

Privacy, via alle grandi pulizie per profili commerciali precisi

Pagine a cura
DI ANTONIO CICCIA
MESSINA

Stop al far west delle info commerciali. Nella scheda informativa non potrà più essere inserito il fallimento di una società di cui non si possiedono più partecipazioni o una procedura concorsuale vecchia di oltre dieci anni. Il garante della privacy ha varato il codice di deontologia e di buona condotta per il trattamento dei dati personali effettuato a fini di informazione commerciale (deliberazione del 17 settembre 2015, n. 479, pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* del 13 ottobre 2015, n. 238): ora le società che si occupano di fornire report di affidabilità commerciale hanno un anno di tempo per adeguarsi e pulire i propri archivi da dati incongrui o sovrabbondanti. Il codice si applicherà, infatti, a decorrere dal 1° ottobre 2016.

Il problema degli archivi è che a volte si affastellano informazioni raccolte qua e là senza ordine e messe tutte insieme. Tanto che non sempre riproducono un quadro fedele della identità commerciale di una persona. Il codice deontologico si preoccupa di indicare i binari da seguire per comporre il profilo commerciale con margini di correttezza e di adeguatezza. D'altra parte a che serve un report, infarcito di informazioni negative, ma non pertinenti o troppo datate? A far perdere un buon cliente o un buon pagatore. L'interesse del mercato, infatti, non è quello di costruire un casellario di notizie cattive, quali che siano, ma quello di regolare la circolazione di notizie esatte e aggiornate.

Certo ci vuole più professionalità nel censire le informazioni. Le società che forniscono informazioni commerciali non devono usare reti a strascico che pescano indiscriminatamente tutto anche con un po' di confusione: devono garantire l'esatto identikit al finanziatore o al commerciante senza terrorismo commerciale infondato. Quindi non basta raccogliere dati da una fonte accessibile, ma bisogna fare in modo che le associazioni delle informazioni siano corrette e pertinenti.

Il codice deontologico disegna l'ambito delle informazioni che si possono raccogliere, censisce le fonti affidabili e dice quali sono gli abbinamenti (persona fisica-società) che si possono fare. Di riflesso gli interessati hanno uno strumento in più da fare valere quando vedono maltrattato il proprio profilo per inesattezze o mancato aggiornamento.

Abbinamenti persona fisica/società

Titolare	Ditta individuale
	Società semplice
Socio	Società in nome collettivo
Socio accomandatario	Società in accomandita semplice
Socio accomandante con partecipazioni pari o superiori alla soglia del 25% o detentore della quota di maggioranza del capitale sociale, fatte salve, nel caso di società in accomandita semplice, le quote di controllo e partecipazioni del 10% in caso di quote paritarie tra i soci	
Socio con partecipazioni pari o superiori alla soglia del 25% o in possesso del pacchetto di maggioranza del capitale sociale, fatte salve le partecipazioni del 10% in caso di quote paritarie tra i soci	Società di capitali
Presidente o vice presidente del consiglio di amministrazione, consigliere o amministratore delegato, consigliere, amministratore, consigliere o amministratore con deleghe, amministratore unico o socio unico di società a responsabilità limitata e socio unico di società per azioni	
Sindaco, revisore, institore, presidente del patto di sindacato, organi delle procedure concorsuali e soggetti con qualifica di procuratori e direttori se:	
<ul style="list-style-type: none"> • Ha amministrato l'impresa o la società • Ha avuto fino a un anno prima partecipazioni pari o superiori alla soglia del 25% o la quota di maggioranza del capitale sociale, fatte salve le quote di controllo e le partecipazioni con quote paritarie, per le quali i soci rilevano tutti, anche al di sotto della soglia predetta, con il limite della soglia minima del 10% 	

Persona fisica

Ambito di applicazione. Il codice deontologico ha per oggetto le sole informazioni commerciali riferite a persone fisiche, e cioè dei soggetti la cui privacy è tutelata dal dlgs 196/2003. Il codice regola l'attività di tutti i soggetti che prestano a terzi servizi di informazione commerciale, ai sensi dell'articolo 134 del Tulp.

Non rientra nell'ambito di applicazione del codice deontologico il trattamento dei dati effettuato nell'ambito di sistemi informativi creditizi (Sic), disciplinato da altro codice deontologico.

La ragnatela dei report. Si parte dal soggetto sul cui conto si raccolgono informazioni, che viene chiamato soggetto censito. Nei report commerciali si possono trovare sia dati dell'interessato quale soggetto censito, sia delle persone fisiche o di altri interessati legati sul piano giuridico o economico al soggetto censito, anche se diverso dalla persona fisica (come una società). Cosa vuol dire soggetto «legato»? Lo spiega il codice. Rispetto a una determinata persona fisica, è legato a una società, se l'interessato ha il possesso o controllo diretto o indiretto di una percentuale di quote o azioni, oppure di diritti di voto, pari o superiore ad alcune soglie. Rispetto al socio sono legate la società semplice e la snc. A una sas, il socio accomandatario e il socio accomandante con partecipazioni pari o superiori alla soglia del 25% o detentore della quota di maggioranza del capitale sociale, fatte salve, nel caso di società in accomandita semplice, le quote di controllo e partecipazioni del 10% in caso di quote paritarie tra i soci. Le società di capitali sono legate al socio con partecipazioni pari o superiori alla soglia del 25% o in possesso del pacchetto di maggioranza del capitale sociale, fatte salve le partecipazioni del 10% in caso di quote paritarie tra i soci. Il collegamento si verifica anche tra impresa e società e amministratore, direttore, titolare di funzioni di gestione e controllo. Quanto descritto significa limitare la ragnatela del report.

Se si indaga su una persona fisica, si potranno inserire sul report informazioni su enti di cui la persona fisica detiene quote di partecipazioni significative o di cui ha la titolarità di ruoli amministrativi. Il codice individua soglie di rilevanza, per impedire che il socio con una piccola quota veda compromessa la sua onorabilità commerciale. Questo vale anche per l'ex amministratore, trascorso molto tempo dalla cessazione dalla carica.