

L'ANALISI

Alessandro De Nicola



CHI È IL PADRONE DEI NOSTRI DATI SUL WEB

La settimana scorsa i lettori avranno avuto la sgradevole sensazione di essere stati stalkerati. La loro casella e-mail è stata infatti invasa da messaggi in cui si ricordava che, vista l'entrata in vigore il 25 maggio del nuovo Regolamento europeo 2016/679 sulla Privacy (conosciuto con l'acronimo Gdpr, General Data Protection Regulation), bisognava ridare il consenso al trattamento dei dati o aggiornarli. I sovranisti hanno subito polemizzato sull'Europa burocratica e maligna, la maggioranza si è limitata a qualche ironia sui social network. In effetti, il nuovo Regolamento crea qualche fastidio alle persone fisiche e sta comportando sforzi organizzativi per le aziende ma, come le recenti vicende di Facebook insegnano, la protezione dei dati personali in una società sempre più tecnologica è parte integrante dei nostri diritti di libertà. L'intenzione del legislatore è proprio quella di mettere in sicurezza il modo in cui vengono trattati i dati individuali come presupposto per lo sviluppo dell'economia digitale. Prima di tutto perché una norma europea invece che nazionale? Non è imperialismo, ma un'esigenza di mettere tutti i paesi su un piano di parità per evitare vantaggi concorrenziali a chi fosse sottoposto a regole meno articolate. D'altronde, sebbene lo schema di decreto legge di coordinamento del Regolamento con la precedente normativa nazionale sia fermo in Parlamento, la legge europea si applica subito e senza sconti, comprese le severe sanzioni in caso di sua violazione, compreso il divieto di partecipare a gare pubbliche. Il fulcro della nuova regolamentazione è la responsabilizzazione del titolare del trattamento dei dati. "Trattamento" è un termine che ricomprende tutto, dalla conservazione, all'utilizzo fino alla diffusione delle informazioni ricevute dal titolare, vale a dire la banca, società telefonica, ospedale o social network che li accumula. Sia che il dato sia "trattato" dal titolare che da un responsabile del trattamento (un outsourcer, ad esempio) è essenziale inviare le informative a tutti gli interessati per metterli in grado di capire che utilizzo viene fatto dei loro dati. E tale informativa deve essere molto più trasparente e dettagliata che nel passato: ecco perché le nostre caselle email sono intasate da richieste di consenso. Peraltro, una volta immagazzinati i dati, il titolare può farne uso solo per un suo legittimo interesse. Volete un esempio? Molti avranno seguito la bizzarra vicenda dei periodi di studio del premier incaricato Conte in varie università del mondo. Mentre gli atenei americani hanno subito comunicato quello che risultava dai loro registri, a quanto sembra l'Università di Cambridge si è rifugiata dietro ad un "no comment" per motivi di privacy. Ebbene, secondo la nuova normativa l'augusto ateneo è stato troppo timido, in quanto il trattamento del dato (nel caso specifico la diffusione) era giustificato per "motivi di interesse pubblico" e perché riguardava "dati personali resi manifestamente pubblici dall'interessato" (il soggiorno al Girton College). Le novità non finiscono qui,

però. Oltre a sancire definitivamente il "diritto all'oblio", cioè a vedere cancellati i propri dati quando non più necessari per le finalità per cui erano stati raccolti (tra cui il diritto all'informazione del pubblico), il Gdpr consente anche la portabilità degli stessi, esattamente come il numero telefonico da una compagnia all'altra. Importante è pure il diritto all'accesso, grazie al quale in ogni momento chiunque può chiedere al titolare che tipo di trattamento sta effettuando sui propri dati, eventualmente opponendovisi. Per le imprese, a fronte di una maggiore certezza su ciò che si può fare, gli oneri sono impegnativi: sarà necessario un registro delle attività di trattamento; una valutazione di impatto sulla protezione delle informazioni possedute; la nomina di un responsabile per la protezione (il famoso Dpo) per le aziende più grandi; un obbligo di avvertire il Garante e i diretti interessati in caso di hackeraggio. Insomma, il Gdpr dà valore al diritto di proprietà sui propri dati: le imprese che vorranno servirsene probabilmente prima o poi dovranno pagare un piccolo prezzo. Cambridge Analitica, per dire, dovrebbe mettere mano al portafoglio o implorare un compenso gratuito per aiutare ad eleggere un Trump europeo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA