

Telefonate commerciali continue: per la Cassazione non sono molestie...

studiocataldi.it/articoli/27354-telefonate-commerciali-continue-per-la-cassazione-non-sono-molestie.asp

di Valeria Zeppilli – Con **tre recenti sentenze** (la numero 38224/2017, la numero 38225/2017 e la numero 38226/2017), la **Corte di cassazione** ha assunto una posizione netta sulla possibilità di ricondurre le **telefonate pubblicitarie e di promozione commerciale nella nozione di molestia penalmente rilevante**: per i giudici, **non si tratta di una condotta idonea a estrinsecare la fattispecie contravvenzionale di cui all'articolo 660 del codice penale**, in quanto mancherebbe l'intento di nuocere al destinatario delle telefonate sgradite in considerazione del fatto che gli unici fini perseguiti dalle chiamate, pur moleste, degli operatori di call center sono quelli di pubblicità e promozione commerciale.



Telefonate commerciali non sono molestie: le critiche

Tali decisioni, tuttavia, hanno **destato non poche polemiche tra i giuristi**.

Tra le varie critiche, emerge soprattutto quella che rileva la discriminazione che i giudici avrebbero creato **tra soggetti attivi del reato**, salvando coloro che svolgono attività di pubblicità o promozione commerciale, ovvero attività che vengono in sostanza ritenute incompatibili con il biasimevole motivo, in quanto lecite e pertanto irriducibili a forme di biasimo.

Incomprensibilmente, infatti, la Corte di cassazione avrebbe affermato che il telemarketing non può essere ricondotto all'articolo 660 del **codice penale** in quanto manca il fine di nuocere al destinatario delle molestie, considerando che "la disposizione fa [...] riferimento al fine di «petulanza o biasimevole motivo», che deve escludersi nel caso di specie, trattandosi di chiamate che, pur moleste, erano dettate da esigenze di pubblicità e promozione commerciale".

La sfera giuridica degli individui, insomma, in tal modo sarebbe ingiustificatamente tutelata dalle aggressioni dei singoli ma non dalle aggressioni dei singoli fatte a scopo di marketing.

A sostegno di tale critica e a sottolineare la rilevanza dell'errore nel quale sarebbero incorsi i giudici nelle sentenze gemelle di inizio agosto, qualcuno ha addirittura prospettato l'ipotesi che, sottraendo dal campo di applicazione della contravvenzione di cui all'articolo 660 del **codice penale** le chiamate pubblicitarie, anche uno stalker potrebbe ad esempio utilizzare un simile strumento per infastidire la propria vittima.

Telemarketing: la necessità di un intervento legislativo

Sotto alcuni profili, tali critiche sono effettivamente un po' estreme, ma ciò non toglie che **il problema del telemarketing selvaggio sta assumendo una rilevanza che non può più essere sottovalutata** e che pensare di ricondurre le modalità con le quali esso si estrinseca quantomeno alla petulanza penalmente rilevante ai sensi dell'articolo 660 del **codice penale** non è poi così assurdo.

In ogni caso, **più che appellandosi all'ordinamento penale, il problema andrebbe risolto con una normativa che disciplini il settore in maniera specifica ed efficace.**

Avv. Valeria Zeppilli (profilo e articoli)

E-mail: valeria.zeppilli@gmail.com

Laureata a pieni voti in giurisprudenza presso la Luiss 'Guido Carli' di Roma con una tesi in Diritto comunitario del lavoro. Attualmente svolge la professione di Avvocato ed è dottoranda di ricerca in Scienze giuridiche – Diritto del lavoro presso l'Università 'G. D'Annunzio' di Chieti – Pescara



Richiedi una consulenza legale
personalizzata

