

# Introduzione

Il decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196 o “Codice in materia di protezione dei dati personali”, meglio noto come “legge sulla privacy”, è il risultato di un percorso normativo pluriennale volto alla disciplina della riservatezza delle informazioni dell’individuo e della sua sfera privata.

L’ambito di protezione si estende poi anche ai dati che attengono alle società, agli enti, alla pubblica amministrazione, alle associazioni.

La prima normativa che ha richiamato l’attenzione sulla materia è stata, senza alcun dubbio, la Direttiva 95/46/CE, che si basa sul principio universalmente condiviso di garantire all’individuo il rispetto dei suoi diritti e delle libertà fondamentali.

Nello specifico, il d.lgs. 196/2003 ha inteso sancire chiaramente il diritto alla protezione dei dati personali, esordendo con una frase perentoria, che colma una lacuna dell’intera produzione normativa italiana, asserendo che «chiunque ha diritto alla protezione dei dati personali che lo riguardano».

Prima di qualsiasi normativa disciplinante il trattamento dei dati personali, le comunicazioni commerciali e sociali erano senza alcun vincolo: era lasciato al soggetto che le pianificava dotarsi di una sorta di “autoregolamentazione”, più o meno etica, volta al rispetto della riservatezza dei destinatari e ad una corretta e lecita utilizzazione dei loro dati personali.

Un primo approccio alla protezione dei dati personali è stato sicuramente sancito dalla prima legge sulla privacy, la legge 675/1996, che ha introdotto una serie di garanzie per l’individuo, congiuntamente ad adempimenti, obblighi e restrizioni per le aziende, gli enti, la pubblica amministrazione e, non ultime, le associazioni nonprofit.

Per la prima volta l’Italia doveva, dunque, confrontarsi con regole ben precise che disciplinavano tutte le attività di trattamento dei dati personali e, fra queste, anche le iniziative di pubblicità commerciale e sociale.

Il soggetto a cui i dati si riferivano poteva, d’allora in poi, controllare l’utilizzazione e la circolazione delle proprie informazioni, grazie agli stru-

menti dell'informativa, del consenso e dei diritti di accesso ai dati ed all'opposizione al loro trattamento, sin dal momento in cui rilasciava i propri dati personali.

Focalizzando l'attenzione sulle attività di trattamento dei dati per il settore nonprofit, è utile, dunque, conoscere quali sono gli impatti organizzativi, tecnici ed economici che la normativa sulla protezione dei dati personali ha recato in riferimento a:

1. raccolta dei dati personali dei donatori, sia di carattere meramente amministrativo che di comunicazione;
2. gestione ed utilizzazione dei dati personali dei donatori, siano queste eseguite direttamente dall'associazione che da terzi per conto dell'associazione;
3. pianificazione di attività di reclutamento di nuovi donatori, con campagne di prospecting;
4. struttura organizzativa dell'associazione, in base alle nuove figure introdotte dalla normativa (titolare, responsabile ed incaricato);
5. modalità di gestione delle istanze di accesso ai dati o di cancellazione o di opposizione al trattamento dei dati avanzate da donatori effettivi e potenziali;
6. misure di sicurezza organizzative, tecniche e logistiche per salvaguardare la riservatezza, l'integrità e la disponibilità dei dati disponibili.

Come detto, tutti sono tenuti al rispetto delle prescrizioni del d.lgs. 196/2003, ivi compreso il settore nonprofit sebbene, come vedremo, il legislatore ha tenuto conto di qualche esigenza specifica, concedendo alcune semplificazioni, soprattutto in materia di consenso.

È altrettanto vero che il settore nonprofit, al pari di qualsiasi altro, incontra enormi difficoltà nel reperire dati personali lecitamente utilizzabili: il nuovo regime della formazione e dell'utilizzazione dei dati degli abbonati telefonici è un esempio eclatante e universalmente conosciuto di come si sono ridotte le risorse da cui attingere i nominativi a cui indirizzare i propri *mailing* e le proprie telefonate di "pubblicità sociale".

Anche il ricorso a *mailing-list* detenute dai *list broker* deve essere adeguatamente ponderato e previamente valutato: occorre dapprima verificare che la raccolta dei dati personali offerti sia stata eseguita lecitamente e

correttamente dal *list broker*, per non correre il rischio di utilizzare informazioni raccolte in violazione delle prescrizioni normative in materia di protezione dei dati personali. Dovranno essere richieste al list broker dichiarazioni di liceità e di correttezza nella raccolta e successivo trattamento dei dati, così come eseguite preventivamente verifiche, anche a campione, che le modalità di acquisizione dei dati corrispondano a quanto garantito.

Attenzione particolare deve essere prestata nell'affidamento a terzi di operazioni di trattamento sui dati, quali: la registrazione delle anagrafiche dei donatori o la stampa di bollettini indirizzati ai donatori. Analogamente, tutti i soggetti che operano nella struttura organizzativa dell'associazione dovranno essere preventivamente autorizzati a trattare i dati, entro i limiti dei compiti svolti e per le sole mansioni di loro stretta competenza. Ciascuno dovrà ricevere precise istruzioni e regole di comportamento da seguire rigorosamente e sistematicamente nelle attività di trattamento – cartaceo ed elettronico – dei dati di sua disponibilità, con definizione delle operazioni eseguibili su tali dati, delle tipologie di dati che possono essere trattati e delle finalità per le quali è consentito il trattamento.

Fra le istruzioni, rilevante è il ruolo delle misure di sicurezza individuate in base alle prescrizioni normative per prevenire i rischi – di vario genere – che incombono sui dati.

È chiaro che gli adempimenti e gli obblighi a cui l'associazione è chiamata ad assolvere sono numerosi e non sempre di facile attuazione.

Questo volume non ha l'ambizione di risolvere i problemi che la normativa sulla privacy comporta per il terzo settore, perché questi devono essere valutati caso per caso e richiedono una soluzione personalizzata, ma semmai ha l'obiettivo di suscitare interesse e di evidenziare quali sono gli adempimenti e le relative criticità da affrontare, fornendo strumenti per riconoscere le casistiche degne di attenzione e su cui detta normativa ha impatto pratico.

Quindi, scopriremo insieme “come” rispettare le disposizioni della normativa sulla protezione dei dati personali, dando rilevanza a “chi” è coinvolto ed a “cosa” deve essere realizzato nella pratica.