

PRIVACY FEDERATION > LA STARTUP FONDATA A MILANO NEL 2022 OFFRE ALLE AZIENDE SOLUZIONI PER AMMINISTRARE I DATI IN MODO TRASPARENTE

Il business cresce con l'innovazione etica

In un mondo sempre più digitale, la gestione trasparente dei dati personali è diventata una delle sfide più cruciali e delicate per aziende e cittadini. Non si tratta solo di conformarsi alle normative, ma di ridefinire il rapporto tra imprese e individui nel segno della fiducia, dell'etica e dell'efficienza. La trasparenza, infatti, oggi non è più una semplice opzione per le imprese: è un valore competitivo. E il rischio non è solo normativo, ma reputazionale, operativo, strategico. È in questo contesto che nasce Privacy Federation, una startup italiana fondata a Milano nel 2022, che ha deciso di affrontare la questione della privacy partendo da una visione umanocentrica, quasi rinascimentale, in cui l'utente è l'attore al centro della gestione dei propri dati e delle proprie scelte.

LA STARTUP

«La nostra idea è nata da un'esigenza precisa: restituire alle persone il controllo sui propri dati, e alle aziende un modo semplice, trasparente ed efficiente per gestirli», racconta l'Ing. Massimo Del Rosso, fondatore e CEO di Privacy Federation, un ponte tra il mondo

L'idea mira a restituire alle persone la possibilità di proteggere le proprie generalità



dei diritti digitali e quello delle esigenze aziendali. «Lo abbiamo fatto - spiega Del Rosso - nel rispetto rigoroso del GDPR, ma anche con un occhio all'innovazione sociale». A far parte della startup - il cui CDA è composto dall'Ing. Massimo Del Rosso, l'Ing. Oliviero Malaguti, consigliere e responsabile dello sviluppo del business, e l'Ing. Davide

Innocenti, consigliere - c'è anche un pool di "business angels" dai settori più disparati (dall'immobiliare all'assicurativo, passando per logistica, healthcare e IT, ma anche persone fisiche) che finan-

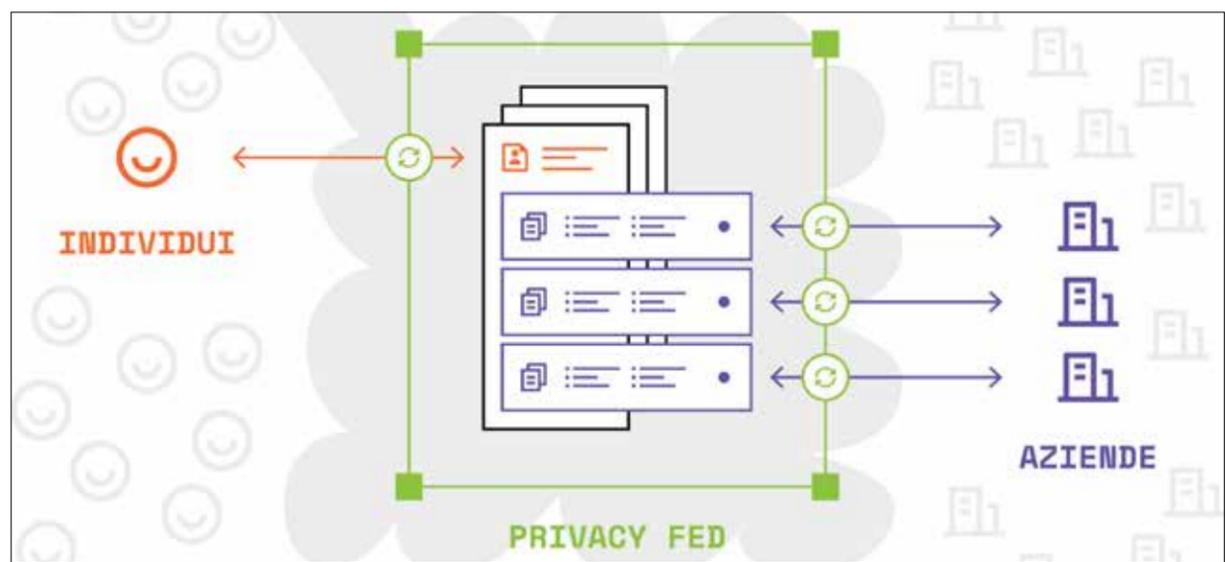
ziano l'idea per i suoi valori fondanti e per la volontà di rendere un servizio alla cittadinanza italiana ed europea.

LA PROPOSTA

Il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR), adottato dall'Unione Europea nel 2016 e pienamente applicabile dal 2018, ha infatti imposto nuovi standard rigorosi in materia di privacy, tracciabilità e consenso. Le aziende si sono trovate improvvisamente a dover fare i conti con un sistema complesso e frammentato, con rischi elevatissimi: sanzioni milionarie, perdita di reputazione, inefficienze nei processi interni. Al tempo stesso, gli utenti hanno cominciato a pretendere maggiori garanzie, trasparenza e controllo. Un cortocircuito difficile da gestire, che Privacy Federation ha deciso di affrontare con un approccio radicalmente nuovo. Il cuore della proposta è una piattaforma cloud brevettata che consente agli utenti di centralizzare tutte le preferenze sulla privacy in un unico profilo digitale. Grazie a questo, gli utenti mantengono il controllo completo sui loro rapporti digitali e le aziende ottengono strumenti di compliance affidabili e sincronizzati. «È come avere una cabina di regia personale, dove gli utenti possono visualizzare tutti i consensi dati, mentre le aziende accedono solo a quelli dei

propri utenti», spiega Del Rosso. «L'utente mantiene il controllo, le aziende ricevono informazioni aggiornate, sicure, in piena conformità al GDPR. È una sincronia virtuosa, asimmetrica, che crea valore per tutti». Privacy Federation è infatti l'unica soluzione brevettata che consente di sincronizzare istantaneamente le preferenze degli utenti con le esigenze delle aziende, riducendo i rischi normativi e migliorando la qualità delle relazioni digitali. Inoltre, la gestione dei dati personali è centralizzata, consentendo a utenti e aziende di interagire in modo trasparente ed efficiente, mentre vengono sfruttate tecnologie SaaS per garantire conformità, tracciabilità e controllo. Nel mercato attuale, frammentato e sottoposto a crescenti pressioni regolatorie e con le aziende sempre più esposte al rischio di sanzioni e alla difficoltà di gestione dei dati, la piattaforma di Privacy Federation è una guida chiara, integrabile e scalabile. Gli utenti, troppo spesso ignorati nei loro diritti digitali, recuperano il controllo e la consapevolezza. È un equilibrio nuovo, basato su una "sincronia asimmetrica" che privilegia l'utente ma favorisce anche l'azienda.

Per informazioni:
www.privacyfed.eu
info@privacyfed.eu



SVILUPPO CONTINUO > È STATO INTEGRATO UN MODULO PER GESTIRE I DOCUMENTI IN MODO DIGITALE E SICURO

Da "fastidio" a leva strategica, la consapevolezza si fa strada

«Abbiamo riscontrato una risposta molto positiva da parte del mercato. All'inizio, le aziende vedevano la privacy come una complicazione, un fastidio. Ma oggi, sempre più spesso, la riconoscono come una leva strategica. Sanno che un utente che si sente tutelato è un cliente più fedele e soddisfatto». A parlare è l'Ing. Massimo Del Rosso, fondatore e CEO della startup Privacy Federation. La crescita della consapevolezza, spiega il CEO, è evidente soprattutto nell'ultimo anno. «Specie nell'ultimo semestre stiamo assistendo a un vero e proprio cambio di mentalità», continua Del Rosso.

100% DIGITALE

«La privacy - prosegue - non è più solo un obbligo da rispettare, ma un elemento che, tra le altre cose, rafforza la brand reputation e migliora la relazione con i clienti. Anche per questo, abbiamo recentemente integrato nella nostra piattaforma un modulo per la gestione documentale con firma digitale: tutto avviene nel rispetto della privacy, senza dispersioni o rischi per i dati sensibili». Questa funzionalità, di recentissima introduzione, consente alle aziende di compilare, far firmare e



archiviare digitalmente documenti direttamente sulla piattaforma, semplificando ulteriormente la governance della privacy. Una soluzione completa che risponde ai requisiti del GDPR e va oltre, promuovendo un modello più evoluto e sostenibile di rapporto

La soluzione propone un modello più evoluto e sostenibile dei rapporti tra individui e organizzazioni

tra individui e organizzazioni. Privacy Federation si presenta dunque come un vero hub della privacy, un ecosistema pensato per garantire trasparenza, efficienza e controllo. Gli utenti possono aggiornare in tempo reale i propri dati anagrafici e le preferenze, visualizzare lo storico dei consensi, e certificare la propria identità attraverso un sistema di autenticazione sicuro. Le aziende, dal canto loro, ottengono strumenti per aggiornare rapidamente le policy, raccogliere nuovi consensi, dimostrare la compliance e ridurre i costi operativi.

VALORI

È una responsabilità che va oltre la tecnologia

Il progetto di Privacy Federation va oltre la tecnologia. La startup è infatti anche una Società Benefit, e si impegna concretamente a promuovere diritti digitali, trasparenza e sostenibilità sociale. La piattaforma contribuisce infatti al raggiungimento di diversi obiettivi dell'Agenda 2030 dell'ONU, come la parità di genere (accesso equo alla gestione della privacy), la riduzione delle disuguaglianze (eliminazione delle barriere geografiche e temporali nell'accesso ai propri dati), il consumo responsabile (riduzione dell'impronta ecologica attraverso processi digitali efficienti) e il rafforzamento delle istituzioni (favorendo relazioni più solide e trasparenti tra cittadini, aziende ed enti pubblici). «Crediamo che la privacy non sia solo un diritto, ma una responsabilità collettiva»,



sottolinea Del Rosso. «Quando le aziende si dotano di strumenti trasparenti e rispettosi non solo rispettano la legge, ma contribuiscono a creare una società digitale più giusta. E questo, alla lunga, si traduce in un vantaggio per tutti». Proprio ieri, inoltre, l'azienda ha ricevuto il riconoscimento riservato ai partner IBM protagonisti del cambiamento per aver accolto la sfida iniziata con "La Valle dei Libri" coniugando tecnologia e cultura in Italia.