

2015 LO STATO DELLA PRIVACY



Symantec.



ITALIA



EUROPA

LA SFIDA DELLA SICUREZZA DEI DATI

- Adulti che si preoccupano della sicurezza dei propri dati personali
- Adulti che accettano che le aziende condividano i loro dati personali con terzi
- Adulti che ritengono che i propri dati personali abbiano un valore
- Valore percepito dei dati personali
 - **chi pensa che i propri dati personali abbiano un valore fino a € 1.000**
 - **chi pensa che i propri dati personali abbiano un valore pari o superiore a € 10.000**
- Adulti che leggono integralmente i termini e le condizioni quando acquistano prodotti o servizi online
- Adulti che vorrebbero migliorare la protezione delle proprie informazioni ma non sanno come
- Adulti che hanno subito una violazione dei loro dati e sono stati fiduciosi in una risoluzione del problema

51%	57%
46%	14%
94%	81%
45%	57%
34%	24%
53%	25%
63%	66%
17%	20%

IL DIVARIO DI FIDUCIA SUI DATI

Quando si parla di "divario di fiducia sui dati" ci si riferisce alla diversa percezione tra il livello di riservatezza delle informazioni personali e il loro grado di sicurezza.

- Adulti che sono fiduciosi che gli estremi del proprio conto corrente/carta di credito siano trattati in modo riservato
- Adulti che sono fiduciosi che gli estremi del proprio conto corrente/carta di credito siano conservati in modo sicuro
- Divario di fiducia sui dati – Estremi del proprio conto corrente/carta di credito
- Adulti che sono fiduciosi che le proprie informazioni sanitarie siano trattate in modo riservato
- Adulti che sono fiduciosi che le proprie informazioni sanitarie siano conservate in modo sicuro
- Divario di fiducia sui dati – Informazioni sanitarie
- Adulti che sono fiduciosi che le proprie abitudini di spesa/shopping siano trattate in modo riservato
- Adulti che sono fiduciosi che le proprie abitudini di spesa/shopping siano conservate in modo sicuro
- Divario di fiducia sui dati – Abitudini di spesa/shopping
- Adulti che sostengono che non è corretto che le aziende traggano profitto dalle informazioni personali acquisite dai social media, dalla cronologia del browser e da altre attività online
- Adulti che sarebbero disposti a comunicare il proprio indirizzo email a un'azienda per denaro

Più si allarga il divario di fiducia sui dati, più grande diventa il problema. I clienti non credono che i propri dati personali siano al sicuro e questo porterà a delle conseguenze...

86%	85%
60%	66%
-26 punti	-19 punti
83%	82%
54%	60%
-29 punti	-22 punti
36%	34%
24%	15%
-12 punti	-19 punti
70%	74%
34%	30%

IL FUTURO DELLA PRIVACY DEI DATI

- Adulti che affermano che la garanzia della sicurezza dei propri dati personali è un elemento importante al momento di scegliere un'azienda
- Adulti che affermano che poter contare su prodotti e servizi di qualità è un elemento importante al momento di scegliere un'azienda
- Adulti che evitano di pubblicare informazioni personali online per tutelarne la riservatezza
- Adulti che usano dati personali fittizi per tutelare la riservatezza di quelli reali
- Adulti che gradirebbero fare a meno di Internet per un po'

88%	88%
86%	86%
53%	57%
25%	31%
75%	69%

PROTEZIONE DEI DATI: EDUCAZIONE, SUPPORTO E OPPORTUNITÀ

- Percentuale di responsabilità che i governi dovrebbero assumersi in materia di tutela dei dati personali degli individui
- Percentuale di responsabilità che le aziende dovrebbero assumersi in materia di tutela dei dati personali degli individui
- Percentuale di responsabilità che i consumatori dovrebbero assumersi per la tutela dei propri dati personali
- Adulti che sarebbero disposti a pagare un importo pari o superiore al costo dell'assicurazione della propria carta di credito per proteggere i propri dati personali

44%	36%
33%	30%
23%	33%
62%	50%