

## Comunicato stampa

### **DIGITAL360: “PMI E PA IN RITARDO SUL GDPR. È IL MOMENTO DI ADEGUARSI”**

Il messaggio del 360 Summit “GDPR: ultima chiamata”: mettersi in regola con la nuova normativa sulla protezione dati personali è ancora possibile, ma non c'è più tempo da perdere.

Privacy by design, valutazione d'impatto sulla protezione dei dati personali e comunicazione della violazione all'interessato sono le principali criticità per le aziende.

*Milano, 19 aprile 2018* - A poco più di un mese dal 25 maggio, quando sarà direttamente applicabile il GDPR, pmi e pubbliche amministrazioni sono in ritardo nell'adeguamento alle disposizioni del Regolamento europeo sulla Protezione dei Dati Personali. C'è ancora l'opportunità di mettersi in regola, ma è necessario affrettarsi e fare molta attenzione per non cadere nella trappola di un percorso di adeguamento superficiale, con il rischio di incorrere in sanzioni. È il messaggio lanciato da “GDPR: ultima chiamata”, il summit organizzato stamattina da **Digital360** come momento di ultima verifica per le aziende dei requisiti richiesti dal regolamento europeo e di approfondimento dei risvolti della rivoluzione della protezione dati. Un evento a cui ha partecipato anche Giovanna Bianchi Clerici, Componente del Garante per la protezione dei dati personali.

“L'applicazione delle disposizioni del GDPR è un avvenimento di fondamentale importanza per il mercato digitale - afferma **Andrea Rangone**, Ceo di Digital360 –. Il lancio di qualsiasi progetto di innovazione digitale, infatti, oggi passa dalla scelta delle tecnologie per la sicurezza e dalle modalità con cui raccogliere e utilizzare i dati personali. Abbiamo voluto dedicare un momento di approfondimento con i principali attori del settore perché la data protection è un fattore chiave per lo sviluppo di qualsiasi business”.

Dalla ricerca dell'Osservatorio Information Security & Privacy del Politecnico di Milano, a fine 2017 emerge come solo l'8% delle imprese italiane non sia a conoscenza delle implicazioni del GDPR, mentre il 51% ha in corso un progetto strutturato di adeguamento e il 34% un'analisi di dettaglio dei requisiti e dei piani di attuazione. Le principali azioni attivate dalle aziende per mettersi in regola sono la valutazione della compliance (già realizzata dall'87%), l'individuazione dei ruoli e delle responsabilità (80%), la stesura o la modifica della documentazione (77%), la definizione delle politiche di sicurezza e la valutazione rischi (77%).

Non mancano però le criticità. In particolare, le aziende ritengono che dovrebbero essere precisati meglio con apposite linee guida il principio della “privacy by design” e la pseudonimizzazione dei dati personali (evidenziato dal 55%), la valutazione d'impatto sulla protezione dei dati personali (42%), il tema della comunicazione della violazione dei dati personali all'interessato (40%) e la figura del Data Protection Officer (32%).

“Siamo ormai agli sgoccioli: mancano meno di 50 giorni alla piena efficacia del GDPR – dice **Gabriele Faggioli**, CEO di P4I-Partners4Innovation e presidente del Clusit –. Le grandi aziende sono a buon punto nel processo di adeguamento alla normativa, ma non si può dire lo stesso delle pmi e delle pubbliche amministrazioni che appaiono in netto ritardo. L'esperienza di questi

NETWORK ONLINE

mesi di lavoro ci insegna che è ancora possibile fare qualcosa per mettersi in regola puntando sugli adempimenti essenziali. Ma occorre fare presto, perché un adeguamento sostanziale alla nuova normativa non è possibile semplicemente stilando qualche documento. Serve di più: approfondimento giuridico, analisi organizzativa, valutazione tecnologica e verifica di sicurezza. Non c'è più tempo da perdere se non si vogliono rischiare sanzioni”.

Il GDPR è stata anche una grandissima occasione di crescita per la controllata di Digital360 Partners4innovation. Le Business Units compliance e security nel corso degli ultimi mesi hanno infatti conosciuto una rilevante crescita in termini di ordinato, fatturato e di risorse umane. La nuova business unit security, creata nel quarto quarter 2017 sta superando il budget atteso ed è composta, dopo soli sei mesi di vita, da 10 FTE. Anche la Business Unit Compliance, in fortissima crescita rispetto ai risultati 2017, sicuramente grazie alle sinergie con la Business Unit e con le altre practice di Advisory ha alle spalle un primo trimestre 2018 sopra le attese di budget.

## Ufficio stampa Digital360: d'I comunicazione

Piero Orlando [po@dicomunicazione.it](mailto:po@dicomunicazione.it) mobile +39 3351753472

Marco Puelli [mp@dicomunicazione.it](mailto:mp@dicomunicazione.it) mobile +39 320 1144691

## Il Gruppo Digital360

Digital360 si pone l'obiettivo di accompagnare imprese e pubbliche amministrazioni nella comprensione e nell'attuazione della trasformazione digitale e favorirne l'incontro con i migliori fornitori tecnologici. Digital360 persegue questo obiettivo attraverso una piattaforma multicanale unica in Italia - definita "MatchMaking Platform" - composta da portali online, white paper, eventi, webinar, servizi di comunicazione e marketing, lead generation e advisory. Digital360 integra un mix multidisciplinare e multiculturale di professionalità e competenze grazie ad analisti, giornalisti, consulenti ed esperti del mondo digitale, accumulati da una grande passione e missione: l'innovazione digitale come motore della crescita e dell'ammodernamento del nostro Paese. Per altre informazioni: [www.digital360.it](http://www.digital360.it)

NETWORK ONLINE

ADVISORY E ADVOCACY