

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 4 - numero 472 di venerdì 11 gennaio 2002

Privacy e imprese

La tutela della privacy si rivela una risorsa. Tecnologie per la protezione dati e aumento della domanda di servizi legati alla privacy.

Negli Stati Uniti molti esperti ritengono che nel corso del 2002 il rapporto fra privacy ed imprese sia destinato a divenire sempre meno conflittuale.

I fattori che determinano questa tendenza sono molteplici; secondo un articolo apparso su InformationWeek.com e' attribuibile principalmente da un lato alle nuove leggi approvate negli USA in materia di privacy nei settori finanziario, assicurativo e sanitario; dall'altro all'"invadenza" di enti governativi che cercano di accedere ai dati personali dei cittadini-clienti per finalità connesse alla lotta contro il terrorismo. Un'invadenza che sembra determinare un aumento della domanda di strumenti in grado di tutelare la riservatezza dei dati.

Negli Usa molte società sono attualmente in grado di offrire tecnologie che consentono alle imprese di verificare la conformità dei propri comportamenti rispetto ai codici deontologici e/o agli standard di autoregolamentazione in materia di privacy. Inoltre sono disponibili strumenti che facilitano l'esercizio da parte dei consumatori di un'effettiva "opzione" quanto all'uso dei propri dati personali (secondo il principio dell'opt-in mediante il quale, ad esempio, l'utente autorizza preventivamente l'invio di messaggi da parte delle aziende).

La crescente esigenza di tutela della privacy e' dimostrata anche dall'attenzione di grandi aziende al tema; l'IBM ad esempio ha annunciato l'intenzione di creare un centro di ricerca per realizzazione di tecnologie per la tutela della privacy e la protezione dei dati.

Inoltre cresce la domanda di servizi legati alla gestione della privacy, anche in termini di consulenza.

Secondo i dati rilevati da InformationWeek.com, e riportati nella newsletter settimanale del Garante italiano per la privacy, il volume di affari sviluppato dal mercato USA per quanto riguarda servizi di consulenza e prodotti informatici legati alla privacy è stimato da alcuni analisti nell'ordine dei 100 milioni di dollari all'anno.

InformationWeek.com ritiene che il principale fattore di crescita potenziale di questo mercato sara' l'impiego della Piattaforma Preferenziale di Privacy (P3P), della quale abbiamo dato notizia nel numero 331 el nostro quotidiano.

P3P e' uno standard realizzato da un consorzio di imprese ed enti di ricerca (World Wide Web Consortium) che consente di verificare se la politica della privacy di un sito risponde alle esigenze dell'utente e, quindi, di autorizzare o meno l'invio di dati a tale sito.

La tecnologia P3P e' stata incorporata nell'ultima versione di Internet Explorer (6.0) di Microsoft; secondo InformationWeek.com questo fatto rendera' i consumatori piu' sensibili nei confronti della privacy e, di conseguenza, aumentera' da parte delle imprese la domanda di prodotti e servizi per evitare che il proprio sito o servizio Web sia escluso dall'accesso via Internet Explorer.

InformationWeek.com sottolinea tuttavia che molti analisti raccomandano di guardarsi dai facili entusiasmi, occorreranno probabilmente ancora vari anni prima che le tecnologie legate alla privacy siano considerate prioritarie.

Tuttavia tra le imprese USA si sta facendo largo la convinzione che una corretta politica della privacy rafforzi il legame con il cliente ? "il che rappresenta, nell'ottica imprenditoriale, uno degli obiettivi assolutamente prioritari."

I contenuti presenti sul sito PuntoSicuro non possono essere utilizzati al fine di addestrare sistemi di intelligenza artificiale.

www.puntosicuro.it