

Privacy. La Rai non può avvalersi dei commercianti per avere i nominativi

No alla pubblicità dei dati di chi compra tv

Patrizia Maciocchi

ROMA

La trasmissione dei dati dei clienti che comprano televisori è in contrasto con la tutela della privacy. E il **Garante** può segnalare all'**agenzia delle Entrate** e alla **Rai** l'opportunità di porre fine all'iniziativa di procurarsi, tramite i rivenditori, i dati di chi acquista Tv. La Cassazione (sentenza 11140) avalla l'intervento dell'authority che aveva adottato un provvedimento non direttamente autoritativo né interdittivo ma persuasivo, per segnalare che, do-

po la soppressione del registro di carico e scarico di apparecchi e materiali radioelettrici (Dl 357/1994) il sistema di raccolta messo in atto tramite i rivenditori, era privo di una "giustificazione" normativa e in contrasto con la tutela sulla privacy. Dello stesso avviso il Tribunale che aveva respinto i ricorsi dell'Agenzia e della Rai, chiamate in causa dal Garante, la prima come titolare e la seconda come responsabile dei trattamenti. Per i giudici di prima istanza la Rai non poteva agire come "longa manus" dell'ammini-

strazione finanziaria. L'Agenzia non aveva impedito un trasferimento al privato di poteri pubblici connessi all'accertamento della capacità contributiva finalizzato all'imposizione fiscale.

Di parere diverso era stata la Corte d'appello, secondo la quale la raccolta dei dati rientrava nell'ambito degli strumenti della lotta all'evasione fiscale per il pagamento del canone, che costituisce un vero e proprio tributo, all'agenzia delle Entrate. Un interesse pubblico che, anche dopo la soppressione del Dl 357/1994, po-

teva essere perseguito con normative secondarie individuate in due Convenzioni stipulate tra l'agenzia delle Entrate e la Rai nel 1998 e '99. La Cassazione però smonta la tesi e accoglie sul punto il ricorso del Garante. Le Convenzioni, entrambe scadute nel 2000, non potevano costituire atti normativi, seppure secondari. Atti che non possono in alcun modo costituire una delega alla Rai dei compiti di raccolta diretta e trattamento dei dati personali relativi ai clienti dei commercianti.