

TOSCANA

Cerca nel sito



EDIZIONI: LIVORNO CECINA-ROSIGNANO EMPOLI GROSSETO LUCCA MASSA-CARRARA MONTECATINI PIOMBINO-ELBA PISA PISTOIA PONTEDERA PRATO VERSILIA TOSCANA

Sei in: HOME > TOSCANA > TELEFONATE MOLESTE, IL BIG DEI DATI:...

VAI ALLA PAGINA SU TELEFONATE MOLESTE



Telefonate moleste, il big dei dati: «Numeri comprati anche da operatori fuori dalla legalità»

Parla Fabrizio Vigo, ad del colosso Consodata: «Subito un codice deontologico del telemarketing. Il registro delle opposizioni non basta per garantire al cittadino. Noi li cancelliamo, ma altri...»
di Ilaria Bonuccelli

09 settembre 2016



2

COMMENTI

2

G+1

0

LinkedIn

0

Pinterest



Andare oltre il Registro pubblico delle opposizioni. Serve di più di un elenco nazionale dei numeri da non chiamare. Per avere un telemarketing corretto - meno telefonate indesiderate - si devono obbligare le aziende che cercano clienti (e contratti) via telefono «ad avvalersi di gestori dei dati e di call center credibili e accreditati». Occorrono, dunque, i venditori (o gestori) di numeri di telefono - i "broker" - con il bollino. **Fabrizio Vigo**, amministratore delegato di Consodata, colosso del settore, formula la proposta perché in questo mercato «ci sono tanti operatori che viaggiano ai limiti della legalità, se non oltre». Niente metafore, niente scuse. Per questo Vigo, presidente anche dell'associazione di Marketing Dma Italia, spinge per un codice deontologico. Che consenta alle imprese di denunciare comportamenti scorretti al Garante.

Dottor Vigo, partiamo proprio da qui: com'è possibile che un abbonato, iscritto al Registro delle opposizioni, continui a essere molestato da chi fa telemarketing?

«Perché non tutti gli operatori attivi in questo settore agiscono in modo virtuoso. Quando parlo di operatori non mi riferisco solo ai call center, ma anche a operatori che gestiscono o sono proprietari di dati. Penso a broker ai



ASTE GIUDIZIARIE

Rustico, Casale Montecarlo Via di Cercatoia Alta - 128000 €

Tribunale di Lucca
Tribunale di Livorno
Tribunale di Grosseto
Tribunale di Massa
Tribunale di Pisa

Visita gli immobili della Toscana

LA MAPPA DEL GUSTO



quali si rivolgono anche aziende primarie, malgrado utilizzino elenchi compilati non si sa bene come. O che non eseguono il Riscontro con il Registro delle Opposizioni o utilizzano i dati oltre i quindici giorni, per quanto riguarda i numeri fissi tratti dagli elenchi telefonici».

E non esiste rimedio, scusi?

«Oggi solo il cittadino i cui dati sono utilizzati contro la sua volontà (a fini commerciali) può presentare una segnalazione al Garante».

Lei a quale alternativa pensa?

«Alla possibilità di far scattare un'azione contro gli operatori non virtuosi, anche senza la segnalazione dell'utente. Agli operatori di settore, riuniti in un tavolo, dovrebbe essere consentito di segnalare comportamenti lesivi della credibilità delle aziende sane al Garante. Al quale, poi, spetterebbe l'istruttoria e il procedimento sanzionatorio».

Una sorta di “segnalazione interna” contro call center e broker?

«Esatto. Dma Italia da tempo promuove la creazione di un codice di deontologia del marketing diretto (incluso il telemarketing). Finora il Garante ha frenato, in attesa della normativa di riferimento comunitaria. Fra due anni, il regolamento Ue sulla protezione dei “Dati” entrerà in vigore: quindi, è il momento di rilanciare la nostra azione».

Sì, ma come?

«Inserendo nel codice deontologico una disposizione che aiuti a selezionare gli operatori credibili da quelli che non lo sono. Questo elemento aiuterebbe a mitigare i comportamenti border line e non solo. Il codice dovrebbe anche obbligare le aziende finali ad avvalersi di soggetti credibili e accreditati. Oggi non sempre avviene».

In attesa della riforma, quali garanzie dà una società come Consodata sul corretto utilizzo di numeri telefonici?

«Noi abbiamo due tipologie di offerta sui dati da azienda a cliente. Quella sui numeri fissi, di cui siamo leader nel settore delle aziende: questo è di nostra proprietà ed è soggetto alla normativa del Registro delle Opposizioni; quella sui numeri di cellulare: per cui commercializziamo varie banche dati per oltre 15 milioni di contatti di proprietà di fornitori esterni, che sono titolari dei dati».

Come siete sicuri di avere il consenso al trattamento commerciale di questi numeri?

«Sui numeri fissi, di nostra proprietà, abbiamo aggiornamenti ogni 10 giorni dal Data base unico e garantiamo il riscontro con il Registro delle opposizioni».

E se qualcuno chiede la cancellazione dai vostri elenchi?

«Gestiamo direttamente le cancellazioni. In aggiunta alle iscrizioni spontanee al Registro delle opposizioni, prendiamo atto delle richieste che ci arrivano direttamente. Direttamente intendo anche attraverso i call center di cui ci avvaliamo: inseriamo il cliente nella “black list”, la lista nera e non lo chiamiamo più».

Anche se la richiesta avviene a voce?

«I nostri call center hanno questa la direttiva. E cancelliamo l'abbonato non solo dalla lista del cliente per il quale lo stiamo chiamando, ma da tutte le nostre liste».

I call center seguono sempre le vostre indicazioni?

«Quando scegliamo un call center, firmiamo la lettera di nomina del

CASE	MOTORI	LAVORO
<p>Attività Commerciali Vendita 200 mq TOSCANA località in provincia di SIENA valutiamo la cessione di FERRAMENTA al privato e ingrosso con specializzazione nel settore arredamento con oltre 100 clienti esterni - ottima opportunità....</p>		
<p>CERCA UNA CASA</p>		
Vendita	Affitto	Asta Giudiziaria
<p>Provincia Firenze</p>		
		Cerca
<p>Pubblica il tuo annuncio</p>		

responsabile del trattamento dei dati personali. Sulla base di questa lettera ci aspettiamo un determinato comportamento. Se non c'è e arrivano lamentele, può scattare la revoca dell'incarico».

Quando avete revocato l'incarico a un call center?

«Un paio di volte. Quando le pratiche adottate erano troppo aggressive. Nella lettera di nomina indichiamo le istruzioni di comportamento, ma il call center agisce in autonomia. Ed è abbastanza noto che i call center, all'estero talvolta tengano comportamenti non lineari con la prospettiva di fare risultati. Comportamenti oltre i limiti dell'aggressività commerciale. Noi, però, non abbiamo call center né in Italia né all'estero».

Voi come scegliete i call center? Valutate anche come contrattualizzano i dipendenti, nella selezione?

«Non sempre c'è evidenza dei tipi di contratti applicati ai lavoratori. Noi abbiamo contatti privilegiati con call center di nostra fiducia, cerchiamo di selezionarli in base a come agiscono. Ma spesso il call center ci è imposto dal cliente».

E quale controllo avete sul corretto utilizzo dei numeri cellulari, visto che non siete proprietari degli elenchi?

«La cessione del dato avviene direttamente dai proprietari del data base nonché titolari dei dati ai clienti o ai call center. Se cedessimo noi i cellulari al cliente finale dovremmo chiedere di nuovo l'autorizzazione all'utilizzo dei numeri a gli abbonati».

A maggior ragione come vi assicurate che i cellulari selezionati per le campagne siano coperti da consenso all'uso commerciale?

«Nella scelta dei nostri collaboratori esterni, facciamo verifiche approfondite sulla raccolta del consenso. Non abbiamo accesso alle banche dati, ma ci facciamo consegnare moduli compilati sul consenso espresso dagli abbonati all'utilizzo commerciale dei loro dati. Quando il consenso è espresso on line, il processo di acquisizione è verificabile anche sui siti. A volte abbiamo anche deciso di non collaborare con qualcuno perché la raccolta dei dati non è organizzata correttamente: magari non prevede la compilazione autonoma da parte dell'utente».

E cosa ne pensa della possibilità di istituire anche per i cellulari un Registro unico delle opposizioni?

«Tutto quello che potenzia la tutela dei cittadini è utile. Avere comportamenti aggressivi non serve: telefonare a chi ha chiesto di non essere contattato non ha senso neppure dal punto di vista commerciale. Un cittadino stressato difficilmente sarà interessato ad aderire a una proposta commerciale. Questa soluzione è come per il Registro pubblico dei numeri fissi: è positivo, ma da solo non basta. Al Registro ci possiamo iscrivere tutti, pagando e avendo determinati requisiti. Ma a che cosa serve se poi a chi non è virtuoso non succede nulla? Se sei un operatore che chiama con numeri anonimi, usando dati presi chissà dove e nessuno ti segnala, ti va bene. Se ti va male, difficilmente riesci a risalire ai responsabili. Ecco perché bisognerebbe discriminare fra operatori virtuosi e non».

• TELEMARKETING: IL NOSTRO SPECIALE

Anche voi avete una storia legata ai call center da raccontarci? Scriveteci alla nostra mail inchiestadeilettori@iltirreno.it