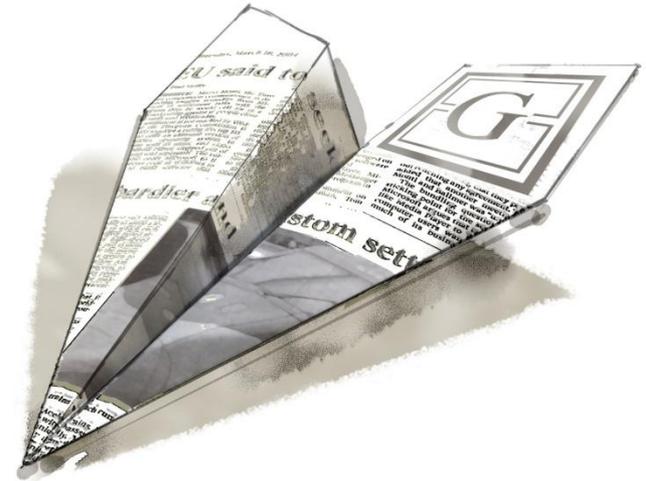




STUDIO LEGALE
GIACOPUZZI

**DIRITTO d'IMPRESA
CIVILE, SOCIETARIO
& NUOVE TECNOLOGIE**



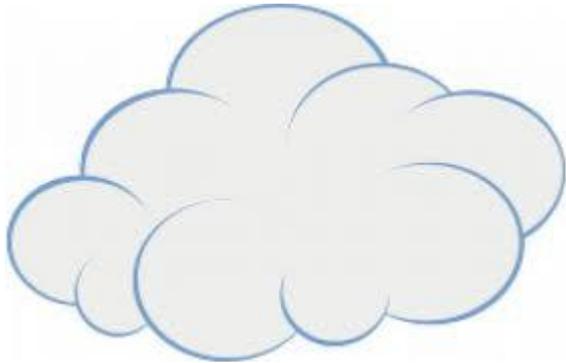
GLI ADEMPIMENTI PRIVACY DOPO LE SEMPLIFICAZIONI DEL 2012

NOVITA' E CONFERME

www.studiogiacopuzzi.it

Studio Legale Giacopuzzi – Diritto d'Impresa - www.studiogiacopuzzi.it

“LA PRIVACY”



Cielo, la privacy!

Serve una “bussola”, per orientarsi tra i numerosi precetti, al fine di individuare gli adempimenti da porre in essere

IL PROCESSO DI SEMPLIFICAZIONE

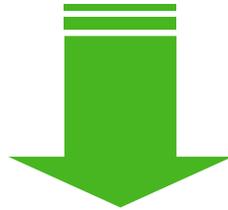
Nel corso degli ultimi anni si è assistito, da parte del legislatore e del Garante Privacy, ad un processo volto a razionalizzare gli adempimenti in materia, a beneficio in particolar modo delle imprese

A far data dall'estate 2011, detto processo ha subito una accelerazione tale da poter parlare di **una vera e propria rivoluzione**

Quali sono **i cambiamenti** e, soprattutto, quali sono **i risvolti pratici** che ad essi conseguono?

UNA PREMESSA DA CUI MUOVERE

La disciplina sulla protezione dei dati personali
è tematica complessa



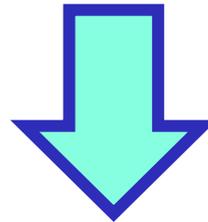
Varie sono le ragioni

- il carattere "tecnico" della materia
- la non felice formulazione di alcune norme di legge
- l'ontologica "precarietà normativa"
- la presenza di differenti fonti di produzione dei precetti

LA “CHIAVE DI LETTURA” DELLA TEMATICA IN ESAME

UN’AVVERTENZA PRELIMINARE:

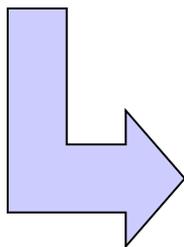
le regole normative vanno lette
unitamente alle indicazioni del Garante



Vi sono adempimenti da porre in essere e precetti da osservare,
pena l’applicazione di **sanzioni (amministrative e/o penali)**.
Il tutto fermo l’obbligo di **risarcire il danno** eventualmente arrecato.

LE SANZIONI

Il quadro dell'impianto sanzionatorio



Artt. 161 - 172
D.Lgs. 196/03



Qualche esempio, senza alcuna pretesa di esaustività

Inidonea informativa: sino ad € 36.000,00

Violazione misure di cui all'art. 33: sino ad € 120.000,00

Incompleta notificazione: sino ad € 120.000,00

Inosservanza provv. *Garante ex art. 154.c*: sino ad € 180.000,00

Ipotesi aggravate: sino ad € 300.000,00

“I PROVVEDIMENTI” DEL GARANTE

ATTENZIONE:

Un identico nome (*id est* “provvedimenti”)
per indicazioni differenti

QUALE PORTATA GIURIDICO-FORMALE?



mere indicazioni a carattere divulgativo (154.1.h)

prescrizioni impartite con efficacia vincolante (154.1.c)
(sanzione per l’inosservanza: € 30.000,00 -180.000,00, ex art. 162.2-ter)

LA «MANOVRA MONTI» E LA PRIVACY

Più che una modifica,
una rivoluzione

Il dato personale non appartiene
alla persona giuridica,
che perde, conseguentemente,
la qualifica di «interessato» e
il set di tutele previsto dal Codice.
Ma essa è «contraente»!!!



PRIVACY: LE NOVITA'

Alla modifica normativa consegue che solo il trattamento di dati relativo a **persone fisiche** soggiace alle regole e agli adempimenti di cui al Codice Privacy

rilevanti modifiche

al Codice Privacy



Nessuna informativa, per esempio, andrà ulteriormente resa a clienti e fornitori, se persone giuridiche (ma non se **ditte individuali**)

DECRETO MONTI: COSA NON CAMBIA

LE
CONFERME



L'impianto normativo resta, invece, **invariato** in relazione al trattamento dei dati delle persone fisiche, siano esse

- clienti
- potenziali clienti
- dipendenti

IL SISTEMA DEI DATI PERSONALI



DITTA INDIVIDUALE



Sebbene la ditta individuale sia assimilabile alla persona giuridica,
da un punto di vista giuridico **non vi sono validi argomenti**
per sottrarre i dati delle ditte individuali all'applicazione del Codice Privacy
(in quanto vi è “compenetrazione” tra la ditta e il titolare della predetta)

LO “STATO DELL’ARTE” IN PUNTO PRIVACY

In tema di privacy, alcune modalità applicative sono ancora basate su approcci prettamente burocratici e di ordine puramente formale

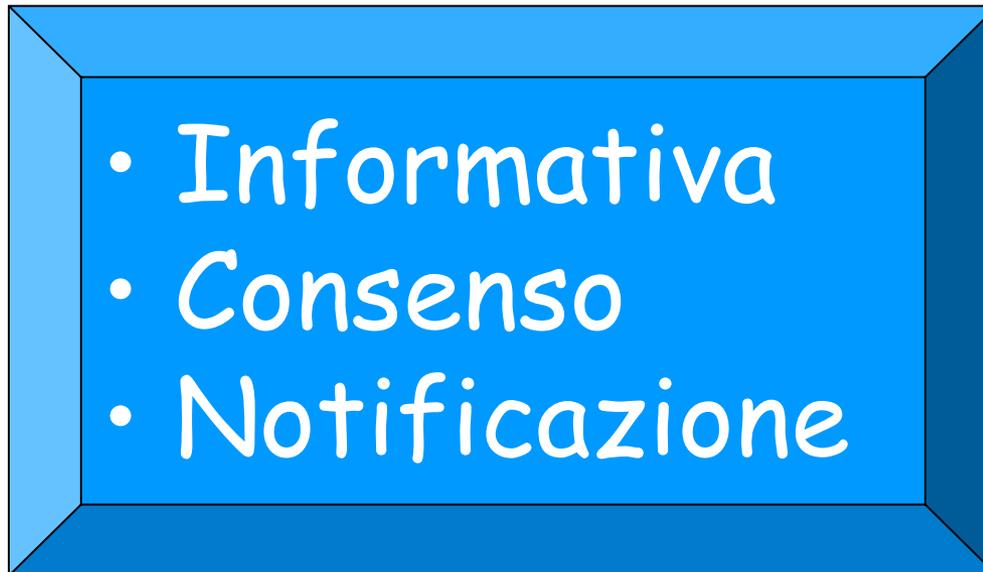
Da tale prassi conseguono adempimenti superflui o ripetuti inutilmente

Si pone, dunque, la necessità di “rileggere” la materia

GLI ADEMPIMENTI PRIVACY, IN ESTREMA SINTESI

AVVERTENZA:

Tutti possono liberamente raccogliere, per uso strettamente personale, dati personali di altri individui, purchè non li diffondano o li comunichino sistematicamente (es.: i dati raccolti nelle proprie agende). Quando, tuttavia, i dati sono raccolti e utilizzati per altre finalità il trattamento dei dati personali deve rispettare alcune regole, pena l'applicazione di gravose sanzioni.



L'INFORMATIVA

E' il primo *“obbligo-privacy”*
nei confronti dell'interessato

che cos'è?

Deve rappresentare agli interessati, senza inutili formalità,
le caratteristiche essenziali dei trattamenti effettuati

L'INFORMATIVA/2

L'utente deve anzitutto ricevere una
chiara e **completa** informativa
in ordine al trattamento dei dati raccolti

Formule sintetiche o colloquiali?

Ammissibili, purchè inequivoche

Necessaria la presenza
degli **elementi** di cui
all'art. 13 D.Lgs.196/06

Auspicata la redazione di
una prima informativa **breve**,
che rinvia ad altra

IL CONSENSO

Salvo ricorra una delle ipotesi di cui all'art.24, è **NECESSARIO**
affinchè i privati e gli enti pubblici economici
possano **TRATTARE** i dati personali

preventivo

espesso

libero

specifico

informato

revocabile

INFORMATIVA + CONSENSO

Ove l'art. 24 del Codice non possa trovare applicazione,



è necessario uno specifico consenso
per ciascuna finalità del trattamento dati
(Prov. 23 marzo 2011)



Il consenso: espresso, informato, specifico e libero

Con la precisazione che il consenso che l'interessato
“deve” prestare per poter fruire
della prestazione richiesta non può definirsi libero,
essendo piuttosto “indebitamente necessitato”

LA PRIVACY IN AZIENDA



Non si dimentichi

la disciplina dei dati
in punto privacy



LE (PRINCIPALI) DESIGNAZIONI

Il Titolare del trattamento deve individuare formalmente, con atto scritto, i soggetti che hanno titolo per trattare i dati



DESIGNAZIONI

Responsabile: interno ed esterno

Detta figura, la cui designazione è facoltativa (*), ricorre frequentemente in presenza di articolazioni interne delle realtà produttive ovvero in presenza di servizi in outsourcing [(*) v., tuttavia, Pr. Garante 15.06.2011]

Incaricato

Detta figura, la cui designazione è obbligatoria, individua le pers.fisiche che materialmente compiono operazioni di trattamento dei dati

IL “RUOLO” DELL’AdS

L’amministratore del sistema informativo
è figura strategica, in quanto

lo svolgimento delle relative mansioni comporta il potere di **accedere** in modo privilegiato a **risorse e a dati altrimenti preclusi al relativo profilo** di autorizzazione.
E ciò vuoi per atto intenzionale vuoi per caso fortuito.

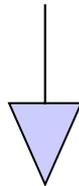


E’ d’obbligo designare **individualmente** i singoli AdS,
individuando partitamente gli **ambiti di intervento**

MKT & PRIVACY

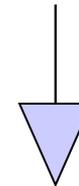
In tema di marketing

- TELEMARKETING
- MAIL MARKETING



- opt-out
(v. la cd. “Robinson List”)

- E-MAIL MARKETING
- FAX MARKETING
- MMS-SMS MARKETING
- MESSAGGI REGISTRATI



- **opt-in**, salvo ipotesi residuali per l’e-mail marketing (v. art. 130, comma 4)

MKT & PRIVACY

PERSONE FISICHE

- consenso (ciò, in particolar modo, per i potenziali clienti)
- e-mail marketing (vedasi art. 130 del Codice)
- telemarketing: opt-out
- marketing postale (su elenchi; dall'anagrafica: NC; dati desunti *aliunde*: C)

DITTE INDIVIDUALI

- valgono le regole dettate per le persone fisiche

PERSONE GIURIDICHE

- LIBERTA' di utilizzo dei dati? NO.
- e-mail marketing (vedasi art. 130 del Codice; “svista” opt-out)
- telemarketing: opt-out
- marketing postale (su elenchi; dall'anagrafica: N-DP; dati desunti *aliunde*: N-DP)

PROFILAZIONE E FIDELIZZAZIONE



QUALI ONERI?



PROFILAZIONE

- i) Persone fisiche e ditte ind.:
Consenso informato +
Notificazione ex art. 37
- ii) Persone giuridiche:
Senza vincoli in punto privacy

FIDELIZZAZIONE

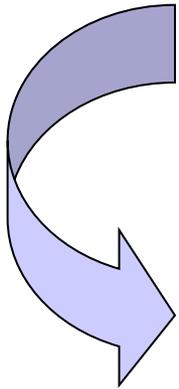
- i) Persone fisiche e ditte ind.:
Consenso non necessario, ma
attenzione al pr. di finalità
- ii) Persone giuridiche:
Senza vincoli in punto privacy

LA RACCOLTA DEI DATI ON-LINE

La raccolta dei dati a mezzo form

ERRORI

DA EVITARE



- Richiesta di consenso ove detto non è necessario
- Richiesta di consenso “necessitato”
- Richiesta di consenso “omnibus” (un c. per più fini)
- Manifestazione di consenso pre-selezionata

INDICAZIONI OPERATIVE

- Fornire un'unica informativa per il complesso dei trattamenti, indicando le informazioni essenziali ed omettendo riferimenti meramente burocratici o circostanze ovvie
- Fornire un'informativa ad hoc in presenza di trattamenti dalle caratteristiche particolari (es. dati biometrici, geolocalizzazione, ecc.)
- Non chiedere il consenso quando se ne può prescindere
- Porre la regola tecnica al vaglio del precetto giuridico (es. videosorveglianza, controllo dei lavoratori, contest, ecc.)



SUGGERIMENTI

LA SOCIALITA' 2.0

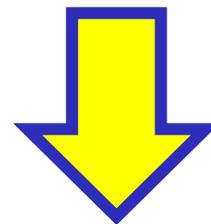
I limiti fisici delle reti associative tradizionali
sono superati grazie alle nuove tecnologie

Ma non
senza rischi



LE CAUTELE: i) VARIE

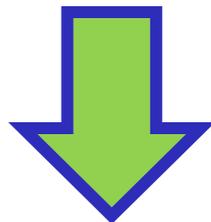
Si raccolgono le fotografie dei “fans”?



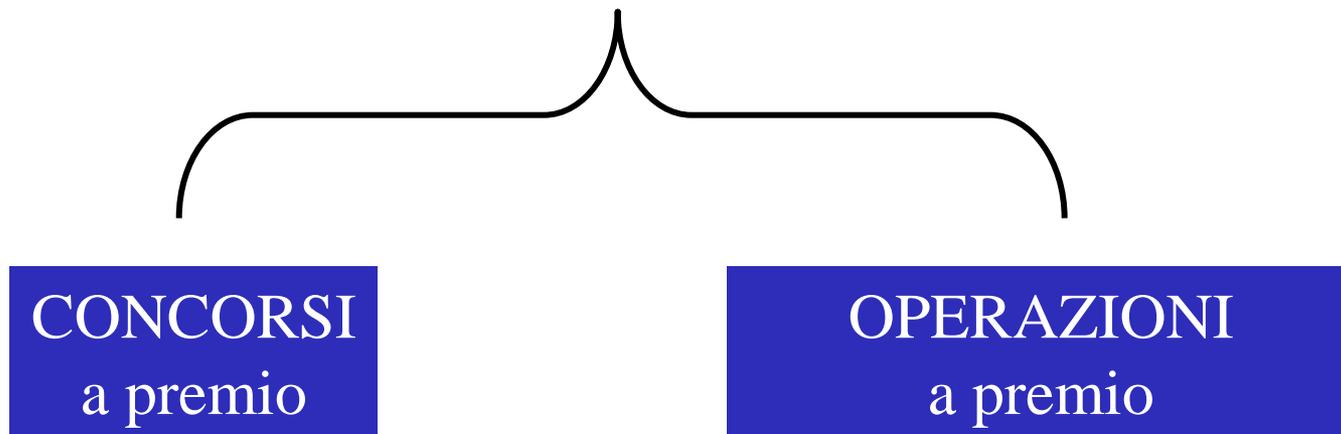
Vi è trattamento di dati personali, che andranno trattati ai sensi del **D.Lgs. 196/03**, secondo le indicazioni del **Garante**

LE CAUTELE: ii) VARIE

Si promettono, caso non infrequente, **premi al pubblico?**



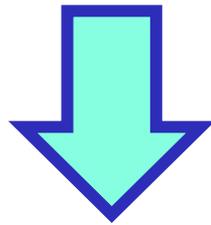
Si deve osservare la disciplina delle **manifestazioni a premio**



LE CRITICITA' DEI SOCIAL NETWORK

I RISCHI:

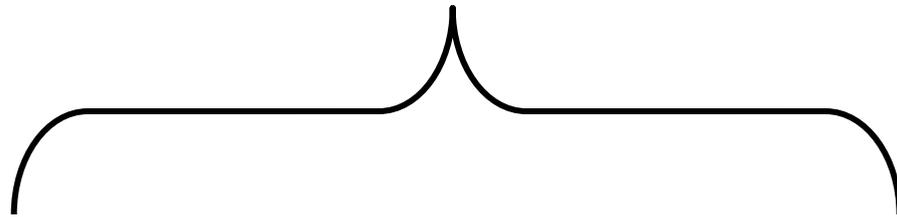
Sono più evidenti **per l'individuo** che “interagisce” on-line (**lesione della propria privacy**) - (**commissione, consapevole o meno, di reati**), ma esistono anche **per l'azienda**, sebbene abbiano diversa natura



Rischi o, più propriamente, cautele da osservare

DATA BREACH E OBBLIGHI DI LEGGE

Nuove regole
per operatori telefonici e Internet providers



CODICE PRIVACY
(artt. 32, 32-bis)

GARANTE PRIVACY
(Prov. 26 luglio 2012)

Per approfondimenti:

http://www.studiogiapuzzi.it/uploads/pubblicazioni/app_172/15Data%20breach-12s.pdf

DISCLAIMER - REGIME DI UTILIZZO DELLE SLIDES

Le presenti slides vanno considerate quale mera esemplificazione delle materie trattate.

Il materiale è, pertanto, propedeutico all'attività di consulenza e/o di assistenza legale fornita dallo Studio al Cliente.

Nessuna responsabilità legata ad una decisione assunta sulla base delle informazioni qui contenute potrà, quindi, essere attribuita al professionista o allo Studio.

© Studio Legale Giacopuzzi, 2012
DIRITTO D'IMPRESA





STUDIO LEGALE

GIACOPUZZI

37121 Verona,
Stradone San Fermo n.21
Tel.: 045.8011287
Fax: 045.8039787
Numero verde: 800-148791

www.studiogiacopuzzi.it

posta@studiogiacopuzzi.it
newsletter@studiogiacopuzzi.it