

02/05/2007

## SPAM: CHIARIMENTI E NORMATIVA

Con il termine **spam**, ci si riferisce a messaggi "non sollecitati", nel senso più semplice di "non richiesti" dal destinatario. Fin d'ora, però, è necessario fare alcune precisazioni.

La prima è che con "spam" **non** ci si riferisce **solo** alla **posta elettronica**, ma anche a:

- fax
- SMS
- MMS
- telefonate (tenere presente le continue richieste di sottoscrizione a contratti telefonici "vantaggiosi", che arrivano a casa e in ufficio)
- naturalmente, posta ordinaria

La seconda precisazione è che, in Italia, il garante della privacy (vedere più avanti) parla di **messaggi commerciali e/o promozionali**.

Si può dire che i messaggi non richiesti lo sono tutti, meno quelli inviati a un certo indirizzo per sbaglio da un altro utente.

La terza precisazione è che in Italia c'è anche la necessità di ottemperare agli **obblighi** derivanti dalla legge sulla riservatezza dei dati (in inglese **privacy**), che si aggiunge ai gravi danni strettamente derivanti dallo spam:

- intasamento delle caselle di posta, con possibile blocco del servizio
- tempo perso prima a guardare e poi a cancellare lo spam
- soldi persi per il tempo sprecato nelle attività appena citate

### Opzioni di ingresso e di uscita

Altri chiarimenti riguardano definizione e differenze tra i due termini:

- opt-in (da: "option in")
- opt-out (da: "option out")

Qualche anno fa, nei messaggi non richiesti venivano aggiunte scritte del tipo:

- "se non vuoi più ricevere questi messaggi, cancellati facendo clic qui"

Questa è la cosiddetta "opzione di uscita" (opt-out), nel senso che l'utente riceve posta fino a che non chiede di "uscire" dal gruppo dei destinatari.

Il [Codice in materia di Protezione dei Dati Personali](#), invece, stabilisce e conferma il principio dell'opt-in (articolo 130), nel senso che è consentito l'invio di comunicazioni mediante sistemi automatizzati (posta elettronica, fax, dispositivi automatici di chiamata) solo con il preventivo consenso dell'utente interessato. In altri termini, l'utente deve "chiedere di entrare" a far parte dei destinatari dei messaggi e solo dopo può riceverne.

La tutela dell'articolo 130 del Codice si estende anche all'invio di messaggi pubblicitari tramite SMS e MMS.

Ancora più correttamente, i fornitori di servizi di informazione e coloro che gestiscono liste di distribuzione e newsletter (pubblicazioni periodiche inviate in posta elettronica) utilizzano il "doppio opt-in". Significa che, dopo che è arrivata una richiesta di ricevere messaggi in posta elettronica dall'utente, il fornitore invia in posta elettronica una ulteriore richiesta di conferma di questa adesione.

Il motivo?

Evitare che qualcuno iscriva un indirizzo di posta elettronica a una lista di distribuzione o a una newsletter, all'insaputa del legittimo proprietario.

### **Qualche riferimento**

Il 3 settembre 2003, il Garante per la privacy si è [espresso contro lo spam](#) in questi termini:

- "Chi intende utilizzare le e-mail per comunicazioni commerciali e promozionali senza mettere in atto comportamenti illeciti... deve ottenere il consenso del destinatario"

Giunge a dire esplicitamente:

- "lo spamming a fini di profitto è reato"

Ha scritto inoltre:

- "...non è ammesso l'invio anonimo di messaggi pubblicitari..."

Infine, ha evidenziato che:

- "chi detiene i dati deve sempre assicurare agli interessati la possibilità di far valere i diritti riconosciuti dalla normativa sulla privacy"

In Italia, dal punto di vista strettamente normativo esiste solo il divieto di invio di fax con l'[articolo 10 del Decreto legislativo 171/98](#).

### **Qualche annotazione finale**

Quello che garantisce e tutela i titolari di caselle di posta elettronica contro l'invio di "spam" generato in Italia, non aiuta il cittadino italiano contro lo spam massiccio che arriva in massima parte (tra il 99% e il 100%) dall'estero.

La materia è stata oggetto di attenzione da parte della Comunità europea, che ha emanato la *Directive on Privacy and Electronic Communications* ([direttiva 2002/58/EC](#)), invitando le legislazioni nazionali ad adeguarvisi.

Al di là delle normative in senso lato, non va dimenticato che spesso le organizzazioni pubbliche e private emanano documenti interni con disposizioni ben precise da rispettare.

**Il responsabile nazionale di informatica**

Saverio Rubini