



Privacy&data protection, 7 italiani su 10 vogliono dati in buone mani??

Descrizione

(Adnkronos) Gli italiani attribuiscono valore ai propri dati ma faticano a orientarsi tra informative, diritti e pratiche di protezione: " quanto emerge dalla nuova indagine Pulsee Luce e Gas Index, osservatorio sulle abitudini e le percezioni dei consumatori realizzato da Pulsee Luce Gas con NielsenIQ, intitolata "Il rapporto degli italiani con i dati online". Per il 69% la percezione di un corretto trattamento dei dati è un fattore determinante per affidarsi a un'azienda e il 60% ritiene che i propri dati posseggano un grande valore.

Allo stesso tempo, più della metà (56%) dichiara di accettare spesso o sempre informative privacy e cookie senza leggerle, e la conoscenza del Gdpr si ferma al 37%. Solo il 12% afferma di saper valutare se un'azienda tratta correttamente i dati personali. La fiducia rappresenta un fattore cruciale, ma fragile: appena il 15% ritiene che le aziende facciano abbastanza per spiegare come usano i dati. Da segnalare anche un maggiore fiducia rispetto alla gestione dei dati verso il settore pubblico (31% delle preferenze) rispetto al privato (8%).

La cautela si traduce in strategie di autodifesa: 7 italiani su 10 dichiarano di aver evitato almeno una volta l'accesso a un sito o a un'app per non condividere informazioni e il 18% lo fa spesso o sempre. Guardando agli ultimi cinque anni, circa un terzo (31%) pensa che oggi i propri dati siano più protetti rispetto al passato. A determinare la fiducia contano riconoscibilità e reputazione del marchio (59% degli intervistati), la presenza di certificazioni/garanzie di sicurezza (35%), e la trasparenza nelle comunicazioni sull'uso dei dati (33%). Inoltre, le principali preoccupazioni riguardano l'uso fraudolento dell'identità (61% del campione), furto/violazione dei dati, come l'hackeraggio (59%) e la rivendita senza consenso (55%).

Appena il 4% degli italiani afferma di non avere alcuna preoccupazione particolare sull'uso dei propri dati. Tra i più delicati spiccano i dati bancari (79% delle preferenze) e il numero di carta di credito (76%), seguiti dai dati biometrici (55%), di contatto (47%), anagrafici (41%) e sanitari (37%). In risposta ai rischi, gli italiani introducono azioni di autotutela: il 62% ha chiesto almeno una volta la cancellazione dei propri dati da un sito/app e il 26% dichiara di controllare con buona frequenza le impostazioni di privacy su app e social.

Il divario tra principi e pratiche Ã" evidente. La lettura integrale delle informative privacy riguarda circa il 13% degli utenti (e intorno allâ??11% per i cookie), mentre solo il 29% sa come esercitare i propri diritti (accesso, rettifica, cancellazione, opposizione). Anche la conoscenza delle opportunitÃ offerte da siti, app e social in cambio dellâ??autorizzazione ai dati risulta polarizzata: circa il 38% dichiara di conoscerle contro un 24% che afferma il contrario, segno di unâ??informazione non omogenea. Quando il â??prezzoâ?? del servizio Ã" la condivisione dei dati, prevale la prudenza. Solo il 31% Ã" disposto a farlo per accedere gratuitamente a un servizio e appena il 15% accetterebbe di condividere piÃ¹ dati in cambio di servizi migliori o piÃ¹ personalizzati. Quasi 1 italiano su 2 (47%) racconta di aver ricevuto pubblicitÃ cosÃ¬ personalizzate da sentirsi â??spiaÃ??. Lâ??impatto Ã" concreto anche sui comportamenti dâ??acquisto: per il 28% le richieste di dati personali incidono sulle scelte di prodotti e servizi, mentre il 27% dichiara di aver modificato spesso o talvolta il proprio comportamento online e offline per proteggere la privacy.

Nel settore energetico la consapevolezza nellâ??utilizzo dei dati Ã" parziale: la maggioranza (51% del campione) non sa se il proprio fornitore raccoglie o analizza i consumi, contro il 36% che afferma di esserne al corrente. Quando perÃ² lâ??uso dei dati Ã" percepito come utile e sicuro, si apre uno spazio concreto di collaborazione: 2 su 5 (40%) dichiarano la disponibilitÃ a condividere dati aggiuntivi oltre ai consumi per ottenere servizi piÃ¹ personalizzati sullâ??efficienza energetica e 7 su 10 (70%) accetterebbero la raccolta continuativa dei consumi per ricevere consigli di efficienza energetica in casa.

I risultati dellâ??indagine sono stati presentati nel corso dellâ??evento al The St. Regis Rome promosso da Pulsee Luce e Gas e Axpo Italia â??Etica digitale e Tutela dei consumatori â??. La protezione dei dati come impegno condiviso da imprese e istituzioniâ??. Lâ??appuntamento ha fornito un confronto trasversale tra imprese, istituzioni e associazioni, con particolare attenzione al settore dellâ??energia, per condividere pratiche operative e obiettivi comuni capaci di rafforzare la fiducia lungo tutto il ciclo del servizio, dallâ??attivazione alla gestione quotidiana delle forniture.

â??Lâ??etica digitale Ã" la nuova infrastruttura su cui si costruisce la fiducia. Mettere diritti, trasparenza e controllo al centro dei servizi significa migliorare la qualitÃ della vita delle persone e la competitivitÃ del Paese. Con questo appuntamento abbiamo promosso un percorso di collaborazione stabile tra imprese, istituzioni e cittadini, condividendo metodi e obiettivi per misurare lâ??efficacia delle azioni e migliorarne lâ??impatto nel tempoâ?•, afferma Salvatore Pinto, presidente di Axpo Italia.

â??Pulsee Luce e Gas Ã" una realtÃ nativa digitale, ma profondamente umana, oggi anche presente su tutto il territorio con agenzie e punti vendita. Usiamo i dati per conoscere i nostri clienti, non per sorveglierli; per semplificare la loro esperienza, non per condizionarla. Crediamo che il dato, se trattato con rispetto, possa diventare un ponte â?? non un confine â?? tra tecnologia e persona. Attraverso le nostre piattaforme, i dati dei consumi energetici diventano strumenti di consapevolezza: aiutano ciascun cliente a comprendere meglio come usa lâ??energia, dove puÃ² risparmiare, come puÃ² ridurre il proprio impatto ambientale. Ecco perchÃ© per Pulsee Luce e Gas il valore del dato Ã" nella fiducia che generaâ?•, afferma Alicia Lubrani, Ceo Pulsee Luce e Gas e Cmo di Axpo Italia.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Novembre 4, 2025

Autore

redazione

default watermark