

SENATO DELLA REPUBBLICA

————— XIV LEGISLATURA —————

N. 3481

DISEGNO DI LEGGE

**d’iniziativa dei senatori BISCARDINI, BATTISTI, BUDIN, CASILLO,
CASTAGNETTI, CORTIANA, CREMA, CRINÒ, D’AMBROSIO,
FLAMMIA, LABELLARTE, LIGUORI, MALABARBA, MANFREDI,
MARINI, PESSINA, ROLLANDIN, VICINI e PETERLINI**

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 10 GIUGNO 2005

**Nuove norme in materia di corrispondenza postale, telefonica
e telematica a scopo pubblicitario**

ONOREVOLI SENATORI. - Il nostro ordinamento garantisce ampia tutela al diritto alla riservatezza della persona sotto il profilo penale e civile ed offre oggi particolari strumenti per un corretto trattamento dei dati personali e sensibili (la legge 31 dicembre 1996, n. 675; il decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196).

Il quadro normativo che si va delineando, nel solco di una giurisprudenza consolidata e di un' incisiva normativa comunitaria in materia, consente di affermare il carattere di assolutezza ed essenzialità del diritto in questione e il suo fondamento costituzionale mediante richiamo all'articolo 2 della Costituzione.

La presente legge mira in particolare a proteggere alcuni aspetti di tale diritto connessi al principio del rispetto della sfera privata e della libertà del singolo all'interno di questa, ed in particolare del suo domicilio e delle sue comunicazioni. In questo senso si può affermare che la presente iniziativa intende attuare le finalità programmatiche contenute negli articoli 7 e 8 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea (rispetto della vita privata e della vita familiare e protezione dei dati di carattere personale).

In tale contesto non è oggi possibile pensare che il diritto alla riservatezza possa essere minacciato o comunque anche solo disturbato dall'esercizio di attività eminentemente economiche a scopo di lucro ed in

particolare non possono più consentirsi interferenze o disagi alla persona, senza previa autorizzazione da parte di questa, attraverso invii di messaggi pubblicitari non graditi a mezzo postale o telematico o con ogni altro mezzo di comunicazione.

Non si può trascurare come il fenomeno, che si è largamente diffuso negli ultimi anni, abbia rilevanti conseguenze sul piano economico e sociale.

Infatti, da un lato, i costi connessi all'invio di materiale pubblicitario da parte dei soggetti economici comporta necessariamente una ricarica sui prezzi di mercato dei beni oggetto di reclamizzazione (con particolare riguardo alla distribuzione di generi alimentari).

Secondariamente, la distribuzione di volantini mediante inserimento nelle caselle postali private implica l'utilizzo e lo spreco di risorse, con grave impatto ambientale.

La presente iniziativa risponde quindi all'esigenza di tutela della persona nel domicilio e nelle comunicazioni, mediante l'adozione di una semplice normativa volta anche a garantire una maggiore tutela ai consumatori e un razionale sfruttamento delle risorse ambientali.

In attesa di una auspicata riforma in materia di *class action*, vengono nella presente legge ribadite le azioni inibitorie previste dalla legge 30 luglio 1998, n. 281.

DISEGNO DI LEGGE

Art. 1.

1. È vietato inserire nelle caselle postali private, anche condominiali, corrispondenza, volantini o altro materiale avente mero fine pubblicitario e scopo di lucro, senza previa autorizzazione del destinatario ai sensi e per gli effetti delle disposizioni recate dal codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196.

2. La violazione della norma di cui al comma precedente comporta a carico della persona fisica o giuridica che ha commissionato il messaggio pubblicitario e al soggetto pubblicizzato mediante tale messaggio, l'irrogazione di una sanzione amministrativa da euro 250 a euro 2.500.

Art. 2.

1. Soggiaciono alla medesima sanzione di cui all'articolo 1 i soggetti, persone fisiche o giuridiche, che inoltrano messaggi pubblicitari a mezzo del telefono o per via telematica a soggetti privati, senza previa autorizzazione ai sensi e per gli effetti delle disposizioni recate dal codice in materia di protezione dei dati personali di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196.

Art. 3.

1. Al fine di garantire il rispetto della presente legge e l'applicazione delle sanzioni ivi previste, è riconosciuto alle associazioni di consumatori il diritto di assumere le azioni e le iniziative previste dalla legge 30 luglio 1998, n. 281.

