

Privacy: i consumatori preferiscono non affidare i propri dati sensibili alle imprese

16-11-2018



Il 2018 è stato un anno rilevante per quanto riguarda la Data Economy. Dagli scandali di Cambridge Analytica e Facebook, in particolare, è emerso quanto siano importanti per le grandi multinazionali i nostri dati sensibili. La conseguenza diretta delle recenti violazioni è la mancanza di fiducia da parte dei consumatori ad affidare i propri dati alle imprese.

Dal punto di vista cautelare, le istituzioni europee hanno pubblicato il Regolamento sui GDPR (General Data Protection Regulation), effettivo dal 25 maggio 2018, il quale intende rafforzare la protezione dei dati personali dei cittadini dell'Unione Europea.

Per approfondire il confronto tra le opinioni di imprese e consumatori in materia di privacy, la Oxford Economics, ha condotto uno studio sulla tematica, "[Il futuro dei dati: adeguarsi ad un'economia opt-in](#)" che mette in evidenza le difficoltà affrontate dalle imprese nell'adeguarsi al cambiamento introdotto dalla normativa, motivazione che ha scatenato una fortissima mancanza di fiducia da parte dei consumatori ad affidargli i propri dati sensibili.

Secondo lo studio infatti solo l'8% dei consumatori affiderebbe i propri dati sensibili alle imprese per tenerli al sicuro. Ma ciò che ancor più preoccupa i consumatori secondo la ricerca è la condivisione dei dati tra imprese, infatti più del 60% degli utenti crede che i propri dati vengano condivisi tra società per aumentare la possibilità di successo di determinati prodotti.

La ricerca attesta anche che il 79% dei consumatori smetterebbe di fare affari con una società che condivide i suoi dati e soltanto il 41% ritiene utili i cambiamenti derivanti dal Big Data e dagli Analytics.

Risulta invece opposta la considerazione delle imprese in materia di privacy, infatti il 90% dei dirigenti vede positivamente lo sviluppo della Data Economy, visione giustificata dagli ingenti investimenti che hanno dedicato allo sviluppo dell'Intelligenza artificiale. Lo studio dimostra anche che nonostante più dell'80% delle aziende disponga di una protezione adeguata per i dati operativi e finanziari, sono ancora carenti le misure per la protezione delle informazioni personali dei consumatori, dato che probabilmente giustifica la mancanza di fiducia di questi ultimi nell'affidare i propri dati sensibili alle imprese.

La ricerca definisce, inoltre, che molte imprese non hanno ancora adottato misure appropriate per una gestione ottimale dei dati personali, quali la definizione di norme chiare per l'uso dei dati (il 51%), la riqualificazione degli impiegati per l'analisi dei dati (il 46%), oppure la condivisione dei dati all'interno dell'azienda (il 25%).

**Privacy: i consumatori preferiscono non affidare i propri dati sensibili alle
imprese**

16-11-2018

di *Francesco Fronterotta*

