



Attenti ai dati

Con l'entrata in vigore della nuova normativa europea, le aziende dovranno vigilare sulla privacy dei propri dipendenti. Ecco come

di Gloria Riva

IL COUNT DOWN è scattato: tra un paio di mesi tutte le aziende europee dovranno armarsi di scudi digitali per difendere i dati personali degli europei da eventuali cyber-attacchi e, ovviamente, non potranno più sfruttarli a proprio vantaggio. La stretta sulla privacy scatta il 25 maggio prossimo, con l'entrata in vigore del Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati, Gdpr, un complesso di regole stabilite dalla Commissione europea. Nonostante manchi poco, spiega lo studio legale DLA Piper, il 70% delle imprese non lo rispetta ancora e quindi rischia multe salate: il 4% del fatturato, fino a un massimo di 20 milioni di euro, più indagini, sanzioni ulteriori e cause individuali. L'obiettivo dell'Europa è garantire al cittadino il diritto all'oblio e all'essere lasciato in pace da qualsiasi indagine di mercato, offerta telefonica o inappropriato uso dei propri dati personali, cioè tutti quelli che direttamente o indirettamente identificano una persona, come il nome, l'email, le foto, gli atti giudiziari e i dati sensibili come l'iscrizione a un partito politico o a una squadra di calcio. Cécile Georges, Chief Privacy Officer di Adp, società che si occupa di servizi alle aziende, è un'esperta di questo argomen-

necessario assumere un esperto di protezione dei dati, un Chief Privacy Officer, figura professionale che potrebbe diventare molto richiesta nel corso del 2018.

Perché, se l'adeguamento sembra relativamente facile sulla carta, in realtà prevede una vasta gamma di ambiti e profili da considerare: quello legale, quello informatico, passando per le caratteristiche organizzative di aziende private e pubbliche. Cécile Georges spiega in cinque punti quello che le aziende dovrebbero fare per adeguarsi alla normativa:

1. Eseguire un'analisi dei requisiti richiesti dal nuovo regolamento e determinare quali interessano alla propria azienda.
2. Esaminare i processi esistenti e identificare le lacune che dovranno da risolvere.
3. Sviluppare un piano d'azione.
4. Coinvolgere tutte le funzioni aziendali, incluse quelle operative per proteggere i dati da qualsiasi attacco.
5. Progettare il programma di governance in modo tale che col passare del tempo sia sempre possibile aggiornarlo e migliorarlo, dal momento che la materia della difesa della privacy è in costante mutamento. ■

48%

SONO LE DONNE AVVOCATO
IN ITALIA, CON REDDITO
PARI AL 43% DEI COLLEGHI
MASCHI. SOLO IL 13,64%
DEI MANAGING PARTNER
DEGLI STUDI È
FEMMINA (ASLA)

to e ha affiancato molti imprenditori nella gestione della nuova normativa. Cécile spiega a *D* come il Gdpr stia alzando l'asticella per le aziende in tema privacy creando «obblighi più stringenti per le aziende. Inoltre offre alle persone un maggiore controllo sul modo in cui i propri dati personali vengono raccolti, archiviati e utilizzati nelle imprese». L'obiettivo è migliorare la fiducia delle persone nell'economia digitale, offrendo un sistema di controllo e un freno all'eccessivo sfruttamento che oggi si fa di quei dati per via della totale deregolamentazione che oggi c'è su internet e cloud». Insomma, la privacy dovrà diventare un aspetto importante per le aziende, e per quelle che hanno a che fare con un'elevata mole di informazioni sarà