

L'“Inbox advertising” richiede il previo consenso

Mercredi 15 décembre 2021

Pronunciandosi su una questione pregiudiziale sollevata dalla Corte Federale tedesca (*Judgment in Case C-102/20 StWL Städtische Werke Lauf a.d Pegnitz*), la CGUE ha statuito che l'*inbox advertising* può essere considerato un trattamento dei dati dell'interessato per finalità di marketing diretto e, pertanto, soggetto all'ottenimento del **previo consenso** da parte del titolare.

Secondo la Corte, infatti, la visualizzazione nella casella di posta elettronica dei messaggi pubblicitari in forma simile a quella di una vera email **costituisce un uso della posta elettronica per finalità di marketing diretto ai sensi della Direttiva 2002/58**.

Nel caso di specie – riguardante un servizio email gratuito online – **il messaggio veniva visualizzato come qualsiasi altra email nella casella in entrata**, recando però nell'oggetto “Anzeige” (advertisement). Tali email, **non visivamente distinguibili dalle altre nell'elenco dell'inbox**, potrebbero dar luogo a un **rischio di confusione nell'utente**, il quale è indotto a cliccare sul link contenuto nell'email corrispondente al messaggio pubblicitario.

L'obiettivo della normativa europea, che mira a **tutelare gli utenti contro le intrusioni nella loro privacy da parte di comunicazioni indesiderate a fini marketing**, deve essere **garantito indipendentemente dalle tecnologie utilizzate**. La CGUE ne fornisce dunque un'interpretazione ampia, di pari passo con l'evoluzione tecnologica degli strumenti di comunicazione ivi contemplati, essendo irrilevante il fatto che il destinatario di tali messaggi sia scelto “a caso”.

Necessario pertanto il preventivo e manifesto consenso del soggetto, tanto più che **l'invio persistente di messaggi pubblicitari indesiderati è rilevante ai fini dell'integrazione di una pratica commerciale scorretta**, secondo quanto disposto dalla Direttiva 2005/29.

Leggi il comunicato della Corte [qui](#).