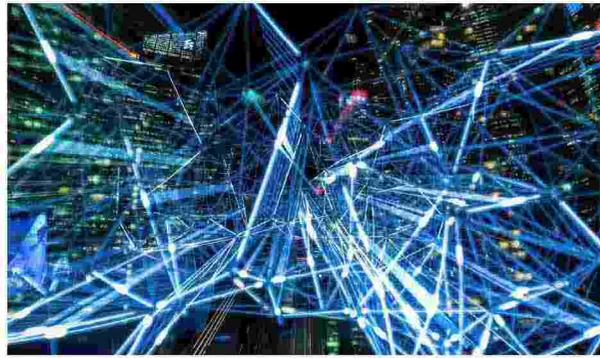


## INTERMEDIARI

## Gdpr, occasione per cambiare la cultura del dato

**Privacy e rischio cyber riguardano gli intermediari come imprenditori e come consulenti. Compliance e sicurezza costano, ma sono un'occasione per migliorare l'efficienza, mentre conoscere la materia qualifica il professionista presso la clientela. Queste le evidenze emerse ieri al convegno organizzato da Acb**

Serve più consapevolezza su come l'innovazione tecnologica, con i suoi rischi e le implicazioni legate al trattamento dei dati, modificherà l'organizzazione del lavoro degli intermediari e il loro rapporto con la clientela. Questo l'obiettivo del convegno *Privacy e cyber risk – Sinergie della protezione e della gestione dei dati alla luce del nuovo Gdpr*, organizzato da **Acb** per i broker associati. Non solo l'analisi delle implicazioni (obblighi e opportunità) dell'entrata in vigore del regolamento europeo sulla riservatezza dei dati personali, ma anche un più ampio excursus sulle normative che puntano a contenere i rischi dell'evoluzione tecnologica: una giornata di approfondimento per evidenziare, attraverso i vari relatori intervenuti al convegno, come la conoscenza di tale materia possa essere utile agli intermediari per fornire ai propri clienti una consulenza competente sui rischi a cui sono esposti privati e imprese.



L'analisi dei profili di privacy nella gestione del dato è stato il tema guida della mattinata, aperta da uno scenario su tecnologie e nuove normative disegnato da **Antonio Longo**, avvocato e docente di diritto degli intermediari finanziari presso l'università della Tuscia di Viterbo. "Il Gdpr rappresenta un cambiamento culturale nell'attività di gestione dei dati – ha affermato Longo – che si svincola da alcune rigidità precedenti e aumenta la responsabilità delle singole imprese nel gestire le informazioni personali, in maniera coerente alla propria attività specifica in termini di pertinenza, necessità e durata. Da questo punto di vista può aggiungere valore alla relazione con il cliente, per la trasparenza e la valenza di implicito rispetto per la privacy della persona". Un aspetto che si esplicita nel momento in cui si è tenuti a chiedere il consenso, spiegare quali informazioni si registrano e per quale ragione.

(Continua a pag.2)

(Continua da pag. 1)

### SCADENZE E POSSIBILI RINVII

**Paolo Cupola**, formatore ed esperto di privacy e antiriciclaggio, ha inquadrato il proprio intervento fornendo da principio alcuni chiarimenti sull'entrata in vigore del regolamento, che farà decadere contestualmente il Codice della Privacy attualmente vigente. Ma Cupola ha lanciato anche l'ipotesi rinvio: "il Gdpr prevede che alcuni aspetti specifici siano adattabili in ogni singolo paese dell'Unione, come i termini sanzionatori, e questo richiede la definizione dei decreti attuativi", la cui pubblicazione è prevista per il 19 maggio, appena sei giorni prima dell'entrata in vigore del regolamento. "Questa criticità – riporta Cupola – ha fatto emergere la possibilità di uno slittamento della data, come pare sia stato già richiesto da alcuni membri della Ue". Sugli effetti per l'operatività dell'intermediario, Cupola ha sottolineato come il Gdpr richieda implicitamente una maggiore responsabilità di valutazione da parte del titolare del trattamento dei dati, che ne deve avere quindi sufficiente contezza. Tra le novità che ritiene rilevanti per gli intermediari in quanto titolari di impresa, Cupola ha citato il diritto di portabilità dei dati e il diritto all'oblio.

Ma il Gdpr non è il solo un adempimento che tratta di sicurezza informatica: entro maggio dovrà essere recepita anche la direttiva Ue 2016/1148, la cosiddetta Nis, che richiede l'istituzione in ogni Paese della Ue di una struttura nazionale strategica, dipendente dal consiglio dei ministri, che aumenti i livelli di cyber security e che cooperi con i partner europei per una strategia di sicurezza comune. La direttiva è stata illustrata da **Andrea Maura**, partner dello studio legale **Legal Grounds**, che ha spiegato come "trattando di sicurezza nazionale, la direttiva va a interessare le infrastrutture informatiche e i settori dell'energia, acqua, banche, finanza, e-commerce e sanità. Non può quindi essere ignorata dagli intermediari, soprattutto se questi collaborano con imprese degli ambiti interessati e in particolare con l'estero".

### MANCA CULTURA ANCHE A CHI FA IL MERCATO

La cultura della sicurezza e della privacy è evidentemente carente anche tra i big player del web, che sulla fiducia dei consumatori hanno fondato il loro business. È su questo aspetto che si è soffermato **Alessandro Leone**, partner di **Grant Thornton financial advisory services**, il quale ha dettagliato i casi di Wannacry, del furto di dati subito da **Uber**, emerso solo dopo oltre un anno, e della scarsa responsabilità in tema privacy mostrata da **Facebook** per il caso di **Cambridge Analytica**. L'insegnamento, ha detto Leone, è che "ogni impresa deve lavorare su cultura e sensibilità alla sicurezza, e farsi carico di organizzazione e prassi operative specifiche", nella convinzione però che "il costo della sicurezza sarà sempre in crescita, ma questa non arriverà mai al 100%, rendendo necessaria una continua attività di risk assessment per il miglioramento delle misure di protezione".

### LA COMPLIANCE COME OPPORTUNITÀ

La sicurezza costa, ma la corretta gestione delle informazioni rappresenta anche per l'intermediario un potenziale valore economico, da far fruttare migliorando la consulenza al cliente e la capacità di proposta verso i prospect. **Patrizia Contaldo**, docente alla Bocconi di Milano, e head of observatory on insurance market per **Baffi Carefin**, ha messo sulla bilancia da un lato i costi della compliance e della sicurezza e, dall'altro, la valenza economica per l'intermediario della maggiore efficienza amministrativa, del risparmio sui costi operativi e di una gestione dei dati finalizzata a un marketing customizzato.

Nel pomeriggio, una tavola rotonda a cui hanno partecipato **Stella Aiello**, responsabile dirigente del servizio distribuzione di **Ania**, **Chiara Ceriolo**, legal & compliance manager di **Chubb Italia**, **Paolo Cupola**, **Orazio Rossi**, country president di Chubb Italia, e **Massimo Migliorini**, presidente dei probiviri di Acb, ha sintetizzato i punti emersi nei lavori. Stella Aiello, riprendendo quanto emerso dall'indagine condotta da **Ivass** presso gli intermediari, ha evidenziato che "più che organizzativo, il problema è ancora culturale, manca la proattività per passare dalla compliance fine a se stessa all'adesione a reali comportamenti di sicurezza, sia nelle agenzie che nell'adempiere al ruolo sociale verso gli assicurati", concludendo con l'affermare che "dal lato delle compagnie le coperture sono migliorabili, ma mancano ancora informazioni utili a costruire prodotti più idonei".

Maria Moro

