come "richiesta di consenso", abbia di fatto un contenuto pubblicitario.*

*Le sanzioni per i trasgressori – come ricordato dall'Ufficio del Garante per la protezione dei dati personali – vanno dalla sanzione amministrativa, in particolare per omessa informativa all'utente (fino a 90mila Euro), a quella penale (reclusione da 6 mesi a 3 anni). Al di là di ogni conseguenza penale, chi invia e-mail a scopo promozionale in assenza di consenso e cagiona danno al destinatario deve infatti rispondere del proprio*

**Studio Legale Giacomuzzi,  
Verona - Bolzano**  
Stradone San Fermo, 21  
37121 Verona  
Tel. +39 045 8011287  
Fax +39 045 8039787  
www.lucagiacomuzzi.it

# No soliciting, spam!

for failing to inform users (up to 90,000 euro) and up to penal law (prison terms from 6 months to 3 years). Beyond penal consequences, whoever send an email for promotional purposes without consent and causes damages to the addressee is open to prosecution also according to civil law and might be required to pay damages pursuant to Article 15 of the Privacy Act, including damages that are not limited to property. This, however, seems to be the last frontier in the spam battle. It opened three years ago with a ruling of a Justice of the Peace from Naples, sentencing a Neapolitan company to pay a thousand euro after it had advertised by e-mail and failed to abide by current laws regarding personal data (sentence of 4-10 June, 2004). This ruling was followed by many others. One notable and important sentence of the Latina Court (Terracina Branch), given on 19 June 2006, quantified damages, equity-wise, and set them at a thousand euro for each of nine SMS unsolicited messages, stating that the damage caused "to the plaintiff, forced to continuously check arriving messages and delete those unsolicited" was clearly evident. But then even if life is tough for our home-grown spammers, it is not even close to what it's like on the other side of the ocean. Just these days there was news that the Federal Court of New Jersey sided with Verizon Wireless against the Specialized Programming and Marketing company (whose acronym is, yes, SPaM!), which was slapped with a \$200,000 fine for sending unsolicited SMS.

Avv. Luca Giacomuzzi

*operato da un punto di vista civilistico, risarcendo il pregiudizio cagionato ai sensi dell'art. 15 Codice della Privacy, ivi compreso il danno non patrimoniale. Sembra essere questa, peraltro, l'ultima frontiera del contenzioso legato allo spam. La via è stata aperta da una sentenza del Giudice di Pace di Napoli, che, ancora tre anni orsono, ha condannato al pagamento di 1000 Euro una società partenopea che non si era curata, nell'effettuare pubblicità via e-mail, di rispettare la normativa a tutela dei dati personali (sentenza 7-10 giugno 2004). Dopo questa pronuncia, molte altre ne sono seguite. Da registrare, in quanto particolarmente significativa, una decisione del Tribunale di Latina (Sez. Distaccata di Terracina) del 19 giugno 2006, che ha quantificato il danno in materia, in via equitativa, in 1000 Euro per ciascuno dei nove Sms indesiderati, affermando che è di tutta evidenza il danno subito "dal ricorrente, costretto a controllare in continuazione i messaggi pervenutigli e a eliminare quelli indesiderati". Se, dunque, è dura la vita per gli spammers di casa nostra, niente è paragonabile a ciò che accade agli stessi Oltreoceano. E' di questi giorni la notizia che Verizon Wireless ha avuto ragione nei confronti della Specialized Programming and Marketing (azienda il cui acronimo - guarda caso - è SPaM!), condannata dalla Corte federale del New Jersey ad un risarcimento di oltre 200mila dollari per l'invio di SMS non richiesti.*

Avv. Luca Giacomuzzi

