

Oblio, portabilità e garanzie tolleranza zero sulla privacy dal 2018 sanzioni pesanti

IL 28 MAGGIO DEL PROSSIMO ANNO TUTTE LE SOCIETÀ, PUBBLICHE E PRIVATE, CHE UTILIZZANO ED ELABORANO DATI PERSONALI DEGLI UTENTI, DOVRANNO APPLICARE IL NUOVO REGOLAMENTO EUROPEO SULLA DATA PROTECTION IL GDPR ANDRÀ AD ARMONIZZARE LE NORME

Christian Benna

Milano

Il dato è tratto. A partire dal 28 maggio 2018, tutte le aziende, pubbliche e private, che utilizzano ed elaborano dati personali degli utenti, dovranno attraversare il nuovo Rubicone della privacy per sbarcare in quel territorio definito dal Regolamento europeo sulla data protection, Gdpr, approvato nell'aprile 2016 e che andrà ad armonizzare le attuali normative nazionali. Per il cittadino arrivano quindi più tutele, sancite nel diritto all'oblio (ottenere la cancellazione anche online di dati personali); diritto alla portabilità (cambiare ad esempio provider di posta elettronica senza perdere contatti e messaggi); sarà vietato il trasferimento di dati personali all'infuori della Ue in assenza di garanzie sul trattamento corretto dei dati. In caso di *data breach*, violazione dei dati o attacco informatico, l'azienda, entro 72 ore dal fatto, dovrà inviare una segnalazione all'utente e al garante nazionale per la privacy. Inoltre tutte le aziende interessate al provvedimento sono tenute a nominare un *data protection officer*, un professionista che ha l'incarico di assicurare una gestione

corretta dei dati personali nelle imprese private e nella pubblica amministrazione. Chi non rispetterà le norme, oltre al danno reputazionale, rischia di pagare multe salatissime: fino al 4% del fatturato globale, per una cifra massima calcolata in 20 milioni di euro.

La società di consulenza Hyperion stima che nei primi tre anni dell'entrata in vigore della normativa il conto delle sanzioni ammonterà a più di 5 miliardi di euro. La previsione è approssimata per difetto. Basti pensare che negli ultimi tre anni gli istituti finanziari europei hanno subito 384 casi di *data breach*. Se fosse stato applicato il nuovo regolamento europeo in questo lasso di tempo la sanzione complessiva sarebbe stata pari a 4,6 miliardi.

Ad oggi in Europa meno del 50% delle imprese interessate (banche, assicurazioni, media company, ospedali) ha avviato programmi di revisione dei processi interni in conformità con il Gdpr. In Italia il cammino viaggia con un passo ancora più lento. A 10 mesi dall'entrata in vigore del regolamento, stima una ricerca di Compuware Corporation, solo il 28% delle imprese ha avviato un piano completo sulla *data protection* secondo il nuovo regolamento. In sostanza oggi due terzi delle aziende nazionali è a rischio sanzioni. Stando a una ricerca condotta da Federprivacy su un campione di 1.000 aziende italiane, il 32% delle imprese non sa ancora se rientra o meno nell'obbligo di designare un *data protection officer*, e nel dubbio il 72% non ha nominato nessuno per ricoprire questo ruolo.

Le nuove norme sono molto

stringenti. E la minaccia di sanzioni salatissime non sarà l'unico deterrente. Le aziende assumono responsabilità anche penali. La trasparenza perciò diventa obbligatoria. Le aziende, qualora venga richiesto, dovranno informare i consumatori e le autorità come hanno ottenuto i dati, e implementare regole speciali per i minori. «Siamo ancora in una fase di passaggio - dice Marco Maglio, presidente dell'Osservatorio Europeo sulla data protection - Oggi gli stati membri dell'Unione hanno leggi nazionali molto diverse fra loro. Per l'Italia tante norme risultano totalmente nuove. Ma il cambiamento organizzativo è già in corso tra le multinazionali. Per le più piccole ci vorrà del tempo».

I dati sono diventati il petrolio dell'era digitale. Si tratta di materia prima grezza sulla base della quale le società possono orientare le campagne di marketing, generare statistiche e nuovi prodotti, e pertanto è materia che va maneggiata con cura.

«La vera novità contenuta in questa normativa - prosegue Maglio - è il traguardo della semplificazione dei processi. Le aziende che opereranno in conformità con il regolamento avranno benefici sul lungo termine grazie a una valorizzazione dei dati basata sull'analisi del rischio». E questo perché il principio cardine del regolamento poggia sul cosiddetto "Privacy by design", quel criterio per cui quando si decide di trattare dati personali bisogna preoccuparsi in anticipo dei ri-



schì potenziali. «Si tratta di un grande cambiamento di approccio. Oggi la privacy arriva per ultima nelle preoccupazioni di tante aziende. Ma è un errore. Il dato se ben tutelato aumenta di valore».

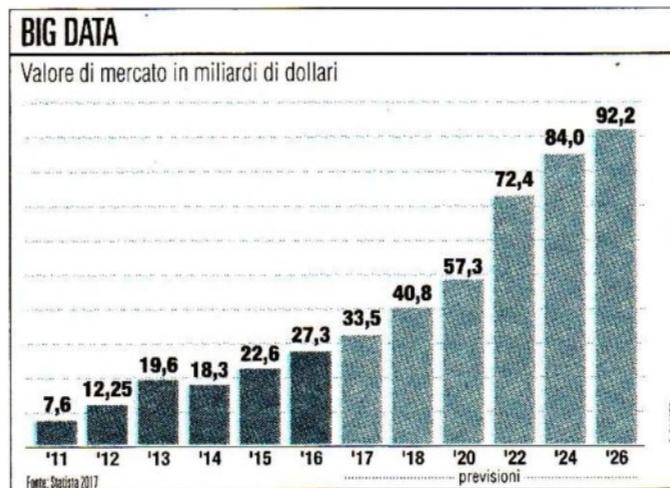
In Italia, **Confindustria Digitale** ha promosso un gruppo di lavoro per individuare e affrontare tutte le criticità a cui possono incorrere le imprese, che vanno dal "coordinamento tempestivo per fornire certezze al quadro normativo alla semplificazione degli adempimenti e la limitazione della discrezionalità degli stati membri". Afferma **Elio Catania**, presidente di **Confindustria Digitale**: «Per attuare il regolamento secondo questi principi, in modo

tale da creare un quadro normativo favorevole all'innovazione e allo sviluppo dell'economia digitale, è necessaria una costante collaborazione tra tutti gli attori pubblici e privati coinvolti. Questa esigenza ha trovato ascolto da parte del Garante della protezione dei dati personali, che si pone come punto centrale di una corretta impostazione per l'implementazione del regolamento, a livello nazionale ed europeo». Intanto, mentre il Garante ha pubblicato le linee guida per favorire l'adozione del nuovo regolamento, è scattata la caccia ai nuovi professionisti della privacy, a quei Data protection manager responsabili della protezione dei dati. Si trat-

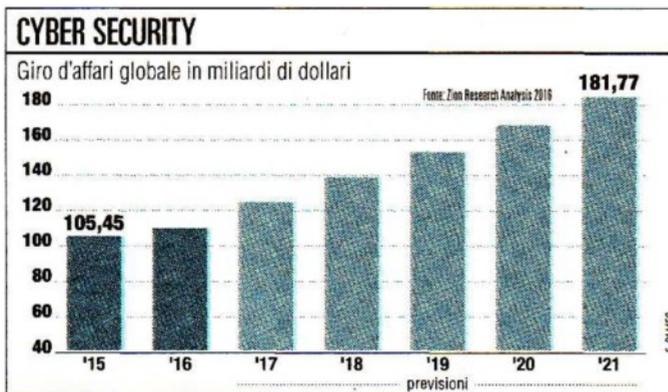
ta di figure che, oltre a fungere da punto di contatto con gli interessati, tra i vari compiti hanno anche quello di cooperare con l'Autorità per la privacy.

«Siamo nati tre anni fa e oggi contiamo 3-mila soci ma stimiamo che il mercato italiano avrà bisogno di almeno 40 mila manager esperti - dice Matteo Colombo presidente dell'associazione di categoria AssoDpo, - le aziende private sono già molto avanti nell'adottare queste figure professionali, sul pubblico invece segnaliamo un certo ritardo. I dati saranno gli asset delle aziende del futuro, e manager con competenza giuridiche e informatiche saranno sempre più richiesti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



In continua crescita il valore delle aziende del settore digitale: adesso però dovranno prestare la massima attenzione alla questione della privacy, pena pesanti sanzioni



Banche, sanità e grandi aziende di servizio sono le più colpite dagli attacchi degli hacker; la società di consulenza Hyperion stima nei primi tre anni dal via della nuova normativa 5 miliardi euro di sanzioni



Elio Catania (1)
presidente di
Confindustria
digitale;
Marco Maglio
(2) presidente
Osservatorio
Europeo sulla
data protection

