# E-mail Marketing & Tracking Pixel: consenso e trasparenza

La presente presentazione, realizzata in occasione del webinar organizzato da IAB Italia in data 24 novembre 2026: «E-mail Marketing & Tracking Pixel: consenso e trasparenza», considerata nella sua interezza («Presentazione»), così come tutto il materiale in essa contenuto, compresi loghi e marchi relativi ai servizi offerti da IAB Italia ed i corrispondenti elementi grafici e immagini, costituiscono proprietà intellettuale ed industriale di IAB Italia, e come tali sono tutelati dalla legge (i «Materiali») e devono ritenersi strettamente riservati e confidenziali.
Sono vietati la riproduzione, qualsiasi utilizzo in qualsiasi modalità ed il trasferimento, totale o parziale, effettuato con qualsiasi mezzo, dei Materiali così come le operazioni di estrazione e di reimpiego della totalità o di una parte degli stessi e del loro contenuto, senza previa autorizzazione scritta da parte di IAB Italia.
Le informazioni contenute nella Presentazione e condivise nel corso del webinar non costituiscono un parere legale e non rappresentano necessariamente in termini legali la posizione ufficiale di IAB Italia.

**© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO**

## AGENDA

| | |
|---|---|
| 01 QUADRO NORMATIVO ITALIANO | GDPR e Art. 122 Cod. Privacy: informativa, consenso e deroghe |
| 02 DALLA REGOLA ALLA PRATICA | Il ruolo della piattaforma di invio e le misure nel concreto adottate |
| 03 PROSPETTIVA COMPARATA | L’approccio francese e il confronto con la CNIL |

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

# QUADRO NORMATIVO ITALIANO

## GDPR e Art. 122 Cod. Privacy: informativa, consenso e deroghe

Alessandra Titone, Senior Associate –
DGRS Studio Legale

DGRS
Untraditional lawyers

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

## QUADRO NORMATIVO ITALIANO

All’uso dei tracking pixel si applica:

L’**art. 122 del D.Lgs. 196/2003 («Codice Privacy»)**, che è la norma di recepimento dell’art. 5(3) della Direttiva e-Privacy, che prevede l’obbligo di rendere un’informativa e di acquisire un consenso degli utenti, salvo che non si rientri in una delle casistiche eccezionali ivi indicate.

Normativa «speciale»

Scrittura sul terminale: il tracking pixel è **inserito nel corpo dell’e-mail** (di regola come immagine remota, trasparente e di dimensioni minime).

Lettura/raccolta: al caricamento dell’immagine, viene inoltrata una richiesta al server del mittente, l’immagine viene scaricata dal client di posta elettronica del destinatario e sono raccolte **informazioni relative all’utente** (indirizzo IP, tipo di dispositivo utilizzato, aperture, ecc.).

“***l’inserimento di un elemento*** *(il pixel)* ***nel corpo della e-mail*** *destinata all’utente nonché* ***la “lettura” delle informazioni*** *che ne conseguono e che danno conto dell’azione dell’utente in relazione alla avvenuta apertura della e-mail (il tracciamento) sono operazioni conformi alla fattispecie di accesso al terminale disciplinata dall’art. 122 del Codice”.*

**© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO**

## QUADRO NORMATIVO ITALIANO

All’uso dei tracking pixel si applica:

Il **Reg. UE 2016/679 («GDPR»),** normativa di carattere generale che colma le lacune della disciplina speciale (ad esempio, le caratteristiche del consenso, il cui ottenimento è necessario ai sensi della Direttiva e-Privacy, sono stabilite all’interno del GDPR).

Normativa «generale»

Le norme di cui al Reg. UE 2016/679 “… *restano invece applicabili per tutte quelle fattispecie non specificamente previste dalla direttiva nonché per* ***offrire, alle norme di questa, la cornice regolatoria di carattere generale entro cui collocarne i precetti****.”.*

Definizione dei ruoli privacy: ai sensi del principio di **accountability**, se diversi soggetti usano tracking pixel (editore, piattaforma di invio, ecc.) dovranno essere definiti i ruoli privacy tenendo conto delle norme in materia di protezione dei dati personali.

Informativa: l’impiego dei tracking pixel dev’essere portato a conoscenza degli interessati alla luce del **principio di trasparenza** di cui al GDPR e tenendo conto di quanto previsto dal GDPR in materia di informazioni da rendere agli interessati.

Onere di dimostrare l’avvenuto ottenimento del consenso: alla luce di quanto richiesto dal GDPR, il titolare dev’essere in grado di documentare le scelte – anche granulari – effettuate dall’utente.

Rispetto dei principi di privacy by design e by default: come previsti dal GDPR (ad es. effettuando conteggio degli eventi utilizzando un identificativo inintelligibile e non l’indirizzo e-mail).

**© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO**

## INFORMATIVA

### Quando renderla?

È **sempre** dovuta.

### Come renderla?

A scelta del titolare, può essere fornita tramite più **canali** e **modalità** oppure su **più livelli.**

### Cosa deve contenere?

Le finalità del trattamento perseguite per il tramite dei dati raccolti.

Ad esempio, può essere sinteticamente inserita nel form di raccolta dell’indirizzo e-mail con il rimando ad un link contenente maggiori informazioni.

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

## CONSENSO

### Quando è necessario?

In tutti i casi in cui **non** si ricade in una delle eccezioni previste dall’art. 122 del Codice Privacy, come interpretate nelle Linee Guida dal Garante.

### Come raccoglierlo?

A scelta del titolare, ma il Garante raccomanda di raccogliere **preferibilmente** il consenso al momento stesso dell’acquisizione dell’indirizzo e-mail.

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

## CONSENSO

**Per inserire, all’interno di e-mail commerciali/promozionali, tracking pixel ed effettuare misurazioni individuali e analisi del tasso di apertura serve un consenso *ad hoc*?**

Valutazione e miglioramento della *performance* delle campagne promozionali sulla base dei comportamenti osservati

Adattamento della frequenza o interruzione dell’invio in base all’interesse manifestato dal destinatario nei confronti delle email ricevute

Inferenza sui potenziali gusti, interessi e preferenze attribuibili all’utente per creare dei profili commerciali utilizzabili anche per iniziative diverse.

«…*si ritiene dunque che* ***il consenso alla ricezione degli strumenti di tracciamento in questione possa****, in linea di principio,* ***essere ricompreso in quello, più generale, alla ricezione delle comunicazioni promozionali****, in modo da consentire che la persona esprima a tal fine un unico consenso informato. Ciò alla condizione, tuttavia, che la richiesta sia formulata in modo neutro e privo di forzature, nel rispetto della manifestazione di volontà dell’interessato.*»

**© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO**

## CONSENSO

### Cosa dev’essere garantito all’utente prima di prestare il consenso?

L’utente cui viene richiesto il consenso, dev’essere in grado di **comprendere quali sono le finalità d’uso** del tracking pixel **rispetto ad ogni tipologia** di **comunicazione** in cui lo stesso sarà inserito (comunicazione di servizio, di marketing, ecc.).

Ad esempio, specifica della finalità nel form di raccolta dell’indirizzo e-mail con il rimando ad informativa privacy.

### Cosa dev’essere garantito all’utente dopo aver prestato il consenso?

L’utente che ha prestato il consenso dev’essere successivamente in grado di **revocare agevolmente** le scelte pregresse **in modo granulare** (revoca del consenso unico oppure revoca parziale, con riferimento al tracciamento connesso alla ricezione di tracking pixel).

Ad esempio, inserimento di icona o link nel footer dell’e-mail che conduca l’utente verso un’area dedicata all’esercizio dei diritti.

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

## CONSENSO

### Quali sono i casi in cui si può derogare all’obbligo di previo ottenimento del consenso?

**Conteggio di tipo statistico** che misuri la percentuale globale di apertura dei messaggi (per migliorare la *deliverability* delle e-mail con positive ripercussioni sul servizio a beneficio dell’utente, per contrastare fenomeni di spam, ecc.).

Implementazione di **misure di sicurezza** nel processo di **autenticazione**, suo **completamento** o **aggiornamento** (per esigenze di sicurezza e assicurarsi che l’e-mail sia effettivamente aperta da un dispositivo noto per appartenere all’utente).

Uso nel contesto di **e-mail istituzionali o di servizio** che il titolare ha l’obbligo di inoltrare e rispetto alle quali rilevi l’effettiva presa di conoscenza del destinatario (per il carattere cogente degli invii o per l’obiettivo perseguito dal mittente che va a beneficio dell’utente).

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

# DALLA REGOLA ALLA PRATICA

## Il ruolo di beMail come piattaforma di invio mail e newsletter e le misure adottate

Serge Pastore, CEO Ketchup Adv S.p.A.

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

## IL RUOLO DI **BEMAIL COME PIATTAFORMA DI INVIO MAIL E NEWSLETTER** E LE MISURE ADOTTATE

### Il cliente

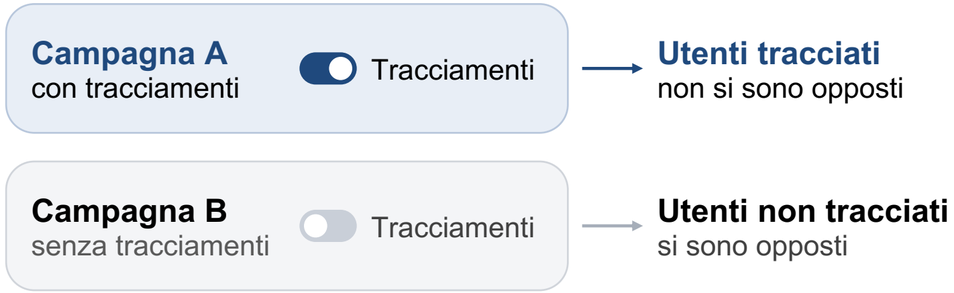
È **Titolare del trattamento**: decide finalità e base giuridica, raccoglie i consensi e informa i destinatari.

### beMail

È **Responsabile del trattamento (art. 28 GDPR)**: tratta i dati solo per conto del cliente e gli fornisce gli strumenti per rispettare le regole.

Clienti informati: tutti i clienti **beMail** hanno ricevuto un'**informativa** sulle nuove Linee Guida del Garante.

Gestione per campagna e target di invio




Footer di ogni mail: sempre **due link**, uno per **disiscriversi** e uno per **revocare il consenso all'uso del tracciamento** nelle mail successive.

Log della revoca: ogni revoca del consenso viene registrata in un **log dell'evento**, conservato come prova.

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

# L’APPROCCIO FRANCESE E IL CONFRONTO CON LA CNIL

**The French approach: same pixel, different rules**

Caroline Chancé, Partner, Squair

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

WHY THE FRENCH APPROACH MATTERS

# Relevant beyond companies targeting France

### French rules may apply

Tracking recipients located in France can trigger French requirements, regardless of where the sender is established.

### CNIL enforcement

The GDPR one-stop-shop mechanism does not govern the enforcement of Article 82.

### Practical guidance

The CNIL Recommendation and FAQ provide detailed implementation guidance that complements the Garante's guidelines, including for companies operating only in Italy.

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

LEGAL FRAMEWORK

# Same legal framework, same principles

## ePrivacy

- Article 5(3) of the ePrivacy Directive
- Italy: Article 122 Privacy Code
- France: Article 82 French Data Protection Act

## GDPR

- Applies to the processing of personal data
- Defines the conditions for valid consent
- Legitimate interest cannot replace consent required under ePrivacy

## CNIL guidance

- Recommendation and FAQ
- Detailed practical guidance
- Non-binding, but important for compliance

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

INFORMATION NOTICE

# The CNIL provides more detail

| | Italy | France |
|---|---|---|
| **When?** | *Always required.* | Same principle. |
| **How?** | *Multiple channels and layered notices.* | Same approach. |
| **What?** | *Purposes of tracking.* | **More detailed guidance on the information to provide.** |

The CNIL specifies how to explain the purposes, who uses the pixel (sender and third parties), which email address is concerned, and that tracking applies across devices.

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

INFORMATION NOTICE: CNIL MODEL WORDING

# Four examples of how to describe tracking purposes

| Purpose | What the notice should explain |
|---|---|
| **Deliverability** | Tracking email openings to manage mailing lists and reduce or stop sends to inactive recipients. |
| **Campaign performance** | Measuring openings and engagement to evaluate and optimise email campaigns. |
| **Profiling** | Using opening behaviour and inferred interests to personalise content or advertising across channels. |
| **Fraud detection** | Analysing unusual opening activity to identify suspected fraud. |

The CNIL provides suggested wording for each purpose in its Recommendation.

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

CONSENT: WHEN IS IT REQUIRED?

# One key difference on deliverability

| | Italy | France |
|---|---|---|
| **Campaign performance** | *Consent required.* | Consent required. |
| **Profiling and interest inference** | *Consent required.* | Consent required. |
| **Managing inactive recipients** | *Consent required.* | **Exemption possible under strict conditions.** |

**French deliverability exemption**

Subject to strict conditions, tracking may be used to manage inactive recipients, adapt communication channels and help demonstrate compliance with certain legal information obligations. The emails must relate to a service requested by the recipient, and data collection must be strictly necessary.

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

CONSENT: HOW TO OBTAIN IT

# Collecting consent: how much granularity?

| | Italy | France |
|---|---|---|
| **Single consent** | *May cover promotional emails and tracking.* | Also possible for closely connected purposes. |
| **Separate consent** | *Depends on the purposes and applicable requirements.* | **Required for distinct, independent purposes.** |
| **Timing** | *Preferably when collecting the email address.* | Same preference; additional guidance on collecting consent later. |
| **Evidence** | *Consent must be demonstrable.* | Same requirement. |

**Key takeaway:** a separate checkbox is not automatically required for every tracking purpose. What matters is whether the purposes are sufficiently connected.

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

CONSENT: HOW TO WITHDRAW IT

# Withdrawing consent: practical requirements

| | Italy | France |
|---|---|---|
| **Withdrawal** | *Easy and granular, including tracking-only withdrawal.* | As easy as giving consent; scope depends on the purposes. |
| **Mechanism** | *Link or icon in the email footer.* | Detailed guidance on accessible withdrawal mechanisms. |
| **Previously sent emails** | — | **Pixels embedded in previously sent emails must no longer track recipients for consent-based purposes once consent has been withdrawn.** |

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

EXEMPTIONS FROM CONSENT

# Exemptions: where France and Italy differ

| | Italy | France |
|---|---|---|
| **Aggregate anonymous statistics** | *Exemption possible under strict conditions.* | No exemption for initial collection based solely on anonymisation. |
| **Security and authentication** | *Exemption possible.* | Exemption possible, within a narrow scope. |
| **Legally required communications** | *Exemption possible in certain circumstances.* | **Possible within the scope of the CNIL’s exemption, subject to strict conditions.** |
| **Deliverability** | *Individual tracking generally requires consent.* | **Specific exemption for managing inactive recipients.** |

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

HOW SQUAIR CAN HELP

# Bringing your email programme in line for France

## France gap analysis

Mapping of your pixels and email flows against the CNIL rules, with a prioritised remediation plan.

## Consent and notices

Collection forms, consent emails, preference centre and notices, aligned for Italy and France.

## Technical implementation

Review of pixel configurations, consent management, withdrawal mechanisms and deliverability settings.

© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO

# CONTATTI


ALESSANDRA TITONE
SENIOR ASSOCIATE – DGRS STUDIO LEGALE

alessandra.titone@dgrs.it

CAROLINE CHANCÉ
PARTNER – SQUAIR

cchance@squairlaw.com

SERGE PASTORE
CEO – KETCHUP ADV S.p.A.

spastore@ketchupadv.com


© 2026 IAB ITALIA - ASSOCIAZIONE DEDICATA ALL'ADVERTISING INTERATTIVO