TRACKING PIXEL NELLE E-MAIL E NUOVI OBBLIGHI PER IMPRESE ED ENTI ALLA LUCE DELLE LINEE GUIDA DEL GARANTE

Il prossimo 29 ottobre scade il termine per adeguare i trattamenti già in corso alle Linee guida sull'utilizzo dei tracking pixel nelle comunicazioni di posta elettronica, adottate dal Garante il 17 aprile 2026. Il tema rientra anche tra le attività ispettive programmate per il secondo semestre del 2026.

Le Linee guida disciplinano l'impiego di piccole immagini, spesso invisibili, che vengono inserite nelle e-mail e che, al caricamento, consentono di rilevare l'apertura del messaggio e raccogliere informazioni sul destinatario, come l'indirizzo IP, il dispositivo utilizzato e il numero di aperture.

La disciplina riguarda i soggetti pubblici e privati coinvolti nell'utilizzo di questi strumenti e interessa tanto le comunicazioni promozionali quanto quelle informative, istituzionali e di servizio.

Il Garante riconduce il tracciamento all'art. 122 del Codice privacy, nel quadro delle garanzie previste dal GDPR; di modo che, il destinatario deve essere informato e, salvo specifiche deroghe da verificare nel caso concreto, deve prestare il proprio consenso. Quando il tracciamento si basa sul consenso, deve inoltre essere possibile revocarlo separatamente, continuando a ricevere le comunicazioni.

Per imprese ed enti, l'adeguamento parte quindi da una verifica delle piattaforme di invio e delle relative configurazioni, per accertare se siano attivi strumenti di tracciamento, quali dati raccolgano e per quali finalità vengano utilizzati.

Sulla base di questa ricognizione occorre quindi verificare i ruoli dei fornitori coinvolti, aggiornare le informative, adeguare i meccanismi di acquisizione e revoca del consenso e adottare misure tecniche che limitino i dati raccolti e ne garantiscano la protezione.

È un'attività che richiede il coordinamento tra funzione privacy, marketing e IT.

A bene vedere, la conformità dipende anche dal funzionamento concreto degli strumenti utilizzati e dalla capacità di rispettare le scelte dei destinatari.