

FAQ

MARKETING E PRIVACY

**Come gestire la proposizione dei prodotti nel rispetto
della normativa in materia di protezione dei dati personali**

- UFFICIO DATA PROTECTION -

V. 2.0 AGGIORNATA AL 13.07.2022

I. PROMOZIONE DEI PRODOTTI (Attività svolta dalla banca in qualità di Titolare del trattamento e dunque non eventualmente quale Responsabile del trattamento per conto delle società prodotte)

Modalità	Descrizione	Interessato	Tipologia prodotto	Base Giuridica
1) Allo sportello	1.1 Il dipendente della banca propone i prodotti direttamente alla persona presente allo sportello.	1.1 Cliente e Prospect	1.1 Propri e di terzi	Non serve nessun consenso/adempimento privacy se l'attività di proposizione viene svolta direttamente nei confronti del cliente/prospect presente allo sportello (senza che venga svolto un preliminare trattamento dei suoi dati personali a tale scopo e neppure un impiego di tecniche di comunicazione a distanza). Tale attività si colloca al di fuori anche delle norme in materia di comunicazioni indesiderate ex art. 130 del Codice Privacy.
2) Invio e-mail	2.1 La banca inserisce la pubblicità di prodotti propri all'interno di documenti inviati per e-mail.	2.1 Cliente e Prospect	2.1.1 Propri NON relativi a prodotti/servizi analoghi a quelli già utilizzati dal cliente	È necessario il consenso per l'attività di marketing (consenso al marketing prodotti propri).
			2.1.2 Propri relativi a prodotti/servizi analoghi a quelli già utilizzati dal cliente	Può ricorrere l'eccezione del c.d. "soft spam", in base al quale quando il titolare del trattamento utilizza per fini di vendita diretta di propri prodotti o servizi gli indirizzi di posta elettronica forniti dall'interessato nel contesto della vendita di un prodotto o di un servizio, può non richiedere il consenso dell'interessato. Ciò, però, solo laddove si tratti di servizi analoghi a quelli oggetto della vendita e a condizione che l'interessato, adeguatamente informato sin dall'inizio, non rifiuti tale uso (c.d. opposizione al trattamento o opt-out; ciò comporta l'esigenza di creare un elenco in cui inserire le persone che non vogliono essere contattate).
			2.1.3 Di terzi	In questo caso, è necessaria la presenza di un consenso riferito all'invio, da parte della Banca, di comunicazioni

				promozionali/pubblicitarie relative a prodotti anche di terzi (consenso al marketing prodotti di terzi).
3) Telefonate con operatore	<p>3.1 I prodotti vengono proposti dalla Banca agli interessati contattati telefonicamente. È importante sapere che sono state introdotte regole a tutela del consumatore:</p> <ul style="list-style-type: none"> - chi fa la telefonata pubblicitaria deve rendere visibile il numero chiamante (questa regola vale per tutte le chiamate commerciali); - gli operatori, o i loro responsabili, al momento della chiamata, devono indicare con precisione agli interessati che, se ricorre questa ipotesi, i loro dati personali sono stati estratti dagli elenchi telefonici, fornendo, altresì, le indicazioni utili all'eventuale iscrizione del contraente nel registro delle opposizioni; 	3.1.1 Clienti	3.1.1 Propri o di terzi	Necessario consenso al marketing per prodotti propri o di terzi . Non serve la consultazione al Registro pubblico delle opposizioni (RPO) .
		3.1.2 Prospect acquisiti direttamente dalla banca	3.1.2 Propri o di terzi	Necessario consenso al marketing per prodotti propri o di terzi . In base alla legge 5/2018, non trattandosi di clienti, dopo 15 giorni dalla data in cui è stato acquisito il consenso, occorre verificare che i prospect non si siano iscritti al Registro pubblico delle opposizioni (opt-out successivo al consenso) ¹ .
		3.1.3 Prospect ottenuti acquistando un elenco abbonati	3.1.3 Propri o di terzi	Non occorre il consenso ma è necessario verificare che l'interessato non sia iscritto nel Registro pubblico delle opposizioni (opt-out) ¹ . Se i dati sono acquisiti da terzi privati rivenditori di liste di contatti e numerazioni ricavati da elenchi telefonici occorre verificare che siano rispettate i limiti e obblighi di informativa previsti dalla legge 5/2018 (art. 1, commi 7 e 8).
		3.1.4 Clienti della banca in essere non consensati o di ex clienti consensati per i quali i rapporti siano cessati da più di 30 giorni	3.1.4 Propri o di terzi	Occorre consultare il Registro pubblico delle opposizioni in applicazione delle disposizioni di cui alla legge 5/2018 e ss.mm.ii ¹ .

¹ In attuazione di quanto previsto dal Decreto del Presidente della Repubblica del 27 gennaio 2022, n. 26, a far data dal 27 luglio 2022 tale verifica è estesa anche ai numeri di telefonia mobile e ai numeri fissi non presenti in elenchi pubblici.

	<p>- l'informativa può essere resa dagli operatori con modalità semplificate (questa regola vale per tutte le informative privacy rese telefonicamente). Si ricorda che in tutti i casi, prima di contattare un cliente o un prospect, occorre verificare che lo stesso non abbia manifestato recentemente od in passato la sua opposizione alla ricezione di chiamate od altre comunicazioni a fini commerciali (in tal senso va controllato se i dati dell'interessato risultino inseriti in un elenco interno di esclusione o c.d. black list di persone non contattabili).</p>	<p>3.1.5 Prospect acquisiti tramite la documentazione a disposizione della banca (Ad es. atto costitutivo di una società in cui figurano anche soci non clienti della banca).</p>	<p>3.1.5 Propri o di terzi</p>	<p>Necessario consenso al marketing per prodotti propri o di terzi. Non è possibile telefonare al cliente "sanando" la mancanza del consenso tramite esposizione dell'informativa e acquisizione del consenso, in quanto la prima parte della chiamata è comunque a rischio.</p>
<p>4) Telefonate automatizzate</p>	<p>4.1 I prodotti vengono proposti dalla Banca attraverso chiamate senza operatore.</p>	<p>4.1 Clienti o Prospect</p>	<p>4.1 Propri o di terzi</p>	<p>Ai trattamenti effettuati per fini promozionali tramite strumenti automatizzati o a questi equiparati si applica l'art. 130 del Codice Privacy, in base al quale l'utilizzo di tali strumenti per le finalità di marketing è consentito solo con il consenso preventivo del contraente o utente (c.d. opt-in), anche nel caso in cui i dati personali siano tratti da registri pubblici, elenchi, siti web atti o documenti conosciuti o conoscibili da chiunque.</p>

				Si precisa che per quanto concerne le telefonate automatizzate, si applica anche l'art. 1, commi 2, 5 e 8, della Legge 5/2018 (come modificata dal D.L. 139/21 conv. dalla L. 205/21) sul Registro Pubblico delle Opposizioni (RPO), per cui sono sempre validi i consensi di clienti con rapporti in essere, mentre per i clienti con rapporti cessati da più di 30 giorni è necessaria la previa verifica nel Registro pubblico delle opposizioni . Per i prospect il consenso è valido 15 giorni dal momento del rilascio, successivamente è necessaria la previa verifica nel Registro pubblico delle opposizioni .
5) Posta cartacea	5.1 Prodotti proposti al cliente tramite posta cartacea ² .	5.1 Clienti o Prospect	5.1.1 Propri NON relativi a prodotti/servizi analoghi a quelli già utilizzati dal cliente	È possibile di regola inviare documentazione promozionale tramite posta cartacea, ove è stato raccolto dal cliente apposito consenso al marketing . In caso di indirizzi presi da elenchi telefonici, in base all'art. 130, comma 3-bis del Codice Privacy, è possibile procedere all'invio di comunicazioni in assenza di consenso, previa la verifica nel Registro pubblico delle opposizioni.
			5.1.2 Propri relativi a prodotti/servizi analoghi a quelli già utilizzati dal cliente	Si può applicare, in analogia con il provvedimento del c.d. soft spam per la posta elettronica , in base al quale quando il titolare del trattamento utilizza la posta cartacea per fini di vendita diretta di propri prodotti o servizi analoghi a quelli oggetto della vendita può non richiedere il consenso marketing all'interessato stesso, purché l'interessato sia adeguatamente informato sin dall'inizio e non rifiuti tale uso (c.d. opposizione al

² Si ricorda che le persone giuridiche, gli enti e le associazioni e i dati che li riguardano sono esclusi dall'ambito di applicazione del GDPR, ad eccezione delle ditte individuali che vengono assimilate alle persone fisiche. Per cui, non si pongono problemi sotto il profilo privacy all'uso di informazioni (come denominazione sociale ed indirizzo della sede sociale) riferite a società (clienti o prospect) per l'invio di documentazioni promozionali tramite posta cartacea, non essendo necessario fornire un'informativa ad una società o richiedere il suo consenso per inviargli comunicazioni via posta cartacea. Mentre il riferimento alla persona giuridica, ente od associazione rimane nella definizione di "contraente" di un servizio di comunicazione elettronica (v. artt. 121, comma 1-bis, lett. f) del Codice Privacy), per cui resta confermato l'obbligo per la banca di richiedere il consenso anche ad un società per l'invio di comunicazioni promozionali via email, fax, sms o altri sistemi automatizzati di chiamata (art. 130 Codice Privacy), nonché di verificare il registro opposizioni per attività di telemarketing ed invio di comunicazioni ad indirizzi presi da elenchi telefonici.

				<p>tattamento o opt-out: ciò comporta l'esigenza di creare un elenco c.d. di esclusione in cui inserire le persone che non vogliono essere contattate). In questi casi si applica infatti il presupposto del legittimo interesse al trattamento dei dati a fini di marketing diretto ai sensi del considerando 47 del GDPR. Precedentemente anche il Garante Privacy ha confermato che il titolare del trattamento ha un legittimo interesse a mantenere un proprio diretto "canale comunicativo" con i soggetti con i quali abbiano già instaurato un rapporto contrattuale (v. il provvedimento di semplificazione adempimenti del 26.06.2008).</p> <p>Per l'invio di dépliant informativi, non indirizzati all'interessato specifico, ma inseriti nelle cassette postali (c.d. door-to-door), non vi sono adempimenti privacy.</p>
--	--	--	--	---

II. MODALITÀ DI COLLOCAMENTO DEI PRODOTTI DI TERZI

Modalità	Descrizione	Casistica	Base Giuridica
6) Mera segnalazione di un cliente interessato alla società terza	<p>6.1 Il cliente ha dimostrato interesse ad uno dei prodotti della società terza e quindi la banca trasmette alla società terza dati di contatto del cliente.</p> <p>In seguito è la società terza che contatta l'interessato per fissare un appuntamento e presentare l'offerta migliore.</p>	<p>6.1.1 Il cliente è fisicamente allo sportello della banca.</p>	<p>In questo caso è sufficiente che il dipendente della banca, previa consegna di idonea informativa, raccolga una dichiarazione di consenso dall'interessato relativamente alla comunicazione dei suoi dati personali alla società terza (la società va indicata specificatamente e non genericamente).</p> <p>Nel caso in cui la società terza intende contattare telefonicamente l'interessato nei giorni successivi alla data di acquisizione del consenso, è necessario ai sensi della legge 5/2018, che la stessa prima di contattare l'interessato verifichi che la numerazione non sia stata iscritta successivamente presso il Registro pubblico delle</p>

			<p>opposizioni¹ (che non risulta essere ancora cliente della società terza).</p>
		<p>6.1.2 Il cliente si dimostra interessato ma non è fisicamente in filiale (ad esempio contatto telefonico con operatore).</p>	<p>L'operatore della banca, previo rilascio di una idonea informativa, può raccogliere il consenso, prestato anche telefonicamente dall'interessato, a comunicare i dati personali di quest'ultimo alla società terza (specificamente indicata). È necessario che, oltre ad apposito script e call guide, siano predisposti specifici sistemi e procedure che consentano, a posteriori, di verificare data ed orario del rilascio di tale consenso nonché operatore che ha proceduto all'annotazione a sistema del consenso. La comunicazione alla società prodotto della numerazione telefonica dell'interessato per finalità di marketing è comunque subordinata, ai sensi della legge 5/2018, al controllo presso il Registro pubblico delle opposizioni¹. Non è necessario registrare la chiamata, ma è sufficiente dimostrare che vi sono delle linee guida che prevedono che l'operatore dia una breve informativa all'utente e che venga registrato il log dell'operatore che chiama e registra a sistema i consensi.</p>
<p>7) La banca colloca direttamente il prodotto.</p>	<p>7.1 In questo caso è il dipendente della banca a proporre al cliente i prodotti di società terze, senza trasmettere preliminarmente alcun dato alla società terza.</p>	<p>7.1.1 Il cliente è fisicamente allo sportello della banca.</p>	<p>Con riferimento all'attività di proposizione di prodotti/servizi di terzi svolta presso lo sportello direttamente nei confronti del cliente ivi presente, non si pongono problemi in quanto non risulta necessario un preliminare trattamento di dati personali a tale scopo. Pertanto, in una prima fase, non vi sono adempimenti privacy.</p>

	<p>La banca colloca i prodotti di terzi in virtù di uno specifico accordo con la società prodotto nel quale viene formalizzata la designazione a responsabile del trattamento della banca, in quanto quest'ultima tratta i dati relativi al rapporto instaurato con la società terza (stipula del contratto, conservazione ed eventuale gestione del rapporto).</p>		<p>Qualora il cliente sia interessato, per le fasi successive che comportano invece un trattamento dei suoi dati, è necessario fornire all'interessato l'informativa e la restante documentazione della società prodotto.</p> <p>La Banca in questo caso opera come responsabile del trattamento per conto della società terza.</p>
		<p>7.1.2 Il cliente non è in filiale e deve quindi essere contattato a distanza (ad esempio contatto con telefonata con operatore)</p>	<p>Come regola generale, la banca non può utilizzare indistintamente il proprio database di clienti al fine di contattarli per collocare prodotti di una società terza.</p> <p>Tale attività è possibile nei soli casi in cui il cliente abbia dato il consenso per attività di marketing di prodotti di terzi alla Banca.</p> <p>Oppure nei soli casi in cui il cliente della banca abbia rilasciato il consenso/autorizzato per iscritto la banca stessa a comunicare i dati alla società terza (quale distinto titolare del trattamento) per fini di contatto commerciale, la banca può comunicare i dati alla società terza.</p> <p>Rimangono esclusi i casi in cui tutta l'attività, dalla promozione al collocamento, sia stata effettuata per conto della società prodotto (già titolare del trattamento) e sulla base di contatti od elenchi forniti da quest'ultima, nei quali la banca agisce sempre quale responsabile del trattamento.</p>