



UNC  
CONSUMATORI.IT

## **TELEMARKETING: peggiorato il testo**

16 novembre 2017

### ***Comunicato stampa Unione Nazionale Consumatori***

#### ***Pericoloso passo indietro sul telemarketing selvaggio: sparisce prefisso unico e tornano i vecchi consensi***

**Roma, 16 novembre 2017** - Peggiorato il disegno di legge sul registro delle opposizioni, che prevedeva un prefisso unico nazionale per le chiamate telefoniche a scopo promozionale. Il prefisso unico anti-scocciatori raddoppia: uno per riconoscere le chiamate commerciali ed un altro per le indagini statistiche. Inoltre il testo consente ora agli operatori che non si adeguano al prefisso unico, la facoltà di presentare l'identità della linea a cui possono essere contattati.

Infine, rispetto al passato, sono fatti salvi i consensi prestati nell'ambito di specifici rapporti contrattuali in essere, ovvero cessati da non più di trenta giorni aventi a oggetto la fornitura di beni o servizi, per i quali è comunque assicurata, con procedure semplificate, la facoltà di revoca.

“Male, un pericoloso passo indietro che vanifica quanto di buono si era approvato finora per la difesa della privacy dei cittadini” commenta Massimiliano Dona, presidente dell'Unione Nazionale Consumatori.

“Consentendo la facoltà di non adeguarsi al prefisso unico, con l'unico obbligo di dare la possibilità al consumatore di poter ricontattare l'operatore, non solo si elimina a tutti gli effetti il prefisso unico, ma si fa un pericoloso autogol, visto che se l'utente decidesse di richiamare, cadrebbe dalla padella alla brace, e verrebbe sottoposto ad un'aggressiva politica di marketing” prosegue Dona.

“Pessima anche l'idea di salvare i consensi prestati nell'ambito di specifici rapporti contrattuali in essere. Prestati nell'ambito, infatti, significa che non solo saranno salvati i consensi che abbiamo volontariamente dato alla nostra banca, cosa condivisibile, ma anche quelli che poi la banca ha ceduto a terzi solo perché, per disattenzione o per la fretta, abbiamo messo una crocetta di troppo. Così facendo il consumatore non riuscirà più a riappropriarsi dei propri dati” conclude Dona.

