Regole di uso corretto

Versione 1.0, in vigore dal 29 luglio 2026

OutLine Digital Agency (libero professionista), Via Dalmazia 36, 76125 Trani (BT), Italia — P.IVA 08978680729

Cosa non si può fare con Omega, e in particolare come si mandano email e messaggi promozionali senza prendersi una sanzione.

Riferimenti normativi	D.Lgs. 196/2003, art. 130 (comunicazioni indesiderate) · Regolamento (UE) 2016/679, artt. 6, 7 e 21 · D.Lgs. 70/2003, artt. 16 e 17

1. Il principio

Omega si usa per lavorare. Ogni uso che danneggia terzi, viola la legge o mette a rischio l'infrastruttura condivisa è vietato, e legittima la sospensione prevista dall'art. 12 delle Condizioni generali (https://work.omegasuite.it/legale/termini).

2. Usi vietati

- Trattare dati personali senza una base giuridica valida, o per finalità diverse da quelle per cui sono stati raccolti.
- Caricare contenuti illeciti, diffamatori, che violino diritti d'autore o marchi altrui, o che costituiscano reato.
- Inviare comunicazioni promozionali non sollecitate (vedi art. 3).
- Tentare di accedere ad ambienti, dati o account non propri; sondare, scansionare o mettere alla prova la sicurezza dell'infrastruttura senza autorizzazione scritta.
- Aggirare limiti tecnici, quote, controlli di accesso o meccanismi di licenza.
- Usare il servizio per generare carichi anomali, per minare criptovalute o per redistribuirne le risorse a terzi.
- Rivendere, sublicenziare o dare accesso al servizio a soggetti diversi dai propri utenti.
- Usare i moduli di intelligenza artificiale per produrre contenuti illeciti, ingannevoli o lesivi, o per prendere decisioni su persone senza intervento umano.

3. Email, SMS e messaggi promozionali: le regole che contano

> **Questa è la sezione che ti evita una sanzione**
>
> In Italia l'invio di comunicazioni promozionali senza consenso è la violazione privacy più sanzionata in assoluto, e il Garante non guarda chi ha fornito il software: guarda chi ha premuto invio. Il modulo Campagne di Omega rispetta il consenso che gli dici tu — non ne verifica l'esistenza al posto tuo.

Regola generale (art. 130 del Codice privacy): per inviare comunicazioni promozionali con sistemi automatizzati — email, SMS, WhatsApp, messaggi vocali preregistrati — serve il **consenso preventivo, libero, specifico e documentabile** del destinatario.

1. **Preventivo**: prima dell'invio, non dopo. Non esiste il messaggio che chiede il consenso a ricevere messaggi.
2. **Libero**: non si può subordinare la vendita o il servizio all'accettazione delle promozioni. Una casella già spuntata non è consenso, e nemmeno il silenzio.
3. **Specifico**: separato dagli altri consensi. Il consenso a gestire una prenotazione non copre la newsletter.
4. **Documentabile**: devi poter dimostrare *chi*, *quando* e *come* lo ha dato. Nel gestionale il consenso marketing è un campo dell'anagrafica, con la sua data: tienilo aggiornato, è la tua prova.

L'unica eccezione — il cosiddetto *soft spam* dell'art. 130 comma 4 — consente di scrivere via **email** a un proprio cliente per promuovere **prodotti o servizi analoghi a quelli che ha già acquistato**, purché l'indirizzo sia stato raccolto in occasione di quella vendita, purché al momento della raccolta gli sia stata data la possibilità di rifiutare, e

purché **ogni singolo messaggio** contenga un modo semplice per opporsi. L'eccezione non vale per chi non ha comprato nulla, non vale per prodotti diversi, e **non vale per SMS e WhatsApp**.

In ogni comunicazione devono comparire l'identità del mittente, un recapito valido e un modo immediato e gratuito per cancellarsi. La cancellazione va onorata **subito**, e comunque non oltre 48 ore.

Se scrivi a numeri presi da elenchi telefonici o acquistati da terzi, la responsabilità di verificare consenso e opposizioni — compresa la consultazione del Registro pubblico delle opposizioni — è interamente tua.

4. Se usi i moduli che riguardano i dipendenti

I dati dei lavoratori hanno regole proprie, che si aggiungono al GDPR. Le principali, con i moduli di Omega che le toccano:

- **Controllo a distanza** (art. 4 L. 300/1970): timbrature, geolocalizzazione, tracciamento delle attività. Gli strumenti da cui deriva anche solo la possibilità di un controllo a distanza richiedono **accordo sindacale o autorizzazione dell'Ispettorato del lavoro** prima dell'installazione, e i dati raccolti sono utilizzabili a fini disciplinari solo se hai dato ai lavoratori un'informativa adeguata sulle modalità d'uso e sui controlli.
- **Dati sanitari** (art. 9 GDPR): idoneità alla mansione, scadenze delle visite, infortuni. Il datore di lavoro può conoscere il **giudizio di idoneità**, non la diagnosi. Non inserire diagnosi nel gestionale.
- **Canale di segnalazione** (D.Lgs. 24/2023): obbligatorio dai 50 dipendenti. L'identità del segnalante non può essere rivelata senza il suo consenso espresso, l'accesso va limitato a persone specificamente autorizzate, e il canale richiede una valutazione d'impatto.
- **Videosorveglianza**: Omega non gestisce impianti di videosorveglianza. Se ne hai uno, resta fuori da qui e segue le sue regole.

5. Verso i tuoi clienti

- Le pagine pubbliche che pubblichi (prenotazioni, portale, moduli di richiesta) devono riportare **la tua informativa privacy**. Il gestionale te ne prepara una a partire dai moduli che hai acceso: va letta, completata e mantenuta aggiornata — non è un adempimento che si delega al software.
- I consensi vanno raccolti separati: uno per il servizio, uno per il marketing, uno per le foto. Una spunta unica non è valida.
- Se tratti dati sanitari — anamnesi, patch test, allergie — servono una base giuridica dell'art. 9(2) e misure adeguate, e va valutata la necessità di una valutazione d'impatto.
- I minori richiedono il consenso di chi esercita la responsabilità genitoriale, secondo le regole del settore e della tua regione.

6. Segnalare un abuso

Chiunque ritenga che un contenuto pubblicato tramite Omega sia illecito può segnalarlo a **amministrazione@outlinedigital.it**, indicando l'indirizzo esatto della pagina, il motivo e i propri recapiti. Le segnalazioni sono esaminate senza ritardo; il segnalante riceve riscontro sull'esito, e il cliente interessato viene informato del provvedimento e può contestarlo.

7. Cosa succede se le regole vengono violate

A seconda della gravità: richiesta di rimozione, rimozione del singolo contenuto, sospensione dell'ambiente, risoluzione del contratto. Salvo urgenza o ordine dell'autorità, il Cliente viene avvisato prima e messo in condizione di rimediare.

Testo integrale sempre aggiornato su https://work.omegasuite.it/legale/uso-corretto. Per ogni domanda: amministrazione@outlinedigital.it.