

CODICE SULLA PRIVACY

Approfondimenti

VIDEOFONINI

Le regole per rispettare gli altri. Lecite le videochiamate ad uso personale, no alla diffusione di immagini senza il consenso degli interessati

I c.d. videotelefoni sono dotati anche di videocamere di dimensioni assai ridotte, orientabili in vario modo sull'apparecchio e dotate di diverse funzioni, anche di ingrandimento di immagini. Attraverso tali videocamere si possono effettuare riprese prima e durante una conversazione, caratterizzate da un grado crescente di risoluzione e realizzabili anche clandestinamente, grazie alla frequente assenza nell'apparecchio di segnali luminosi o acustici che segnalino a terzi la ripresa in atto.

Ecco allora le regole richiamate dal Garante.

Se le videochiamate sono utilizzate ad uso personale e le immagini rimangono nella sfera personale o circolano solo tra un numero ristretto di persone, non si applica il Codice sulla protezione dei dati personali. Chi utilizza l'apparecchio è tenuto, anche in questi casi, a rispettare gli obblighi previsti in materia di sicurezza dei dati, a risarcire i danni anche morali nel caso cagioni danni a terzi, a non ledere il diritto all'immagine e al ritratto.

Sarebbe invece illecita una comunicazione sistematica attraverso il videofonino o una diffusione anche via Internet delle immagini, senza rispettare i diritti degli interessati e chiedere, quando è necessario, il preventivo consenso, libero e informato (che deve essere manifestato per iscritto in caso di dati sensibili).

L'Autorità ha, infine, invitato imprese produttrici di apparecchi o impegnate nella realizzazione di software di valutare l'opportunità di dotare di cellulari di nuove funzioni, tra cui anche segnali luminosi, per rendere più evidente a terzi che il videotelefono è in funzione, come pure di funzioni per il blocco della trasmissione dell'immagine senza che venga interrotta la conversazione.

(Newsletter N. 241 del 10 - 23 gennaio 2005)

PUBBLICITÀ PER FAX

Solo con il consenso del destinatario

É illecito inviare fax indesiderati e subordinare l'interruzione della pubblicità ad una chiamata fax a pagamento.

Si possono inviare fax per effettuare ricerche di mercato, promozioni o comunicazioni commerciali, vendite dirette, pubblicità od altro materiale di carattere commerciale, solo dopo aver ottenuto il preventivo ed esplicito consenso del destinatario, anche se il suo numero telefonico compare in un elenco cosiddetto "pubblico", o viene reperito sulla rete Internet.

Inoltre, non si può mai subordinare la sospensione del servizio imponendo all'interessato un onere economico derivante, per esempio, dal rinvio del fax ad un numero di telefono soggetto ad una speciale tariffa ([NEWSLETTER N. 208 DEL 29 MARZO - 4 APRILE 2004](#)).

PUBBLICITÀ PER POSTA E DIRITTI DEI CITTADINI

Una casa editrice fa pubblicità per posta, ma non risponde alle richieste di un destinatario: paga le spese del procedimento

Pubblicizza per posta una rivista e paga le spese del procedimento. E' accaduto ad una importante casa editrice che ha spedito ad un cittadino italiano un invito ad abbonarsi ad una delle riviste pubblicata in collaborazione con un editore straniero.

L'interessato, infastidito dalla lettera, aveva chiesto alla casa editrice di sapere, in particolare, dove fossero stati reperiti i suoi dati personali, con quali modalità essi venivano utilizzati e per quali scopi.

Non avendo avuto risposta alla sua richiesta, l'interessato si è rivolto al Garante, il quale, preso atto del comportamento della casa editrice, le ha ordinato di dare completo riscontro alle richieste del ricorrente addebitandole, inoltre, le spese sopportate dall'interessato per ricorrere, determinate forfetariamente in 250 euro (NEWSLETTER N. 218 DEL 21 - 27 GIUGNO 2004)

LABORATORI FOTOGRAFICI

Foto su Internet solo se lo sceglie il cliente

I fotografi e i laboratori fotografici che offrono servizi ai clienti riportando su un sito Internet le fotografie sviluppate, a disposizione del solo cliente, devono informare sin dall'inizio il cliente e adottare adeguate misure di sicurezza.

Questa in sintesi la pronuncia del Garante, in risposta alle segnalazioni di consumatori che lamentavano la violazione della normativa sulla privacy da parte di una società che, dopo aver sviluppato fotografie, le pubblicava, come ulteriore servizio, su un sito web, dove, attraverso un codice personale, erano accessibili ai clienti che potevano così stamparle, raccoglierle in album virtuali o spedirle via e-mail. Nelle segnalazioni oltre a sottolineare la mancanza di una idonea informazione tempestiva sul tipo di servizio che veniva offerto, si evidenziava che il codice personale fornito dalla società era collocato all'esterno della busta che contiene le foto ritirate dal cliente, visibile anche da terzi non autorizzati a visionare il materiale fotografico.

Dagli accertamenti effettuati dal Garante è risultato che la società riceve ordinazioni da parte di numerosi esercizi commerciali di sviluppo e stampa situati sul territorio nazionale ed offre ai clienti diversi prodotti tra i quali c'è anche un servizio che consente di poter visionare ed utilizzare le foto sia su carta, sia sul sito web della società, in un'area che la società dichiara essere accessibile alla persona che ne ha chiesto lo sviluppo. Per questo motivo il negoziante, quando riceve il rullino, rilascia un tagliando sul quale è annotato il tipo di lavorazione effettuata e un "codice busta" che consente di individuare le foto del cliente durante la lavorazione. Questo codice associato al codice, contenuto all'interno della busta al momento del ritiro, permette al cliente di avere accesso al sito dove il file con le foto è conservato per dieci giorni, dopo di ciò viene automaticamente cancellato.

L'autorità ha constatato che le immagini e i dati sono comunque oggetto di trattamento, a prescindere dal fatto che siano o meno visionabili. Ed in ogni caso le foto sono comunque accessibili nella fase di sviluppo su carta ed in quella di caricamento del file sul server.

Insufficienti e, soprattutto, non tempestive- sempre secondo quanto rilevato dal Garante - anche le informazioni fornite alla clientela dalla società attraverso la distribuzione di materiale pubblicitario presso i negozianti, che non risulta essere stato usato nei casi segnalati e che ha comunque un contenuto informativo inadeguato sul piano della protezione dei dati personali.

Il fotografo che riceve un rullino per lo sviluppo ha l'obbligo di informare il cliente, anche oralmente ma sin dal momento della consegna, dei diritti che la legge sulla privacy gli riconosce, nonché delle operazioni - specie se particolari come nel caso di specie - che saranno effettuate sulle sue foto. Se le immagini poi contengono informazioni che possano rivelare stato di salute, abitudini sessuali, informazioni politiche, il fotografo deve anche - come nel caso di pubblicazioni su giornali o su riviste - acquisire il consenso scritto del cliente (NEWSLETTER 27 MAGGIO - 2 GIUGNO 2002)