

FORMAZIONE PROFESSIONALE CONTINUA ASSOENOLOGI UN WEBINAR PER CONOSCERE COSA CAMBIA CON LA NUOVA NORMATIVA SULLA PRIVACY

di PAOLO BROGIONI

Il primo webinar 2019 organizzato da Assoenologi ha riguardato un tema molto attuale e su cui tutti, per un motivo o per l'altro, si devono confrontare, quello della Privacy. Un argomento non specifico del settore vitivinicolo, ma su cui occorre fare chiarezza.

È ormai in pieno vigore il GDPR, il nuovo regolamento Ue che ha introdotto importanti novità sulla privacy a partire dal 25 maggio scorso. Ma cosa cambia nel concreto per le imprese e i professionisti?

L'avvocato Cristina Gandolfi - che con l'avvocato Mario Fusani dello studio GF Legal garantiscono ai nostri soci il servizio della consulenza legale - ha affrontato il tema dapprima in modo ampio, per inquadrarlo nella storia e nei fatti, per passare all'approfondimento degli aspetti più ostici, chiarendo quali sono gli adempimenti necessari per essere in regola con la normativa secondo il Reg. 679/2016.



- Nel giro di soli due decenni si è passati dai floppy disc, che potevano contenere solo pochi megabyte di informazioni, ai server messi a disposizione dai servizi cloud, che riescono a immagazzinare terabyte e petabyte di dati. Le aziende che hanno a che fare con la gestione di dati personali conservati in server, spesso non garantiscono livelli di protezione adeguati per i dati raccolti, dimostrandosi, in più di un'occasione, non all'altezza del ruolo di responsabile di quei dati.

- Per questo motivo, il GDPR pone i cittadini al centro del sistema, cercando di garantire agli stessi maggior sicurezza, anche attraverso un cambiamento culturale, ossia quello che il corretto trattamento diventi la normalità. I dati, quindi, devono essere trattati in modo lecito, corretto e trasparente nei confronti dell'interessato.

I PUNTI SALIENTI DELLA NORMATIVA

- Ma quali sono, secondo l'Avv. Gandolfi, i punti da non dimenticare della nuova normativa?

- 1) Le finalità. Devono essere determinate, esplicite e legittime. I dati, adeguati, pertinenti, esatti e aggiornati, oltre che limitati a quanto necessario rispetto alle finalità e comunque da trattare in modo da garantirne un'adeguata sicurezza.

- 2) L'informativa e il consenso espresso dall'interessato restano i principi cardine per la protezione dei dati personali.

- L'informativa deve essere leggibile, comunicativa, accessibile, concisa e scritta con linguaggio chiaro e semplice, con un numero limitato di riferimenti normativi, fornita per iscritto e può contenere icone per essere leggibile, anche da parte di chi non conosce la lingua.

- Nell'informativa, inoltre, deve essere precisato il periodo di conservazione dei dati personali, ovvero i criteri utilizzati per determinare tale periodo. Deve, altresì, riportare (quando obbligatorio) l'identità e i dati di contatto del "Data Protection Officer" (D.P.O), ossia della nuova figura professionale il cui compito principale è l'osservazione, la valutazione e la gestione del trattamento dei dati personali allo scopo di far rispettare le normative europee e nazionali in materia di privacy.

- 3) Gli obblighi del Titolare. Deve adottare

tutte le misure per fornire all'interessato le informazioni relative ai trattamenti gestiti dalla propria organizzazione, in forma concisa, trasparente, intelligibile e facilmente accessibile, con un linguaggio semplice e chiaro.

● È tenuto ad agevolare l'esercizio dei diritti da parte dell'interessato e, in particolare, a fornire un riscontro alla richiesta del medesimo senza ingiustificato ritardo e comunque entro un mese dal ricevimento della medesima. Inoltre, considerando la natura, l'ambito di applicazione, il contesto e le finalità del

trattamento, nonché gli eventuali rischi, deve adoperarsi per predisporre misure tecniche e organizzative adeguate al fine di garantire, ed essere in grado di dimostrare, la conformità del trattamento al Regolamento. Tali misure dovranno poi essere periodicamente riesaminate e aggiornate.

4) Gli incaricati e i responsabili del trattamento dei dati. I quali, previa specifica analisi e verifica delle competenze da parte del Titolare, dovranno essere nominati tramite specifiche lettere di incarico.

5) Altri adempimenti, poi, sono la redazio-

ne e l'aggiornamento dell'elenco dei trattamenti dei dati nonché la valutazione di impatto (DPIA) e rischio del trattamento.

● Il Regolamento ha anche ampliato il catalogo di diritti che spettano all'interessato - diritto di accesso, del diritto di rettifica, del diritto alla cancellazione (cd. diritto all'oblio), diritto di limitazione del trattamento, diritto alla portabilità dei dati, diritto di opposizione al trattamento - con correlativi nuovi obblighi di notifica e comunicazione gravanti sul titolare. ■

I PROSSIMI CORSI DEL PROGRAMMA NAZIONALE

CORSO DI INGLESE TECNICO APPLICATO AL VINO

Il corso in programma a marzo è rivolto a chiunque desideri incrementare le proprie conoscenze d'inglese e studi o lavori in campo vitivinicolo o enologico o semplicemente abbia a che fare col mondo del vino in ambito internazionale o con clienti, colleghi, studenti stranieri. Le lezioni si svolgono in italiano e inglese.

Il corso prevede una parte di lezione frontale in aula e una parte più interattiva, con visita in cantina e in vigna e la degustazione di alcuni vini.

Date e sedi:

4 marzo 2019 - CONEGLIANO (TV)
Scuola enologica G.B. Cerletti - Via XXVIII Aprile 20

5 marzo 2019 - RODENGO SAIANO (BS)
Az. Agr. Mirabella - Via Cantatore 2

Docente:

Enrico Donati, Docente certificato WSET (Wine & Spirit Education Trust). Da diversi anni sviluppa e offre, sia in Italia che all'estero, corsi di formazione in lingua inglese. Il corso attribuisce 8 crediti formativi nazionali.

MARKETING E COMUNICAZIONE

Tra fine marzo e metà aprile è in previsione invece un corso, anche questo in aula, sul marketing e la comunicazione. Si tratta indubbiamente di un corso nuovo rispetto agli argomenti sempre piuttosto tecnici proposti nei nostri incontri formativi, ma sicuramente degno di interesse. Si parlerà dell'enologo comunicatore, ovvero di "come rendere divulgabili contenuti tecnici; come costruire una comunicazione



tecnica capace di trasmettere i valori vitienologici in maniera efficace e divulgativa".

In particolare, verranno trattati gli strumenti di comunicazione (costruzione dei contenuti) in relazione:

- all'identità della struttura produttiva;
- al brand aziendale (con i relativi valori legati alla storia, alla famiglia, al produttore, ecc.);
- ai prodotti (riconoscibili in maniera autentica e trasparente rispetto al territorio di produzione, al vitigno, allo stile del produttore);
- ai processi produttivi (biologico, biodinamico, ecc.);
- alle tecniche produttive (sistemi impianto, sistemi di vinificazione, ecc.);
- ai valori condivisi della denominazione di origine;
- all'approccio etico dell'azienda, dei prodotti e dei processi produttivi;
- agli investimenti in ricerca e innovazione;
- alle risorse umane coinvolte.