

IL DIRITTO DEL MARKETING

RIFLESSIONI AD ALTA VOCE ED ISTRUZIONI PER L'USO
DEGLI ASPETTI GIURIDICI DELLA COMUNICAZIONE DIRETTA
ED INTERATTIVA



avvocato.maglio@tin.it

Avvocato in Milano e fondatore di Lucerna Iuris, il primo Network Giuridico Europeo formato da legali di tutti i paesi dell'Unione Europea esperti di questioni di marketing e di comunicazione.

Insegna Diritto dei consumi e del marketing e Diritto della sicurezza Alimentare nelle Università di Milano e Parma. Dopo essere stato Consigliere Delegato di AIDIM (Associazione Italiana del Marketing Diretto ed Interattivo) per le relazioni istituzionali, le pubbliche relazioni e gli affari legali, dal 2004 presiede il Giurì per l'Autodisciplina nella comunicazione commerciale diretta e interattiva e nelle vendite a distanza.

E' membro del Consiglio Direttivo di FEDMA (Federazione Europea del Direct Marketing) in rappresentanza dell'Italia.

Come comunicare direttamente con i consumatori rispettando le regole in materia privacy, autodisciplina, vendite dirette ed a distanza commercio elettronico, pubblicità ingannevole, concorsi a premio

L'attività di comunicazione e l'utilizzo di data base di marketing si intrecciano sempre più strettamente con questioni di carattere giuridico.

Nel corso dell'ultimo decennio tanto il legislatore comunitario quanto quello nazionale hanno emanato direttive, leggi e regolamenti che incidono profondamente sullo svolgimento dell'attività commerciale basata sul rapporto diretto con il cliente. Peraltro il consumatore ha acquistato con crescente sicurezza una piena consapevolezza dei suoi diritti: per questo motivo il mancato rispetto della normativa diventa fonte di grave rischio per le aziende che operano in questo settore. Infatti è sufficiente anche una sola contestazione da parte di un consumatore agguerrito per creare un "caso" in grado di compromettere l'immagine di un'azienda, producendo gravi contraccolpi sul fatturato.

Anche per questo motivo è importante prevenire possibili violazioni legali e acquisire una conoscenza di base in grado di conoscere come muoversi in questo sistema commerciale, che oggi è fortemente regolamentato.

Diventa quindi essenziale, anche per i non esperti di cose giuridiche, conoscere i principi generali che regolano le attività di vendita a distanza: in questo modo sarà possibile individuare tempestivamente le questioni che possono derivare da una determinata attività ed operare con sufficiente

tranquillità, riducendo i rischi legali. Peraltro va sottolineata anche la valenza positiva di queste leggi: lavorare in un settore regolamentato e "non selvaggio" consente agli operatori corretti di prevalere rispetto alle aziende troppo disinvolute.

Il rispetto delle regole può diventare quindi una leva competitiva forte nel mercato, in quanto i consumatori tendono a preferire le aziende che rispettano i diritti del cliente, a discapito delle imprese che agiscono con disinvoltura, ignorando le leggi.

In questo quadro articolato, alcuni argomenti emergono per il loro impatto sulle attività di direct marketing.

In particolare la normativa sulla tutela dei dati personali, la cosiddetta legge sulla privacy, diventa per gli operatori della comunicazione interattiva un punto di riferimento fondamentale.

Tutte le azioni di direct marketing, di personalizzazione e di fidelizzazione con i clienti sono costrette a fare i conti con questo testo normativo che, se non correttamente interpretato ed applicato, rischia di mettere in crisi tale genere di operazioni. Con questa chiave di lettura dedicheremo alla data protection particolare attenzione, mettendo in evidenza i principi generali e le questioni applicative essenziali, senza addentrarci nei tecnicismi giuridici ma proponendo le soluzioni più semplici per svolgere un'attività marketing oriented nel rispetto della legge.

Un altro settore di grande rilievo è quello della normativa sulle vendite a distanza, sulla pubblicità ingannevole e sulle norme in materia di concorsi a premio. Anche a questi temi occorre dedicare attenzione evidenziando, ancora una volta, le nozioni essenziali di questo settore per dare le indicazioni pratiche agli operatori del settore.