

Trib. Perugia, 11 febbraio 2015, n. 333. *Spamming* - Richiesta di risarcimento danni patrimoniale e non patrimoniali - Giudizio di bilanciamento - Solidarietà e tolleranza - Insussistenza del danno

Il destinatario di comunicazioni indesiderate può, ai sensi della Direttiva sul commercio elettronico 2000/31/Ce, recepita nell'ordinamento italiano con d.lg. n. 70/03, e della Direttiva 2002/58/Ce, rivolgersi al giudice civile per ottenere il risarcimento dei danni ingiusti derivati da condotte integranti spam. Sebbene lo spamming sia, in astratto, idoneo a ledere diritti costituzionalmente protetti, occorre che sia offerta in giudizio rigorosa prova del pregiudizio subito e che questo si sia spinto oltre una soglia minima. Non sono, infatti, risarcibili i danni futili o irrisori né quelli che, pur essendo oggettivamente seri, sono connotati da pregiudizi che secondo la coscienza sociale sono insignificanti o irrilevanti per il livello raggiunto. Il risarcimento del danno potrà essere dunque riconosciuto solo in seguito ad una valutazione caso per caso, che utilizzi il filtro della gravità della lesione e della serietà del danno per attuare un bilanciamento tra il principio di solidarietà verso la vittima e quello di tolleranza.

Trib. Terni, 26 gennaio 2010 n. 79. Trattamento dei dati personali - Illegittimità - Azione inibitoria - Ammissibilità - Azione risarcitoria - Requisiti

Integra la fattispecie dell'illegittimo utilizzo dei dati personali il comportamento di un'impresa che, senza aver previamente acquisito l'autorizzazione del titolare dei dati, proceda all'invio di materiale pubblicitario a mezzo fax. In questo caso il titolare dei dati personali può ottenere una pronuncia inibitoria nei confronti della società utilizzatrice ma, tutto ciò non comporta automaticamente il diritto di ottenere il risarcimento del danno. Solo la reiterazione della condotta non consentita può determinare l'insorgere di un danno risarcibile, che nel caso di specie non viene riconosciuto dal momento che l'utilizzazione illegittima dei dati risulta avvenuta con l'invio di un unico fax pubblicitari.