



UNC
CONSUMATORI.IT

CHIAMATE INDESIDERATE: Soro, teleselling aggressivo, servono nuove norme

28 Giugno 2016

Comunicato stampa Unione Nazionale Consumatori

Secondo l'Unc solo 1,3% delle utenze è iscritto al Registro delle opposizioni, il Governo riveda le norme sul teleselling

Roma, 28 giugno 2016 - Secondo il Garante della privacy, Antonello Soro, nel settore del telemarketing “si continua a registrare un’incontenibile aggressività degli operatori che arriva a compromettere seriamente la tranquillità individuale e familiare” e per questo ha sollecitato nuovi e più efficaci interventi normativi.

“Giustissimo. Il Governo ed il Parlamento devono rivedere subito le norme sul teleselling. Fino a che al Registro delle opposizione possono aderire solo gli utenti che hanno il loro numero fisso sugli elenchi telefonici, la battaglia è persa in partenza. Su 115 milioni di linee telefoniche, tra fisse e mobili, possono iscriversi solo 13 milioni, l’11,3%. Gli iscritti effettivi, poi, sono solo poco più di 1 milione e mezzo, circa l’1,3%” dichiara Massimiliano Dona, Segretario dell’Unione Nazionale Consumatori.

Per questo abbiamo lanciato una petizione on line contro il teleselling selvaggio e l’hashtag #nondisturbarmi. Nei giorni scorsi, abbiamo presentato al Garante della Privacy le nostre proposte che sono state condivise dallo stesso Soro. Ora la palla deve passare al legislatore” prosegue Dona

Queste le richieste dell’UNC, appoggiate anche dal Garante:

- 1) Introduzione di un meccanismo di corresponsabilità tra l’azienda che avvia la campagna e il call-center che fa le telefonate (per evitare rimpalli di responsabilità e di dover perseguire piccoli call-center con sede all’estero).
- 2) Potenziamento del Registro pubblico delle opposizioni: la possibilità di iscrivere anche i numeri di cellulare e soprattutto che una volta iscritto il proprio numero si possano “cancellare” tutti i precedenti consensi (in modo tale da consentire al cittadino di riprendere il pieno controllo dei propri dati). Sarebbe inoltre preziosa l’istituzione di un Registro per censire le campagne promozionali (con indicazione dell’operatore che lancia la campagna, il periodo di riferimento e i numeri utilizzati per chiamare i consumatori) così

da evitare all'utente di dover fare indagini complicate per scoprire chi lo ha disturbato.

3) Oggi il pagamento alla Fondazione Ugo Bordoni (che si occupa del Registro) è proporzionale all'attività di scrematura dei numeri: tanto più si puliscono le liste, tanto più l'azienda deve pagare la Fondazione. Ma in questo modo si disincentivano le imprese a cancellare i numeri (di fatto preferiscono pagare le sanzioni), mentre sarebbe meglio stabilire il pagamento in base al fatturato.

Firma la nostra petizione.