Secuenza

Buone pratiche legali per inviare email

Cosa conviene sapere per scrivere ai tuoi contatti nel rispetto della legge in Spagna, Francia, Italia e Germania, e come ti aiuta Secuenza a rispettarla. È una guida pratica, non una consulenza legale: per un caso concreto, rivolgiti al tuo avvocato.

Ciò che vale in tutta l'Unione europea

Il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) si applica a qualsiasi dato di una persona, anche all'indirizzo email di un professionista (`marta.gil@azienda.it`). L'essenziale:

- **Una base giuridica per ogni contatto.** Le più comuni sono il **consenso** (ti ha detto sì), il **rapporto contrattuale** (è un cliente) e il **legittimo interesse** (per esempio, un contatto professionale a cui la tua offerta serve nel lavoro). Il legittimo interesse richiede un bilanciamento: ciò che offri deve riguardare la sua attività e la persona deve potersi aspettare la tua email.
- **Informare.** Chi sei, per cosa usi i suoi dati, come smettere di ricevere le tue email e dov'è la tua informativa privacy.
- **Il diritto di opposizione.** Disiscriversi deve essere facile, gratuito e avere effetto subito. Chi si è disiscritto non riceve più nulla, anche se lo importi di nuovo.
- **Conservare il giusto.** Non accumulare dati che non usi e cancella tutto di chi te lo chiede.

Sei tu il **titolare** di quei dati: decidi a chi scrivi e perché. Tude tratta soltanto, per tuo conto, i dati di tracciamento (aperture, clic e disiscrizioni), senza gli indirizzi dei tuoi destinatari. Lo dice l'accordo sul trattamento dei dati.

Le comunicazioni commerciali: ogni paese, le sue regole

Oltre al GDPR, ogni paese regola l'email commerciale con una propria legge, che nasce dalla stessa direttiva europea. Le differenze contano quando scrivi in un altro paese.

Spagna

La **LSSI-CE** vieta di inviare per email comunicazioni commerciali che non siano state richieste o autorizzate espressamente, anche quando scrivi ad altre aziende. L'eccezione sono i tuoi **clienti**: puoi scrivere loro su prodotti o servizi simili a quelli che hanno acquistato, se hai dato loro la possibilità di rifiutare quando hai raccolto i dati e la dai di nuovo in ogni email.

Ogni email deve essere riconoscibile come commerciale e identificare chi la invia.

Francia

Il **Code des postes et des communications électroniques** richiede il consenso preventivo per scrivere ai privati, con la stessa eccezione per i clienti.

Con i professionisti, la **CNIL** ammette di scrivere senza consenso preventivo al loro indirizzo di lavoro se ciò che offri riguarda la loro professione, se sono stati informati quando sono stati raccolti i loro dati e se possono disiscriversi in ogni email.

Italia

Il **Codice privacy** richiede il consenso preventivo, e il **Garante** lo applica con rigore anche ai professionisti. L'eccezione è il cosiddetto «soft spam»: puoi scrivere ai tuoi clienti su prodotti simili a quelli che hanno acquistato, se li hai informati e non si sono opposti.

In Italia conviene avere il consenso di ogni contatto e poterlo dimostrare.

Germania

La legge contro la concorrenza sleale (**UWG**, § 7) considera la pubblicità per email senza consenso espresso preventivo una molestia inaccettabile, sia verso i privati sia verso le aziende. L'eccezione per i clienti è stretta: indirizzo ottenuto con una vendita, prodotti propri simili, nessuna opposizione, e informazione al momento della raccolta dell'indirizzo e in ogni email.

In pratica si usa il **doppio opt-in** (la persona conferma con un clic in un'email) per poter dimostrare il consenso. E ci si aspetta che il piè di pagina dell'email riporti i dati della tua azienda, come in una lettera commerciale.

Come ti aiuta Secuenza

- **La base giuridica di ogni contatto** viene salvata quando lo importi o lo aggiungi, così sai a chi puoi scrivere e perché.
- **Ogni email ha il link di disiscrizione** e l'intestazione che Gmail e Outlook usano per il loro pulsante «Annulla iscrizione». La pagina di disiscrizione porta il tuo marchio, e la disiscrizione viene registrata anche se hai Secuenza chiuso: arriva appena lo apri.
- **La lista di soppressione** impedisce di scrivere di nuovo a chi si è disiscritto, anche se ricompare in un'importazione.
- **Il piè di pagina legale** con i dati della tua azienda è presente in ogni email.
- **La cancellazione GDPR** elimina un contatto con tutto ciò che lo riguarda: invii, aperture e risposte.
- **Il freno di sicurezza** mette in pausa una campagna se le disiscrizioni o le email non recapitate salgono di colpo, di solito il segno di una lista che non andava usata.

- **Le iscrizioni dal tuo sito** salvano se la persona ha selezionato la casella del consenso, obbligatoria nel modulo, e quando. Secuenza non le invia un'email di conferma (double opt-in): se scrivi in Germania, tienilo presente.
- **I tuoi contatti restano sul tuo PC.** Ai nostri server arrivano solo i dati di tracciamento, senza indirizzi. Le iscrizioni dal tuo sito o tramite l'API aspettano lì finché il programma non le raccoglie, al massimo 30 giorni.

Le liste comprate o noleggiate sono vietate dalla politica di uso accettabile: oltre a essere illegali in quasi tutti i casi, affondano la reputazione della tua casella.

Prima di avviare una campagna

1. Hai una base giuridica per ogni contatto della lista, secondo il suo paese?
2. La prima email dice chi sei e perché scrivi?
3. La tua informativa privacy è collegata nel piè di pagina?
4. Hai tolto chi si era già disiscritto o ti aveva chiesto di non scrivergli?
5. Ciò che offri riguarda il loro lavoro (se scrivi a professionisti senza consenso preventivo)?