

La crescita del mercato digitale impone alle aziende di dotarsi di figure professionali ad hoc

Dati personali messi al sicuro

Al privacy officer la gestione delle informazioni sensibili

Pagina a cura
DI ROBERT HASSAN

Lo chiamano privacy officer, in pratica è un ruolo chiamato alla valutazione, all'organizzazione e alla gestione protetta dei dati personali. È una figura che deve avere conoscenze della normativa circa la gestione e protezione dei dati personali e saper interagire con i sistemi gestionali dell'azienda, avendo di base una buona competenza informatica.

«Le professioni digitali assumono sempre più rilevanza all'interno di ogni realtà aziendale» afferma Giuseppe Bruno, general manager

di InfoJobs. «La crescita del mercato digitale comporta, senza dubbio, un aumento del traffico dei dati sensibili online. L'ordinamento italiano non dispone di una normativa ad hoc per i privacy officer, ma dati i trend del mercato, è opportuno che ogni organizzazione si doti di una persona incaricata della protezione e del trattamento lecito dei dati, essendo questi aspetti legati a ogni dinamica professionale», continua Giuseppe Bruno.

Per sfruttare al meglio le opportunità che verranno dal mercato

digitale, servono quindi misure adeguate

per garantire la trasparenza e la qualità delle attività svolte dai professionisti dell'era di internet.

«Se il nostro garante privacy prescrivesse in via generale la necessità di un responsabile privacy per ogni struttura con dati sensibili, come già fece con il provvedimento sugli amministratori di sistema, non servirebbe neanche aspettare l'avvento del regolamento europeo», spiega Luca Bolognini, presidente dell'Istituto italiano per la privacy. «Il privacy officer, già previsto a vario titolo in diversi Paesi del mondo, inclusa la Germania, darebbe maggiore garanzia sulla tutela aziendale delle informazioni. Facciamo appello alla nostra Autorità affinché preveda questa figura almeno per i casi più delicati, e pensiamo ad esempio a settori come la sanità digitale, il marketing e i trattamenti di dati di minori», aggiunge Luca Bolognini.

Secondo le stime di **Confindustria Digitale**, varrebbe 6,6 punti di pil italiano la svolta del mercato digitale, generando 700 mila posti di lavoro nei prossimi cinque anni, con i primi effetti già nel 2015. L'economia digitale potrà pertanto dare un contributo decisivo per il rilancio del mercato del lavoro, ma spetta alle istituzioni il compito di creare le giuste condizioni per coglierne le opportunità, stabilendo al tempo stesso le regole necessarie ad evitare che si venga a crea-

re una sorta di «mercato selvaggio» delle professioni.

«Nei prossimi 12 mesi permetteremo a 1.000 professionisti di dotarsi di credenziali documentate mediante gli attestati di qualità rilasciati ai sensi della legge 4/2013, e i certificati basati sulla Norma ISO 17024 emessi dal Tüv Examination Institute come organismo di certificazione di terza parte», afferma Nicola Bernardi, presidente di Federprivacy. «Tuttavia, con l'arrivo del regolamento europeo, il mercato potrà richiedere tra i 25 mila e i 70 mila privacy officer. Nonostante i numeri ci diano ampia soddisfazione per quel che riguarda il nostro operato, questo significa d'altra parte che gli sforzi da noi compiuti per dare trasparenza e credibilità alla categoria professionale rappresentano purtroppo una goccia nel secchio rispetto al reale fabbisogno», conclude Nicola Bernardi.

—© Riproduzione riservata—

