LIA – Legitimate Interest Assessment

Sommario

INTRODUZIONE 2

DEFINIZIONI 3

1. PREMESSA. 4

2. LA LEGITTIMITÀ DELL'INTERESSE DI S.I.TEX. (E DEGLI ESPOSITORI AI QUALI I DATI VENGONO COMUNICATI), LA RILEVANZA DI TALE INTERESSE PER IL TITOLARE E PER I TERZI, E LA NECESSITÀ DEL TRATTAMENTO PER PERSEGUIRLO. 5

3. GLI IMPATTI, SIA CONCRETI CHE POTENZIALI, DEL TRATTAMENTO SUI DIRITTI E SUGLI INTERESSI DEGLI INTERESSATI. 6

4. BILANCIO PROVVISORIO. 7

5. LE GARANZIE A TUTELA DELL'INTERESSATO. 8

6. TESTING. 9

7. DECISIONE 15

INTRODUZIONE

La LIA (valutazione del legittimo interesse - *Legitimate Interest Assessment*) consente di verificare se l'interesse del Titolare del Trattamento è legittimo, permettendo quindi di utilizzare la base giuridica del legittimo interesse, così come contemplato dall'art. 6 par. 1 lett. f) GDPR per una o più finalità specifiche di Trattamento.

Effettuare una LIA permette al Titolare del Trattamento di dimostrare di aver svolto le dovute valutazioni riguardo agli interessi perseguiti attraverso il trattamento dei dati e di aver stabilito che questi interessi prevalgono sui diritti e sulle libertà degli Interessati.

Attraverso la redazione di una LIA il Titolare del Trattamento promuove un approccio chiaro e trasparente al Trattamento dei dati, considerando attentamente l'impatto che tale Trattamento potrebbe avere sugli individui e assicurando che l'interesse identificato sia giustificato e legittimo.

Inoltre, la LIA fornisce un quadro strutturato per documentare il processo decisionale e per dimostrare la conformità delle scelte del Titolare del Trattamento alle normative sulla protezione dei dati.

DEFINIZIONI

• **Dato Personale:** qualsiasi informazione riguardante una persona fisica identificata o identificabile («Interessato»); si considera identificabile la persona fisica che può essere identificata, direttamente o indirettamente, con particolare riferimento ad un identificativo come il nome, un numero di identificazione, dati relativi all'ubicazione, un identificativo online o ad uno o più elementi caratteristici della sua identità fisica, fisiologica, genetica, psichica, economica, culturale o sociale.

• **Trattamento:** qualsiasi operazione o insieme di operazioni, compiute con o senza l'ausilio di processi automatizzati ed applicate a dati personali o insiemi di dati personali, come la raccolta, la registrazione, l'organizzazione, la strutturazione, la conservazione, l'adattamento o la modifica, l'estrazione, la consultazione, l'uso, la comunicazione mediante trasmissione, diffusione o qualsiasi altra forma di messa a disposizione, il raffronto o l'interconnessione, la limitazione, la cancellazione o la distruzione.

• **Interessato:** la persona fisica alla quale si riferiscono i dati personali trattati (ad esempio un Buyer o un Espositore che partecipano agli eventi organizzati da SI.TEX., ma anche un fornitore di SI.TEX. come, ad esempio, un consulente esterno).

• **Titolare del Trattamento:** la persona fisica o giuridica, l'autorità pubblica, il servizio o altro organismo che, singolarmente o insieme ad altri, determina le finalità ed i mezzi del Trattamento di dati personali;

• **Responsabile del Trattamento:** la persona fisica o giuridica, l'autorità pubblica, il servizio o altro organismo che tratta dati personali per conto del Titolare del Trattamento.

1. PREMESSA.

S.I.TEX., attraverso Milano Unica, raggruppa oltre cinquecento (500) aziende tessili, ed ha lo scopo di promuoverne l'attività attraverso l'organizzazione di fiere ed eventi, dove fare incontrare aziende: quelle espositrici (le associate) e quelle acquirenti (rappresentate dai propri Buyer). In altre parole, per lo scopo sociale di S.I.TEX., la sua finalità ultima, il motivo stesso della sua esistenza, e la sua attività principale consistono nel **matchmaking B2B**.

Il Trattamento di dati personali oggetto di questo *assessment* riguarda esclusivamente una **categoria di Interessati**, e cioè i Buyer, in quanto rappresentanti delle aziende acquirenti.

Le **tipologie di dati oggetto di Trattamento, assolutamente comuni e trattati in quantità per persona** estremamente ridotta, sono le seguenti:

- nome
- cognome
- azienda di appartenenza
- ruolo
- dati di contatto
- settore di attività (studio stilistico, sartoria, confezionista etc.)

La **natura del Trattamento è la comunicazione dei dati personali dei Buyer partecipanti alle fiere ed agli eventi organizzati dal Titolare agli Espositori** per loro autonome finalità di contatto a fini di marketing B2B (ed eventualmente ad altri titolari, come Agenzia ICE, che hanno istituzionalmente lo scopo della promozione delle aziende italiane all'estero).

L'articolo 6, paragrafo 1, lettera f), del GDPR fa riferimento ai legittimi interessi perseguiti "dal titolare del trattamento o da terzi".

Secondo le nuove **"Linee guida 1/2024 sul trattamento dei dati personali in base all'articolo 6, paragrafo 1, lettera f), del GDPR"** dell'EDPB, versione 1.0 dell'8 ottobre 2024, punto n. 20, il riferimento a un interesse perseguito da "un terzo" nella formulazione dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera f), del GDPR indica che l'interesse o gli interessi di uno o più terzi specifici possono essere (come nel caso di specie) legittimamente perseguiti ai sensi dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera f), del GDPR e possono quindi essere bilanciati con gli interessi o i diritti e le libertà fondamentali dell'interessato.

In alcuni casi, infatti, come nel caso che ci occupa, il trattamento dei dati personali può servire a perseguire contemporaneamente i legittimi interessi del responsabile del trattamento e di un terzo (gli Espositori). Si veda in merito CGUE, sentenza del 7 dicembre 2023, cause riunite C-26/22 e C-64/22, SCHUFA Holding.

2. LA LEGITTIMITÀ DELL'INTERESSE DI S.I.TEX. (E DEGLI ESPOSITORI AI QUALI I DATI VENGONO COMUNICATI), LA RILEVANZA DI TALE INTERESSE PER IL TITOLARE E PER I TERZI, E LA NECESSITÀ DEL TRATTAMENTO PER PERSEGUIRLO.

Nel complesso dell'attività portate avanti dal Titolare, il Trattamento in analisi è un punto cardinale per la possibilità di offrire un servizio a 360 gradi alle aziende espositrici. La comunicazione dei contatti dei Buyer agli Espositori innesca, di fatto, un meccanismo driver dal punto di vista della "convenienza commerciale" della partecipazione agli eventi da parte degli Espositori i quali, vedono moltiplicarsi esponenzialmente le loro possibilità di stabilire relazioni con i soggetti che partecipando all'evento, sono Interessati ai prodotti offerti dagli Espositori.
Tale meccanismo è senz'altro un vantaggio sia per il Titolare del Trattamento che per le aziende espositrici che sono destinatarie della comunicazione, senza recare alcun danno ai terzi Interessati.

L'interesse di S.I.TEX. ad effettuare il Trattamento, comunicando i dati dei Buyer agli Espositori, appare pertanto non solo legittimo, ma, tanto per il Titolare quanto per gli Espositori ai quali i dati vengono comunicati, decisamente rilevante, nonostante si tratti di una rilevanza "interna", non trattandosi di garantire l'esercizio di diritti fondamentali, o di tutelare un interesse pubblico o della collettività.

Il Considerando 47 del GDPR infatti, chiarisce che *"i legittimi interessi di un titolare del trattamento, compresi quelli di un responsabile del trattamento a cui possono essere comunicati i dati personali, o di un terzo, possono costituire una base giuridica per il trattamento, a condizione che gli interessi o i diritti e le libertà fondamentali dell'interessato non siano prevalenti, tenendo conto delle ragionevoli aspettative degli interessati in base alla loro relazione con il titolare del trattamento"*. Il considerando afferma inoltre che *"[in ogni caso] l'esistenza di un interesse legittimo richiederebbe un'attenta valutazione, compresa la possibilità che l'interessato possa ragionevolmente aspettarsi, al momento e nel contesto della raccolta dei dati personali, che il trattamento per tale finalità abbia luogo"*, valutazione che viene appunto effettuata attraverso il presente *assessment.*

Nel caso di specie, poi oltre alle considerazioni di cui sopra, ricorrono cumulativamente tutti gli elementi ed i criteri previsti al punto n.17 delle nuove **"Linee guida 1/2024 sul trattamento dei dati personali in base all'articolo 6, paragrafo 1, lettera f), del GDPR"** dell'EDPB affinché l'interesse in analisi possa essere considerato "legittimo"[1].

1 *Per una serie analoga di criteri, cfr. WP29, parere 06/2014 sulla nozione di legittimo interesse del titolare del trattamento ai sensi dell'articolo 7 della direttiva 95/46/CE (WP 217, adottato il 9 aprile 2014), pagg. 24-25.*

Nel caso di specie l'interesse alla comunicazione dei contatti dei Buyer agli Espositori non è contrario al diritto dell'UE o degli Stati membri, ma persegue, come detto, una “convenienza commerciale” di tutte le parti coinvolte nell’operazione.

Allo stesso tempo il suddetto interesse è articolato in modo chiaro e preciso essendo il suo perimetro chiaramente identificato nell’informativa e nel presente documento che verrà anch’esso, a richiesta, messo a disposizione degli Interessati, per garantire un adeguato bilanciamento con i loro interessi e/o con i loro diritti e libertà fondamentali.

L'interesse in analisi è come richiesto dal punto n.17 delle linee guida già citate anche reale, presente e non speculativo. Come chiarito dalla CGUE, infatti, l'interesse legittimo deve essere presente ed effettivo alla data del trattamento dei dati e non deve essere, a quella data, ipotetico.

Si noti infine che il considerando n. 50 del GDPR fa riferimento anche alle *“ragionevoli aspettative degli interessati in base alla loro relazione con il responsabile del trattamento”* come ulteriore fattore da considerare ai fini della valutazione circa la legittimità dell’interesse *de quo*. Ragionevole aspettativa che, nel caso di specie, vista la relazione trilaterale esistente tra S.I.TEX., Buyer ed Espositori è del tutto ragionevole, *a fortiori*, ritenere esistente.

3. GLI IMPATTI, SIA CONCRETI CHE POTENZIALI, DEL TRATTAMENTO SUI DIRITTI E SUGLI INTERESSI DEGLI INTERESSATI.

Considerata la natura degli eventi organizzati da S.I.TEX. per il tramite di Milano Unica, e la modalità di invito e di partecipazione dei Buyer agli stessi, va da sé che, nell’ambito dei rapporti con il Titolare, l’Interessato possa ragionevolmente attendersi (si vedano gli ultimi paragrafi del precedente punto) che i suoi dati personali di contatto possano essere comunicati agli Espositori.

Tale pratica si sostanzia, di fatto, in una scarsissima, se non nulla, ingerenza nella vita privata degli Interessati. I dati personali comunicati agli Espositori dal Titolare (elencati al punto n.1) sono soltanto i c.d. dati di contatto, e tale comunicazione avviene in un ambito prettamente B2B dove sono nativamente assenti “offerte” dirette alla persona che potrebbero invece comprimere i diritti di scelta degli Interessati in quanto persone fisiche.

Inoltre, per la scarsità dei dati oggetto del Trattamento in esame, per la natura di tali dati, e tenendo conto della estrema limitazione delle finalità, anche l’impatto generale, inteso nel senso più ampio (come definito sia dalle “Linee Guida del Gruppo Articolo 29 del 2014 sul

legittimo interesse", pagg. 44 e segg., sia dalle già citate "Linee guida 1/2024 sul trattamento dei dati personali in base all'articolo 6, paragrafo 1, lettera f), del GDPR" dell'EDPB, versione 1.0 dell'8 ottobre 2024), sugli interessi e sui loro diritti fondamentali, può essere valutato come nullo, sia sotto il profilo dei potenziali danni o del documento materiale, economico, finanziario, ecc., che sotto l'aspetto del danno emotivo, nonché dei vari rischi potenzialmente concepibili come conseguenza di trattamenti di dati personali (discriminazione, esclusione, diffamazione, o rischi per la reputazione, il potere negoziale, l'autonomia dell'Interessato).

Sia per la natura che per la quantità dei dati personali oggetto di trattamento, lo stesso non comporta alcuna attività di profilazione.

4. BILANCIO PROVVISORIO.

La situazione oggetto del presento *assessment* è del tutto simile al primo scenario di cui alle Linee Guida del Gruppo Articolo 29 del 2014 sul legittimo interesse (pag. 36)[2]:

- i dati e il contesto sono relativamente innocui (contatti di lavoro B2B tra acquirenti e venditori);
- l'interesse legittimo del Titolare (S.I.TEX.) e dei terzi ai quali i (pochi) dati personali dei Buyer vengono comunicati (gli Espositori) è rilevante sia per S.I.TEX. che per gli Espositori;
- gli Interessati possono ragionevolmente aspettarsi che la loro partecipazione sia portata a conoscenza degli Espositori;
- l'ingerenza nella vita privata degli Interessati è praticamente nulla, e i loro diritti fondamentali e interessi risultano illesi, o comunque assumono una ridottissima rilevanza nell'ambito dell'operazione in analisi.

Un primo bilancio porta quindi a concludere che l'interesse e i diritti dell'Interessato non sembrano prevalere rispetto all'interesse legittimo del Titolare e dei Destinatari di effettuare questo ridotto Trattamento dei dati (comunicazione dei dati personali degli Interessati/Buyer agli Espositori associati a finalità di matchmaking B2B).

---

[2] *"Scenario 1: offerta speciale da parte di una catena di pizza*
Claudia ordina una pizza tramite un'applicazione mobile sul suo smartphone, ma non disattiva l'opzione relativa all'invio di materiale pubblicitario sul sito web. Il suo indirizzo e i dati della carta di credito sono conservati ai fini della consegna. Alcuni giorni dopo Claudia riceve buoni sconto per prodotti simili nella buca delle lettere di casa sua.
Breve analisi: la catena di pizza ha un interesse legittimo, ma non particolarmente preminente, a cercare di vendere un maggior numero di prodotti ai suoi clienti. D'altro canto, non sembrano registrarsi una considerevole ingerenza nella vita privata di Claudia o un indebito impatto di altro tipo sui suoi interessi e diritti. I dati e il contesto sono relativamente innocui (il consumo di pizza). La catena di pizza ha istituito alcune garanzie: si utilizzano solo informazioni relativamente limitate (i recapiti) e l'invio dei buoni sconto avviene per posta tradizionale. Inoltre, è prevista un'opzione di facile utilizzo che permette di opporsi all'invio di materiale pubblicitario sul sito web.
Nel complesso, e considerando anche le garanzie e le misure previste (tra cui uno strumento di facile utilizzo per opporsi all'invio di materiale pubblicitario), l'interesse e i diritti dell'interessato non sembrano prevalere rispetto all'interesse legittimo della catena di pizza di effettuare questo minimo trattamento dei dati".

5. LE GARANZIE A TUTELA DELL'INTERESSATO.

Al netto di quanto sopra esposto ed al fine di garantire il pieno rispetto del GDPR e dei principi in esso contenuti, all'interno dell'informativa che verrà regolarmente consegnata agli Interessati sarà chiaramente indicata la possibilità di esprimere un'opzione di *opt-out* circa la comunicazione in esame, a seguito dell'esercizio della quale nessun dato personale del Buyer Interessato verrà comunicato agli Espositori (si veda: "**PROCEDURA INVIO MAILING LIST e OPT_OUT**" all. n. 1)

Il Titolare (S.I.TEX.) ha istituito comunque alcune garanzie che aumentano le tutele nei confronti degli Interessati:

- i dati personali oggetto di comunicazione sono solo informazioni estremamente limitate, elencate al punto n.1 del presente documento;

- è prevista un'opzione di facile utilizzo che permette di esercitare il diritto generale e incondizionato di revoca ("*opt-out*"), opponendosi allo specifico Trattamento sia sul sito web che in appositi link all'informativa in ogni comunicazione tra il Titolare e gli Interessati;

- è stata adottata una cifratura dei dati personali in fase di transito (comunicazione agli Espositori e a ICE Agenzia);

- vengono spiegati adeguatamente e in modo trasparente agli Interessati (nell'informativa), in maniera chiara e semplice, i motivi per cui il Titolare ritiene che gli interessi o i diritti e le libertà fondamentali degli Interessati non prevalgano sui loro interessi.

Il Titolare, inoltre, garantisce il rispetto dei principi di cui all'articolo 5 del GDPR.

In particolare:

- il principio di liceità è rispettato in quanto il trattamento è lecito ed effettuato per una finalità non contraria alla legge o all'ordine pubblico;

- il principio di correttezza e di trasparenza è rispettato in quanto il Titolare provvede ad informare l'interessato attraverso apposito documento;

- il principio di limitazione della finalità è anch'esso rispettato, in quanto i dati vengono usati, con la base giuridica del legittimo interesse, solo per la specifica finalità menzionata nell'informativa;

- il principio di integrità e riservatezza è rispettato in quanto i dati personali oggetto del presente trattamento sono conservati con modalità e con misure di sicurezza come la cifratura che garantiscono tali caratteristiche.

6. TESTING.

La parte di Testing che segue riprende analiticamente sia quanto richiesto dalle “Linee Guida del Gruppo Articolo 29 del 2014 sul legittimo interesse” sia dalle più volte citate “Linee guida 1/2024 sul trattamento dei dati personali in base all'articolo 6, paragrafo 1, lettera f), del GDPR” dell’EDPB, versione 1.0 dell'8 ottobre 2024, applicando la metodologia di ICO (*Information Commissioner’s Office*, autorità indipendente del Regno Unito equivalente al Garante per la Protezione dei Dati personali italiano), il quale ha elaborato un sistema di testing a 3 livelli, ormai accreditato a livello UE come *benchmark* di riferimento (anche post brexit) in materia, e che viene qui utilizzato per validare i punti già espressi nel corpo del presente documento.

PARTE 1: TEST DELLA FINALITÀ

Il Titolare deve valutare se c'è un interesse legittimo sotteso al Trattamento.

6.1.1	**Perché il Titolare vuole effettuare il Trattamento?**
Il Titolare vuole effettuare il Trattamento in analisi per migliorare il servizio offerto ai propri utenti/associati (espositori).	
6.1.2	**Quali benefici il Titolare si aspetta di ottenere dal Trattamento?**
Il Titolare si aspetta che tutti i soggetti coinvolti nel Trattamento (Titolare, Interessati e destinatari della comunicazione) traggano beneficio dal Trattamento in analisi, in quanto la comunicazione dei dati personali di contatto dei Buyer agli Espositori è in grado di facilitare le relazioni tra gli stessi in un’ottica di matchmaking.	

6.1.3	Sono presenti Terze parti che traggono beneficio dal Trattamento?
Si, gli Espositori che partecipano agli eventi organizzati da S.I.TEX. per il tramite di Milano Unica.	
6.1.4	**Sono presenti benefici pubblici più ampi nel Trattamento?**
N/A	
6.1.5	**Quanto sono importanti i benefici che il Titolare ha identificato?**
I benefici individuati sono importanti nell'ottica complessiva dei rapporti tra tutti i partecipanti agli eventi promozionali organizzati dal Titolare, e mirano alla massimizzazione del risultato economico dell'evento stesso. Proprio in considerazione del rilievo economico, tali benefici sono legittimamente perseguibili in forza del principio costituzionale di cui all'art 41 Cost.	
6.1.6	**Il Titolare sta rispettando regole specifiche di protezione dei dati applicabili al Trattamento?**
Il Titolare ha implementato le misure di cui al punto n. 5 del presente documento. Per il dettaglio delle misure di sicurezza applicate al Trattamento in esame si veda "**MISURE DI SICUREZZA SITEX SPA**" all. n. 2	
6.1.7	**Il Titolare sta rispettando altre leggi pertinenti?**
N/A	
6.1.8	**Il Titolare sta rispettando linee guida o codici di condotta del settore?**
N/A	
6.1.9	**Ci sono questioni etiche nel Trattamento?**
N/A	

PARTE 2: TEST DI NECESSITÀ

Il Titolare deve valutare se il Trattamento è necessario per la finalità che ha identificato.

6.2.1	Questo Trattamento aiuterà realmente Il Titolare a raggiungere il suo scopo?
Il Trattamento è necessario a massimizzare il risultato economico e commerciale presente e futuro del servizio offerto dal Titolare, sia per il Titolare stesso che per i soggetti Terzi che sono destinatari dei dati personali oggetto di Trattamento. Il Trattamento effettuato dal Titolare, infatti, aiuta significativamente gli Espositori ad aumentare l'occasione di matchmaking e di massimizzare tale circostanza dal punto di vista commerciale. È quindi chiaro come questa situazione sia economicamente vantaggiosa sia per il Titolare, che offrendo un servizio potenzialmente più "performante" vede ovviamente aumentare il gradimento del servizio offerto, sia per gli Espositori destinatari dei dati personali dei Buyer, che vedono moltiplicate le proprie possibilità di raggiungere la loro audience.	
6.2.2	**Il Trattamento è proporzionato a tale scopo?**
Si, il Trattamento è proporzionato alle finalità e l'Interessato può ragionevolmente attendersi questo tipo di azione da parte del Titolare del Trattamento.	
6.2.3	**Il Titolare può raggiungere lo stesso scopo senza il Trattamento?**
No, Si vedano le motivazioni contenute al punto n. 6.2.1..	
6.2.4	**Il Titolare può raggiungere lo stesso scopo trattando meno dati, o trattando i dati in un modo più evidente o meno invasivo?**
Il Trattamento rispetta sia il principio di necessità sia quello di minimizzazione: i dati trattati sono il minor numero possibile e della qualità meno "invasiva" per raggiungere la finalità prefissata dal Titolare. Nell'ottica di matchmaking B2B vengono infatti comunicati agli Espositori soltanto i dati di contatto dei Buyer, come nome, cognome, azienda di appartenenza, ruolo aziendale, indirizzo e-mail e numero di telefono.	

PARTE 3: TEST DI BILANCIAMENTO

Il Titolare deve considerare l'impatto sugli interessi, sui diritti e sulle libertà degli individui e valutare se questo supera i suoi interessi legittimi.

NATURA DEI DATI PERSONALI	
6.3.1	**I dati personali oggetto di Trattamento sono dati di categoria speciale o dati su reati penali?**
No, i dati personali oggetto di Trattamento sono soltanto dati di contatto (si veda il punto n. 1 del presente documento).	
6.3.2	**I dati personali oggetto di Trattamento sono dati personali che le persone probabilmente considerano particolarmente "privati"?**
No, si veda commento precedente.	
6.3.3	**Il Titolare sta trattando dati personali di bambini o dati personali relativi ad altre persone vulnerabili?**
No, si veda il punto n. 6.3.1.	
6.3.4	**I dati personali oggetto di Trattamento riguardano persone nella loro capacità personale o professionale?**
No. Sebbene i dati personali oggetto di Trattamento siano afferenti alla sfera professionale, non riguardano e non rivelano nessuna informazione rispetto alla capacità professionale dell'Interessato.	
ASPETTATIVE RAGIONEVOLI	
6.3.5	**Il Titolare ha una relazione esistente con l'Interessato?**

Si, l'Interessato è il soggetto che partecipa agli eventi organizzati dal Titolare.	
6.3.6	**Qual è la natura della relazione e come sono stati utilizzati i dati personali in passato?**
La natura della relazione può essere inquadrata nel paradigma Utente/Interessato – Soggetto che offre il servizio/Titolare del Trattamento. In passato i dati personali venivano utilizzati allo stesso modo rispetto ad oggi, sia rispetto alle finalità che alle modalità di Trattamento, fatta eccezione per le Misure di Sicurezza migliorative di nuova implementazione (si veda il punto n. 5 e n. 6.1.6 e relativi allegati citati del presente documento).	
6.3.7	**I dati personali sono stati raccolti direttamente dall'individuo?**
I dati vengono ottenuti direttamente dagli Interessati o dalle aziende di appartenenza.	
6.3.8	**Se i dati personali sono stati ottenuti da una terza parte, cosa hanno detto gli individui riguardo al riutilizzo da parte di terzi per altri scopi?**
N/A. Si veda il punto precedente.	
6.3.9	**Quanto tempo fa sono stati raccolti i dati personali? Ci sono stati cambiamenti nella tecnologia o nel contesto da allora che potrebbero influenzare le aspettative degli Interessati?**
I dati personali oggetto di Trattamento vengono raccolti in occasione dell'organizzazione degli eventi da parte del Titolare (3/4 annuali). In ragione della natura e della tipologia del Trattamento in analisi non sono presenti cambiamenti che possono influenzare le aspettative degli Interessati.	
6.3.10	**Lo scopo del Titolare e il metodo di Trattamento previsti dal Titolare sono compresi dall'Interessato?**
Si, l'informativa con la quale l'Interessato viene agevolmente a conoscenza delle modalità e delle finalità del trattamento è semplice, chiara ed esaustiva.	
6.3.11	**Il Titolare ha intenzione di fare qualcosa di nuovo o innovativo?**
No, il trattamento si sostanzia semplicemente nella comunicazione dei dati personali di contatto dei Buyer agli Espositori che hanno partecipato alla fiera.	

IMPATTO PROBABILE	
6.3.12	**Quali sono i possibili impatti del Trattamento sulle persone fisiche?**
L'unico impatto ipotizzabile consiste nella possibilità che al momento del contatto del Buyer (Interessato) da parte di uno degli espositori, ai quali i dati personali sono stati comunicati, lo stesso Interessato possa non gradire il contatto. In tal caso potrà avvalersi dalla procedura di *opt-out* implementata con la conseguenza che l'utilizzo dei suoi dati di contatto dovrà essere limitato alle altre finalità previste dall'informativa.	
6.3.13	**Gli individui perderanno qualche controllo sull'uso dei loro dati personali?**
No, gli individui potranno sempre controllare i proprio dati personali. Gli Interessati sono adeguatamente informati per il tramite dell'informativa sulle modalità di esercizio dei loro diritti come richiesto dagli artt. 13 e 14 del GDPR. Inoltre, il Titolare ha implementato una procedura per l'esercizio dei diritti degli Interessati interna al fine di gestire al meglio le eventuali richieste (ad esempio per eventuali richieste di rettifica) oltre al già menzionato sistema di *opt-out* per gli Interessati che desiderano far cessare il Trattamento in analisi. Si veda: "**PROCEDURA INVIO MAILING LIST e OPT_OUT**" all. n. 1	
6.3.14	**Qual è la probabilità e la gravità di eventuali impatti potenziali?**
La probabilità di impatti potenziali dannosi è stimata come irrilevante in considerazione delle ragioni esposte nel corpo del documento e che brevemente si richiamano: 1) ambito del Trattamento effettuato in contesto strettamente Business to Business; 2) caratteristiche dei dati personali oggetto di Trattamento (solo dati di contatto del Buyer - si veda punto n.1 del documento per elenco esaustivo); 3) rispetto del principio di minimizzazione → sono infatti trattati solo i dati necessari e nella minima "quantità" possibile al fine di mettere in contatto Buyer ed Espositori nell'ottica di matchmaking di cui si fa portatrice l'attività di S.I.TEX.	
6.3.15	**Alcune persone sono probabilmente contrarie al Trattamento o lo trovano invasivo?**
È possibile che alcuni degli interessati, al momento del contatto da parte degli Espositori, pur potendolo difficilmente trovare invasivo, possano non gradire il contatto. Il Titolare ha comunque implementato un sistema di *opt-out* al fine di rendere effettivo il diritto degli Interessati di opporsi al Trattamento in analisi.	

6.3.16	**Il Titolare può adottare misure di salvaguardia per minimizzare l'impatto del Trattamento in analisi sugli Interessati?**
Si, si vedano i punti n. 5 e n. 6.3.14 del presente documento.	
Il Titolare del Trattamento può offrire agli Interessati un'opzione di *opt-out*?	**Si**

7. DECISIONE

Il Titolare del Trattamento può basare questo Trattamento sull'interesse legittimo?	**Si**
Note: **-**	

Redatto da	Dott. Giampietro Malusà, Avv. Lorenzo Colzi
Revisionato da	Dott.ssa Francesca Nuti
Approvato da	S.I.Tex Spa – Massimo Mosiello
Data	**15.11.2024**

LIA (Legitimate Interest Assessment) – Allegato 1

Procedura invio mailing list dei buyer a soggetti terzi e opt-out

A) Prima di comunicare l'elenco dei buyer a qualsiasi soggetto terzo per finalità di matchmaking B2B, è obbligatorio procedere ai seguenti passaggi:

1. **Verificare che l'informativa privacy di Milano Unica sia stata portata a conoscenza di tutti i buyer compresi nell'elenco.**

   Se l'acquisizione dei dati del buyer è stata effettuata in automatico a seguito della registrazione online del buyer stesso, l'informativa è da considerare fornita, in quanto nella pagina di registrazione è chiaramente evidenziato il link all'informativa stessa; in qualsiasi altro caso occorre verificare che analogo link sia stato contenuto in precedenti comunicazioni con il buyer o che l'informativa gli sia stata altrimenti fornita). **Nel caso da tale verifica risultasse che a uno o più buyer compresi nell'elenco non sia stata fornita l'informativa, espungere i relativi nominativi dall'elenco.**

2. **Verificare che i dati personali dei buyer compresi nell'elenco siano limitati a quelli strettamente indispensabili alla finalità di matchmaking B2B, e cioè**

   · nome
   · cognome
   · azienda di appartenenza
   · ruolo
   · dati di contatto
   · settore di attività (studio stilistico, sartoria, confezionista etc.).

3. **Verificare se uno o più buyer compresi nell'elenco abbiano esercitato l'opt-out** previsto dall'informativa privacy (comunicando all'indirizzo email delegazione@milanounica.it, o in qualsiasi altro modo, la volontà di non essere contattati dagli espositori). **In caso positivo, espungere il/i buyer dall'elenco.**

4. **Pubblicare l'elenco risultante dai 3 punti precedenti nell'area riservata agli espositori o ad altri soggetti terzi solo dopo aver verificato che la stessa sia protetta da password (o che comunque non sia accessibile da chiunque).**

B) Comunicazione dell'elenco dei buyer a soggetti terzi

1. **L'elenco dei buyer può essere reso accessibile a soggetti terzi, per finalità di matchmaking B2B, solo dopo aver espletato i passaggi di cui alla precedente lettera A).**

2. **I soggetti ai quali può essere fornito l'accesso all'elenco dei buyer possono appartenere esclusivamente alle seguenti categorie:**

   - espositori che ne abbiano fatto richiesta;
   - competenti uffici di ICE Agenzia per la promozione all'estero e per l'internazionalizzazione delle imprese italiane;
   - competenti uffici di ulteriori soggetti, pubblici o privati, con i quali S.I.TEX abbia rapporti similari a quelli con ICE.

3. **L'accessibilità all'elenco dei buyer dovrà essere garantita mediante invio, da parte della Segreteria di Milano Unica, di una comunicazione via email** del seguente tenore:

FACSIMILE

Gentili Espositori,

la ... edizione di Milano Unica consolida l'operazione di sistema con il **Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale** e con **ICE Agenzia per la promozione all'estero e per l'internazionalizzazione delle imprese italiane**, che continuano a offrire il loro prezioso contributo, affiancandoci nelle procedure per incentivare la presenza di clienti dall'estero.

Grazie alle vostre segnalazioni e grazie al supporto delle sedi Ice locali, a Milano Unica saranno presenti **buyer e giornalisti provenienti da mercati emergenti o maturi, sia europei sia extra europei.**

Al seguente link è possibile accedere alla vostra area riservata e visualizzare l'elenco

---

Per motivi di privacy e protezione dei dati, riceverete in un'email separata la password per accdere all'area riservata che contiene le informazioni relative alla delegazione clienti.

Lo staff di Milano Unica è sempre a vostra disposizione per ulteriori informazioni.

Grazie per la collaborazione.
Cordialmente,

Massimo Mosiello
Direttore Generale

C) Nel caso in cui un buyer comunichi la sua volontà di non essere contattato dagli espositori o da altri soggetti (opt-out) successivamente alla comunicazione dell'elenco dei buyer a tali soggetti, si dovrà

1. **Espungere il nominativo del buyer che ha esercitato l'opt-out dall'elenco, e ripubblicare lo stesso, così modificato, nell'area riservata agli espositori o ad altri soggetti.**

2. **Inviare, a tutti i soggetti (espositori, uffici ICE, e/o altri) ai quali era stata inviata l'email di cui al punto B) 3., una comunicazione** del seguente tenore:

FACSIMILE

Gentili Espositori,

con riferimento alla delegazione buyer e giornalisti in programma per la prossima edizione, vi informiamo che il buyer **NOME COGNOME** ha comunicato la volontà di **non ricevere più comunicazioni dagli espositori di Milano Unica**.

Vi invitiamo, pertanto, ad eliminare i suoi contatti e qualsiasi altro dato personale in Vostro possesso.

Vi ringraziamo per la collaborazione.

Cordiali saluti
Milano Unica