

## INDICE ANALITICO

---

- pag. 5 **Prefazione del dott. Giuseppe Cassarà, Presidente della FIAVET**
- pag. 7 **Introduzione**
- pag. 9 **1. Le figure coinvolte**  
1.1 Il Titolare  
1.2 Il Responsabile  
1.3 L'Incaricato
- pag. 13 **2. Gli obblighi principali**  
2.1 L'informativa  
2.2 Il consenso  
2.3 La notificazione
- pag. 18 **3. I dati sensibili e i dati giudiziari**
- pag. 20 **4. Le misure minime di sicurezza**
- pag. 24 **5. Il Documento Programmatico sulla Sicurezza (DPS)**
- pag. 25 **6. Il Garante della Privacy**
- pag. 26 **Consigli utili**
- pag. 29 **Gli Schemi**  
Schema 1 - nomina del responsabile  
Schema 2 - nomina dell'incaricato.  
Schema 3 - informativa per il dipendente;  
Schema 3/a-3/b-3/c-3/d - informativa per il cliente;  
Schema 4 - nomina dell'incaricato della custodia delle parole chiave;  
Schema 5 - autorizzazione alle persone che accedono alle aree contenenti gli archivi contenenti dati sensibili o giudiziari dopo l'orario di chiusura.
- pag. 47 **Appendice normativa**  
Estratto dal Codice della Privacy - Decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196;  
Allegato B al Codice della Privacy - Disciplinare tecnico in materia di misure minime di sicurezza;  
Autorizzazione n. 1/2005 al trattamento dei dati sensibili nei rapporti di lavoro 21 dicembre 2005;  
Autorizzazione n. 5/2005 al trattamento dei dati sensibili da parte di diverse categorie di titolari - 21 dicembre 2005;  
Estratto del provvedimento del Garante del 13/01/2000.

## PREFAZIONE

---

Nell'ultimo decennio abbiamo assistito ad un vero e proprio stravolgimento della funzione e dell'attività delle Agenzie di Viaggi.

Al radicale cambiamento del rapporto con i fornitori dei servizi turistici, al quale le Agenzie di Viaggi hanno reagito facendo valere le proprie competenze e qualità professionali ed imprenditoriali, si è accompagnata una produzione normativa, soprattutto di provenienza comunitaria, che richiede un impegno ed un'attenzione sempre più gravosi. Si pensi alla normativa in materia di sicurezza dei luoghi di lavoro, a quella in materia fiscale, in continua evoluzione, oppure, per restare nel nostro settore, a quella relativa all'organizzazione e vendita di pacchetti turistici. E' stata una vera e propria rivoluzione soprattutto se si pensa che la realtà del nostro mondo è fatta per la maggior parte di imprese di piccole e medie dimensioni.

Legittimamente queste imprese chiedono alla loro organizzazione di categoria un supporto in termini di studio e formazione, che permetta loro di comprendere e recepire nella loro realtà aziendale norme la cui interpretazione è a volte difficile anche per i giuristi più esperti.

In questo scenario, la FIAVET continua, con la competenza propria dei suoi dirigenti e consulenti, la produzione di pubblicazioni "pensate" specificamente per il nostro settore.

Questo volume costituisce un contributo concreto ed operativo, offerto alle Agenzie di Viaggi per consentire loro di adeguarsi ad una normativa, quella in materia di privacy, di estrema complessità. La sua lettura consentirà alle imprese associate di comprendere, con la necessaria consapevolezza, le responsabilità che derivano da tale normativa e di individuare le soluzioni più efficaci e giuridicamente corrette per ottemperare agli obblighi posti a carico delle aziende che trattano dati personali. Desidero ringraziare per lo sforzo compiuto l'Avv. Alessio Costantini il quale, con la sua attività di studio e ricerca giuridica costituisce per le Associazioni Regionali FIAVET e le imprese associate, ormai da dodici anni, un punto di riferimento costante e qualificato.

**Giuseppe Cassarà**  
*Presidente FIAVET*

## INTRODUZIONE

---

Con questo volume intendiamo illustrare e riassumere, alla luce dell'esperienza maturata nei primi anni di applicazione della normativa sulla privacy, i principali adempimenti delle Agenzie di Viaggi in materia.

Il Codice della Privacy (D. Lgs. 30 giugno 2003 n. 196), entrato in vigore il 1° gennaio 2004 e che riunisce in un unico testo la Legge 675/1996 e i vari decreti, regolamenti e codici deontologici emanati nel corso degli anni, si compone di ben 186 articoli e di numerosi allegati.

Questo volume, dunque, non intende, né potrebbe, sostituirsi ad una lettura ed all'attento esame del Codice della Privacy.

Ciascuna Agenzia procede al trattamento dei dati con modalità e per finalità che sono sue proprie e le dimensioni e le caratteristiche organizzative e strutturali delle Agenzie possono essere le più varie: non è possibile dunque dare risposte generali e valide per tutti.

Abbiamo però voluto offrire alle Agenzie valutazioni e considerazioni utili per una verifica del rispetto, all'interno dell'azienda, di una normativa estremamente complessa ed articolata.

L'appendice normativa e gli schemi dei modelli che potranno essere utilizzati dalle aziende completano la descrizione ed il commento relativi alle figure coinvolte ed ai principali adempimenti posti dalla legge.

Alcune considerazioni finali.

La definizione di *trattamento*, da eseguirsi nel rispetto della normativa sulla privacy è molto ampia: in base all'art. 4 del Codice per trattamento si intende *"qualunque operazione o complesso di operazioni, effettuati anche senza l'ausilio di strumenti elettronici, concernenti la raccolta, la registrazione, l'organizzazione, la conservazione, l'consultazione, l'elaborazione, la modificazione, la selezione, l'estrazione, il raffronto, l'utilizzo, l'interconnessione, il blocco, la comunicazione, la diffusione, la cancellazione e la distruzione di dati, anche se non registrati in una banca di dati"*.

Anche la definizione di *dato personale* è molto estesa: *"qualunque informazione relativa a persona fisica, persona giuridica, ente od associazione, identificati o identificabili, anche indirettamente, mediante riferimento a qualsiasi altra informazione, ivi compreso un numero di identificazione personale"*.

Di conseguenza, anche la sola registrazione o consultazione da parte dell'Agenzia di un dato che identifichi un soggetto (ad esempio un cliente oppure un fornitore) costituisce un "trattamento" da eseguire nel rispetto della normativa sulla privacy. Questo lascia comprendere come gran parte delle operazioni compiute quotidianamente all'interno di un'Agenzia di Viaggi - la cui attività presuppone un continuo rapporto con l'esterno - sia soggetta a questa normativa.

Il principio generale da seguire (una sorta di "faro" per gli imprenditori) è contenuto nell'art.9 del Codice: i dati devono essere trattati "*in modo lecito e secondo correttezza*", "*raccolti e registrati per scopi determinati, espliciti e legittimi, ed utilizzati in altre operazioni di trattamento in termini compatibili con tali scopi*", "*esatti e, se necessario, aggiornati*", "*pertinenti, completi e non eccedenti rispetto alle finalità per le quali sono raccolti o successivamente trattati*", "*conservati in una forma che consenta l'identificazione del titolare per un periodo di tempo non superiore a quello necessario agli scopi per i quali essi sono stati raccolti o successivamente trattati*".

Il senso della normativa, dunque, è chiaro: il dato comunicato all'azienda da un terzo, o di cui essa venga comunque a conoscenza, non costituisce, per ciò stesso, una parte del "patrimonio" dell'azienda stessa, di cui essa può disporre come crede: esso continua a rimanere un "bene" del soggetto cui si riferisce che (art. 1 del Codice) "*ha diritto alla sua protezione*".