Pixel di tracciamento nelle e-mail e newsletter: che cosa sono e quali sono le nuove regole del Garante di Cristiano Sanna Martini

Dallo scorso 29 ottobre sono in vigore le nuove regole sul tracking pixel che monitora le nostre abitudini digitali: ecco perché abbiamo ricevuto tanti avvisi negli ultimi giorni

(Fonte: https://www.corriere.it/ 3 novembre 2026)



Negli ultimi giorni di ottobre, a ridosso del ponte di Ognissanti, molti di noi hanno trovato nella posta una serie di messaggi simili. Newsletter, negozi online, banche e altri servizi ci avvisavano che le loro email contengono «pixel di tracciamento» (in inglese tracking pixel). Ci spiegavano anche come scegliere se essere tracciati oppure no. Il 29 ottobre scadevano i sei mesi che il Garante per la protezione dei dati personali aveva concesso per adeguarsi alle sue **linee guida** su questa tecnologia. Le linee guida sono state adottate il 17 aprile e pubblicate in Gazzetta Ufficiale il 29 aprile 2026.

Che cosa sono

Un pixel di tracciamento è un'immagine minuscola, spesso di un solo pixel e trasparente, quindi invisibile, inserita in un'email. L'immagine non si trova nel messaggio ma sul server di chi lo invia. Quando apriamo l'email e il nostro programma di posta scarica le immagini, quel server registra l'apertura. In questo modo il mittente può sapere se e quando abbiamo aperto il messaggio, quante volte, con quale dispositivo e da quale indirizzo IP.

I pixel si usano da anni: li utilizzano editori, uffici stampa, negozi online, banche e aziende di ogni tipo. Servono a misurare quanto funziona una campagna. Servono però anche a capire cosa interessa a ciascun destinatario, per costruirne un profilo e mandargli messaggi su misura.

Che cosa chiede il Garante

Le linee guida non sono una legge nuova. Spiegano come si applica ai pixel una regola che esiste dal 2012, l'articolo 122 del Codice privacy, che chiede il consenso dell'utente prima di raccogliere informazioni dal suo dispositivo. Se un'email serve a seguire il comportamento del singolo destinatario, ci vuole il suo consenso, e va chiesto prima. Chi invia l'email deve anche dire chiaramente che contiene pixel, quali dati raccolgono e a cosa servono.

Il consenso serve quindi, ad esempio, quando il pixel registra se una determinata persona ha aperto una newsletter o un'email promozionale. Serve anche quando il pixel aiuta a capire che cosa le interessa, o a decidere quali e quante email mandarle. Non occorre un consenso separato per ogni pixel: si può chiedere insieme al consenso a ricevere comunicazioni commerciali, a patto di dirlo in modo esplicito.

Quando il consenso non serve

Ci sono alcune eccezioni, ciascuna con condizioni precise:

le statistiche complessive e anonime (quante persone hanno aperto una campagna in totale), se non permettono di riconoscere i singoli destinatari; le esigenze di sicurezza, come le email legate all'accesso o all'autenticazione di un account; le comunicazioni che il mittente è obbligato per legge a inviare, quando deve verificare che siano arrivate;

l'eliminazione dalle liste degli indirizzi inattivi. Questa eccezione vale solo per le email di servizio, non per quelle promozionali, e con limiti stretti sui dati che si possono conservare.

Perché sono arrivati tutti questi avvisi

Per chi era già iscritto, il Garante ha previsto una fase di transizione. I mittenti potevano continuare a usare i pixel a due condizioni: informare gli iscritti con il primo messaggio utile e dare loro un modo semplice per rifiutare il tracciamento. Per chi si iscrive da ora in poi, invece, il consenso va chiesto prima.

La scelta non è «tutto o niente». Si può rifiutare solo il tracciamento e continuare a ricevere la newsletter, che arriverà senza pixel. In alternativa ci si può cancellare del tutto. Chi rifiuta il tracciamento riceverà soltanto messaggi meno personalizzati. Il Garante ha fatto sapere che i controlli sul rispetto delle linee guida fanno parte delle ispezioni previste per la seconda metà del 2026.

Garante Privacy: **Linee Guida in materia di utilizzo di tracking pixel nelle comunicazioni di posta elettronica**