



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

Descrizione

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 all'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 dell'autorizzazione ai dati risulta polarizzata: circa il 38% dichiara di conoscerle contro un 24% che afferma il contrario, segno di un'informazione non omogenea. Quando il prezzo 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 spiato. L'impatto Ã concreto anche sui comportamenti d'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 nell'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 l'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 sull'efficienza energetica e 7 su 10 (70%) accetterebbero la raccolta continuativa dei consumi per ricevere consigli di efficienza energetica in casa.

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

L'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 l'efficacia delle azioni e migliorarne l'impatto nel tempo", afferma Salvatore Pinto, presidente di Axpo Italia.

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 sorvegliarli; per semplificare la loro esperienza, non per condizionarla. Crediamo che il dato, se trattato con rispetto, possa diventare un ponte non un confine 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 l'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 genera", afferma Alicia Lubrani, Ceo Pulsee Luce e Gas e Cmo di Axpo Italia.

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Novembre 4, 2025

Autore

redazione

default watermark