Approfondimento sul tracciamento PIXEL nell'invio di comunicazioni digitali

Il 29 ottobre 2026 entra pienamente in applicazione il nuovo quadro di indicazioni del Garante Privacy sui pixel di tracciamento nelle newsletter e nelle comunicazioni e-mail.
Si tratta delle Linee guida del Garante del 17 aprile 2026, pubblicate in Gazzetta Ufficiale il 29 aprile 2026, con sei mesi per adeguarsi.
La novità interessa moltissime aziende, anche di piccole dimensioni, che utilizzano piattaforme come Mailchimp, Brevo o altri software per inviare newsletter commerciali, inviti ad eventi o similari.

Che cosa sono i pixel di tracciamento?
Sono piccole immagini invisibili inserite nelle e-mail che consentono di rilevare informazioni sulle interazioni del destinatario.
Per esempio, quando un'azienda invia una comunicazione a 500 clienti, può sapere:

- chi ha aperto la newsletter.
- quando e quante volte è stata aperta.
- alcune informazioni tecniche relative al dispositivo utilizzato.

Queste informazioni possono risultare particolarmente utili per l'azienda mittente, in quanto consentono di comprendere quali destinatari manifestano maggiore interesse verso le comunicazioni inviate.
Sulla base dei dati raccolti, l'azienda può quindi pianificare successive iniziative commerciali più mirate, ad esempio inviando ulteriori comunicazioni personalizzate oppure contattando telefonicamente i clienti che hanno mostrato maggiore interesse.
È importante precisare che le informazioni raccolte non sono sempre accurate: alcuni programmi di posta elettronica bloccano i pixel di tracciamento o utilizzano sistemi di protezione della privacy che possono alterare i dati relativi alle aperture.

Quando è necessario il consenso?
La distinzione fondamentale è tra analisi statistiche aggregate e monitoraggio individuale dei destinatari.

Utilizzo	Consenso per il pixel
Newsletter senza pixel di tracciamento	Non necessario per il pixel
Statistiche aggregate anonime, senza monitoraggio individuale	Generalmente non necessario, alle condizioni previste
Verifica di chi ha aperto una specifica newsletter	Generalmente necessario
Analisi individuale delle aperture per ottimizzare campagne commerciali	Necessario
Profilazione commerciale basata sulle aperture	Necessario
Pixel strettamente necessari per sicurezza	Possibile esenzione

Il consenso per ricevere una newsletter e quello per il tracciamento non sono automaticamente equivalenti. Le Linee guida ammettono, a determinate condizioni, che il consenso ai pixel sia incluso in quello promozionale, purché la scelta sia informata, libera e revocabile selettivamente.
Questo significa che il destinatario deve poter continuare a ricevere la newsletter anche revocando il consenso al tracciamento.

Come deve essere acquisito il consenso?
Il Garante non impone necessariamente due consensi separati, uno per ricevere newsletter e uno per il tracciamento.
Ammette che il consenso per i pixel possa essere ricompreso nel consenso generale alle comunicazioni promozionali, purché la persona sia chiaramente informata e la scelta sia libera anche per la futura disiscrizione.
Non è quindi sufficiente unicamente il tradizionale collegamento "Disiscriviti" nel testo, bensì il Garante suggerisce un link nel footer che permetta di gestire distintamente le preferenze.

Cosa succede per i clienti già iscritti alle newsletter?
Nuovi trattamenti
Il consenso deve essere acquisito preventivamente, preferibilmente quando viene raccolto l'indirizzo e-mail, assicurando un'informativa adeguata e una successiva possibilità di revoca granulare.

Trattamenti già in corso
Il Garante prevede un regime transitorio: i titolari possono integrare l'informativa nel primo invio utile o nel primo momento di discontinuità e devono introdurre un meccanismo di revoca selettiva del tracciamento, rendendolo chiaramente riconoscibile.
Non è quindi previsto un obbligo indistinto di richiedere nuovamente il consenso a tutti gli iscritti.

La soluzione più semplice
Per un'impresa che invia occasionalmente newsletter informative o commerciali e non ha necessità di conoscere chi le apre, suggerirei di disattivare il monitoraggio individuale delle aperture. In questo modo si elimina alla radice una parte importante delle problematiche legate ai pixel, fermo restando il rispetto delle regole per l'invio di comunicazioni commerciali e degli altri trattamenti di dati personali.

Il Garante ammette una deroga per misurazioni statistiche globali delle aperture, purché le informazioni siano anonimizzate e non consentano il monitoraggio individuale.
Suggerisce, ad esempio, l'utilizzo di un pixel identico per tutti i destinatari della stessa campagna e l'anonimizzazione di altri dati tecnici, come indirizzo IP e client di posta.

Se l'azienda intende sapere quali destinatari aprono le e-mail, utilizzando queste informazioni per migliorare campagne promozionali, adattare frequenze di invio o individuare interessi commerciali, deve acquisire il consenso, salvo che ricorra una specifica deroga.

Cosa devono fare concretamente le aziende?
Alla luce delle nuove indicazioni, si suggerisce alle aziende di effettuare una verifica delle modalità di gestione delle comunicazioni e-mail, seguendo i passi sotto riportati:

- Verificare se vengono utilizzate piattaforme per l'invio di newsletter, comunicazioni promozionali o messaggi automatici.
- Accertare se tali piattaforme utilizzano pixel di tracciamento e se il monitoraggio delle aperture è attivo.
- Individuare quali informazioni vengono raccolte e per quali finalità.
- Valutare se il monitoraggio individuale sia effettivamente necessario.
- Disattivare le funzionalità di tracciamento non necessarie.
- Verificare se ricorrono le condizioni per utilizzare statistiche aggregate anonime o altre deroghe al consenso.
- Verificare la validità e la documentazione dei consensi eventualmente raccolti.
- Aggiornare le informative privacy.
- Predisporre, quando necessario, modalità adeguate per raccogliere il consenso al tracciamento.
- Consentire la revoca selettiva del consenso al tracciamento, senza imporre la disiscrizione dalle comunicazioni.
- Verificare i rapporti contrattuali e privacy con i fornitori delle piattaforme.
- Documentare le valutazioni effettuate e le configurazioni adottate, aggiornando ove necessario il registro dei trattamenti e la relativa documentazione privacy.

Fonti ufficiali
Provvedimento n. 284/2026:
https://www.garanteprivacy.it/home/docweb/-/docweb-display/docweb/10241943
Pagina informativa e vademecum del Garante:
https://www.garanteprivacy.it/temi/tracking-pixel