



## GDPR: QUALI OPPORTUNITA' PER LE AZIENDE?



Una parte delle aziende italiane vive il 25 Maggio come i Maya vivevano il 21 Dicembre 2012: una catastrofe. Il 25 Maggio segna infatti l'introduzione del tanto temuto GDPR, il regolamento europeo sui dati personali. Se da una parte molte imprese sono in chiaro ritardo perché si sono attivate troppo tardi, molte altre sembrano non essere nemmeno a conoscenza dei nuovi obblighi.

La percezione più comune è quella di un vincolo meramente burocratico, un insieme di procedure scritte su carta che nessuno leggerà. Emerge una scarsa sensibilità da parte degli imprenditori italiani che tendono a sottovalutare i rischi e ad etichettare questo GDPR come un'inutile e costoso fardello amministrativo.

Certo, **il lavoro da fare è consistente**. Infatti il Regolamento, ispirandosi al sistema ISO 9001, richiede di effettuare un'analisi del rischio del trattamento del dato e di sviluppare un modello di gestione del dato stesso. Oltre a tale aspetto operativo, l'azienda deve acquisire maggiore sensibilità, formare tutti i dipendenti al corretto utilizzo dei dati, nominare ed eventualmente istituire un DPO. E' richiesto un approccio strutturato che coinvolge, in peso e misura diversa, tutte le risorse dell'azienda.

### I benefici collaterali del GDPR

Il GDPR, oltre ad introdurre una serie di misure per migliorare la trasparenza nel controllo e nella gestione dei dati, porta a numerosi vantaggi collaterali. Dal punto di vista commerciale, un cliente soddisfatto è un cliente fidelizzato, verso il quale avranno maggiore efficacia le attività promozionali. Dal punto di vista informatico, si assiste ad un miglioramento dell'infrastruttura tecnologica, in termini di **maggiore protezione della rete informatica**.

Un'attenta gestione dei dati dei propri clienti previene problemi di reputazione e migliora l'immagine: da una parte **l'azienda risulterà più attraente** nei confronti di nuovi partners e



investitori; dall'altra parte darà un messaggio di fiducia, sensibilità e professionalità nei confronti dei propri consumatori che pretendono più sicurezza e privacy. Tutto ciò avrà un **impatto economico e finanziario positivo** sull'azienda.

Il GDPR è **un'opportunità per distinguersi**, per **offrire un valore aggiunto**, una sorta di bollino di qualità. Avere la consapevolezza di cosa si stia trattando, permettere inoltre di cogliere nuove opportunità di business e di sfruttare in modo lecito i dati personali.

L'uscita del Regolamento ha fatto emergere l'esistenza di molte attività che non si sono mai conformate alle norme in materia di protezione dei dati personali. Ciò rappresenta l'occasione per partire da zero e mettersi in regola.

### **Che rischi corre chi non si è adeguato?**

Le maggiori preoccupazioni derivano dall'ipotesi di una violazione dei dati personali da parte di hackers, da un errato utilizzo della privacy da parte di dipendenti non istruiti in materia, da una mancata compliance dell'azienda.

Le conseguenze negative non si esauriscono con una sanzione salata, ma invadono anche la sfera reputazionale. **Chi si fiderà di comunicare i dati della propria carta di credito ad un'azienda che non è in grado di proteggere i dati sensibili dei suoi clienti?** L'inosservanza del Regolamento può compromettere l'immagine aziendale, con conseguenti impatti negativi sulle vendite, sul marketing, sulle relazioni con clienti e stakeholders.

