

Siamo qui perché, come tutti sappiamo, il prossimo 25 maggio entrerà in vigore la GDPR (General Data Protection Regulation) che ha come campo di applicazione i dati personali e i dati sensibili.

Cosa cambia veramente con la GDPR?

Per le aziende, cioè coloro che raccolgono i dati e li processano, vengono introdotti nuovi requisiti di compliance il cui costo è rilevante.

Questo costo dovrà essere in qualche modo ammortizzato da maggiori efficienze di produzione e fornitura di servizi.

In taluni casi dovranno essere modificati gli stessi modelli di business. Penso, ad esempio, all'internet delle cose che è, in buona sostanza, un mercato di dati e informazioni e che si stima arriverà nel 2020 a toccare i tre mila miliardi di dollari con oltre 50 miliardi di oggetti connessi (sono già 27 miliardi oggi) e che riguarda la salute, l'e-commerce, il fitness, le telecomunicazioni, l'automobile etc.

Inoltre, il confine tra gli obblighi in capo a chi raccoglie dati e a chi li processa si affievolisce, le responsabilità vengono ripartite su entrambe le figure, rafforzando gli effetti di un nuovo tipo di controllo trasversale allo stesso sistema, con un forte accento su

- a) La raccolta del consenso che deve essere espresso, legittimo e modificabile
- b) La sicurezza dei dati
- c) Il diritto all'oblio e alla portabilità dei dati quale scelta della persona

Per le persone, la GDPR significa essere protetti e non sentirsi né esclusi né derubati ma, al contrario, acquisire una importante leva di influenza sulla catena del valore che, laddove sia compresa, ha il potere di modificare gli assetti di tutti i mercati digitali che sono fondati sul “data mining”, sulla profilazione, sulla targettizzazione, sui big data e gli analytics.

Quali saranno quindi le conseguenze sulla catena del valore?

Innanzitutto, il consumatore non si sentirà più escluso o derubato ma acquisirà un ruolo attivo. È però da dimostrare se saprà sfruttare appieno questa opportunità. Poi mi pare ci sia un chiaro disegno di politica economica dietro all’adozione di questa norma volta a creare le condizioni per fare emergere nuovi modelli di business in questo ambito.

Quindi la GDPR rappresenta una minaccia o un’opportunità?

La principale opportunità deriva dalla capacità delle aziende, degli operatori di acquisire e mantenere nel tempo un elevato livello di consenso dal lato dell’utente, profilandolo meglio e creando una relazione di fiducia duratura nel rapporto con lo stesso.

Questo vale soprattutto per le applicazioni e i servizi di “internet delle cose” disegnati per il consumatore e visibili nel quotidiano come il monitoraggio della salute, l’home

automation, lo sport e il fitness, i trasporti, i veicoli connessi, l'e-commerce, i pagamenti etc

La seconda, non meno importante, opportunità nasce dalle capacità del mondo B2B di concordare elevati standard di sicurezza, anche in forma di partnership strategiche, per ridurre i rischi e massimizzare le economie di scala

La terza opportunità è rappresentata dalla ricaduta sull'occupazione: la data protection costituirà una leva per la creazione di nuovi posti di lavoro qualificato in ambito digitale.

Infine, in un'epoca di grandi perplessità sul rapporto tra esseri umani e macchine, all'alba dell'affermarsi dell'Intelligenza Artificiale, la privacy potrà essere uno strumento per umanizzare la quarta rivoluzione industriale

Tutto bene e tutto tranquillo quindi?

Non proprio perché la sfida della GDPR è enorme per gli operatori in termini di costi, riassetto organizzativi, procedure.

In buona sostanza la GDPR apre ad un nuovo contesto competitivo offrendo agli operatori economici la possibilità di sfruttarlo, ma introduce un meccanismo di selezione molto severo che, oltre alla nascita di un nuovo mercato di dati "responsabili", innescherà un processo di selezione naturale tra gli operatori economici.

In conclusione: i dati sono necessari all'economia della società connessa, la fluidità dei dati all'interno del sistema è vitale quanto la loro attendibilità e qualità, ma la fluidità non può prescindere dal diritto delle persone di scegliere se, quando e come. E siccome la fluidità sarà in funzione del consenso espresso dall'utente, la tecnologia dovrà evolvere per consentire alle persone di esprimere il consenso, ma dovranno evolvere anche i modelli di business per ricomprendere nella propria struttura di costo, una qualche valorizzazione del consenso di chi permette di utilizzare i propri dati.

A proposito di consenso solo due parole sulla recente vicenda Cambridge Analytica: potremmo dire che è finita l'età dell'innocenza, abbiamo ciecamente ritenuto di poter fornire un'enorme quantità di dati a queste società pensando "non so bene cosa sto cliccando" ma mi piace aderire a questo psico-test, a questa app, a questo blog e sono contento di essere localizzato se posso ottenere subito un taxi.

Oggi abbiamo realizzato che i nostri dati saranno venduti, rivenduti, utilizzati non solo per scopi pubblicitari ma anche per manipolare l'opinione pubblica iniettando informazioni disegnate talvolta solo per generare caos. Noi ci battiamo da anni per trasparenza e applicazione di regole chiare. Non demonizziamo nessuno ma ci aspettiamo chiarezza, che ci dicano cosa è veramente

successo, perché è successo e quali provvedimenti stanno prendendo perché non si ripeta.

Tornando al tema di oggi: l'applicazione della GDPR è materia complessa che ha bisogno di essere compresa a fondo e di indirizzi generali nella sua gestione, ecco perché sono particolarmente felice di avere come ospite oggi l'Onorevole Giovanna Bianchi Clerici componente del Collegio del garante della privacy che potrà aiutarci a dipanare la matassa e fornirci una bussola autorevole su cosa ci aspetta nel percorso fino al 25 maggio e oltre, **aiutandoci a coniugare un approccio rigoroso con soluzioni praticabili.**

Desidero anche ringraziare lo studio FTCC con cui abbiamo promosso l'incontro, l'Avv Cinzia Gaeta che presiede la nostra commissione giuridica che modererà la mattinata e, ovviamente, tutti i relatori e le relatrici che approfondiranno il tema e ci porteranno anche utilissime testimonianze aziendali. Buon lavoro!