



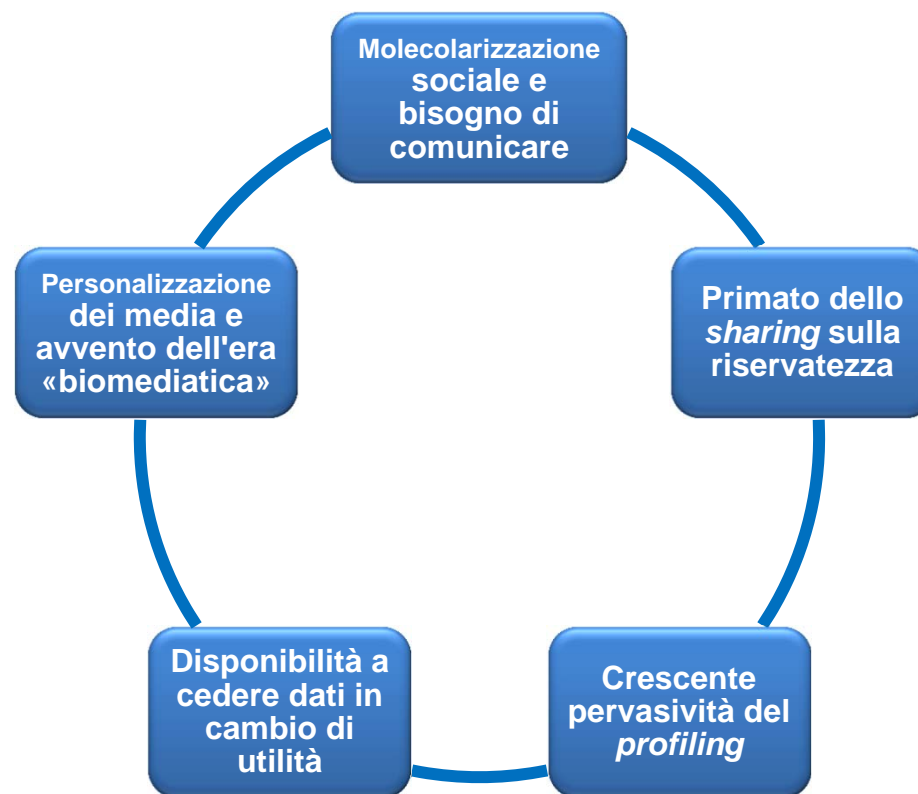
Il valore della privacy nell'epoca della personalizzazione dei media

Giuseppe Roma • Direttore Generale del Censis

Garante per la protezione dei dati personali • Sala delle conferenze
Roma • 7 ottobre 2013

www.censis.it

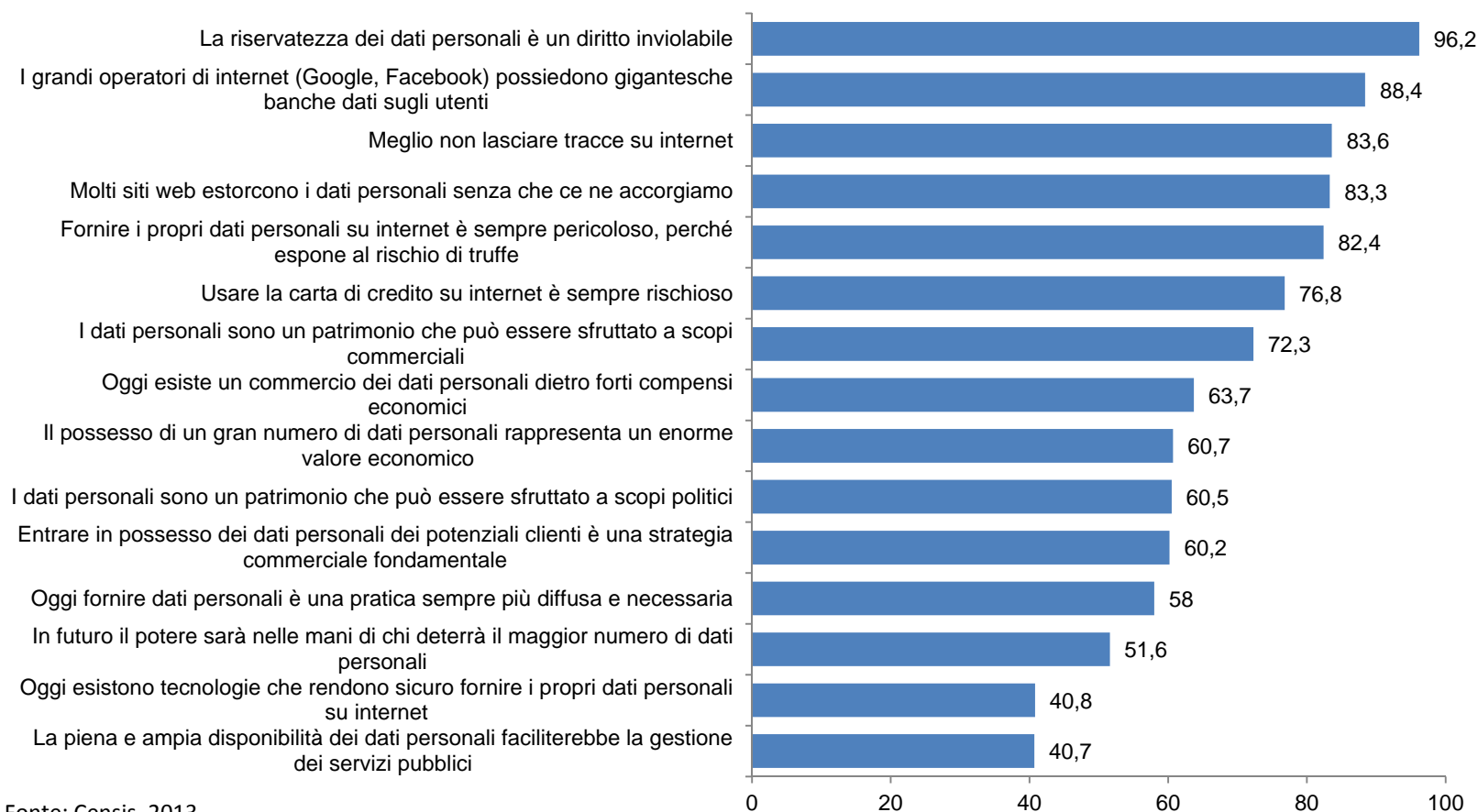
I nuovi fattori di pressione nel rapporto dei cittadini con la privacy nell'«era biomediatca»



Fonte: Censis, 2013

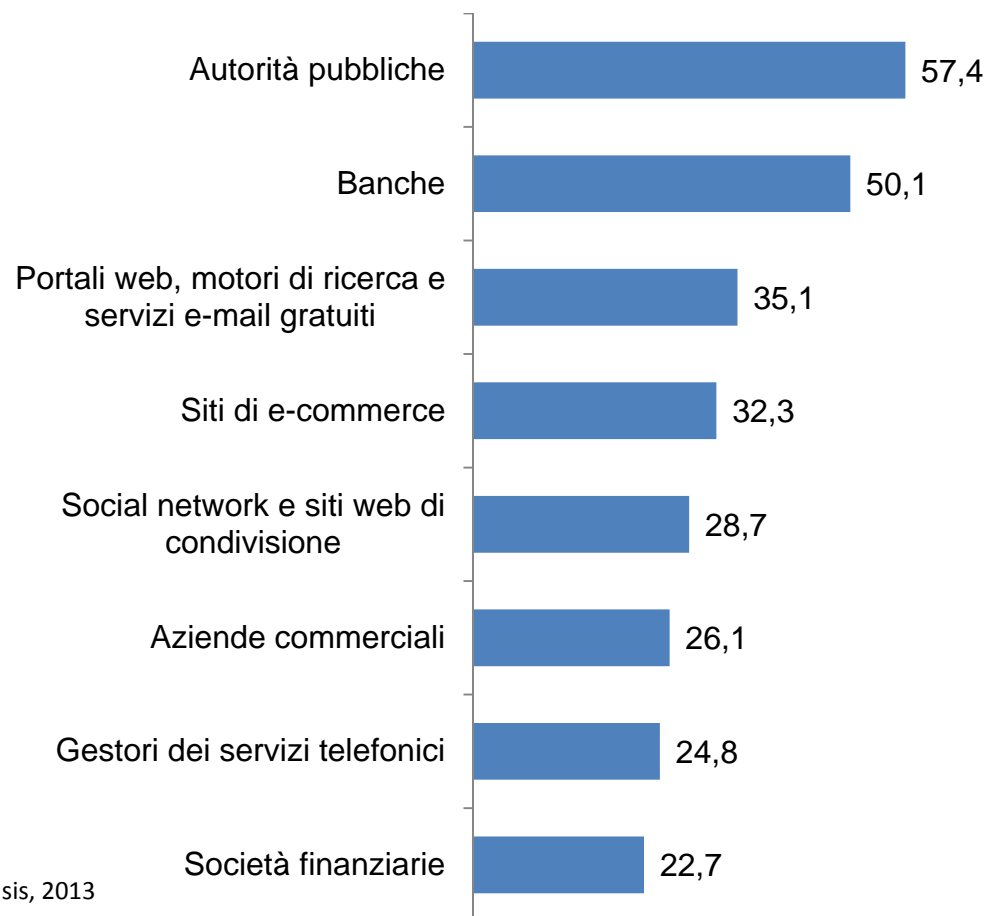
Con la diffusione dei nuovi media digitali cresce la diffidenza

Opinioni degli italiani sulla privacy (val. %)



Fonte: Censis, 2013

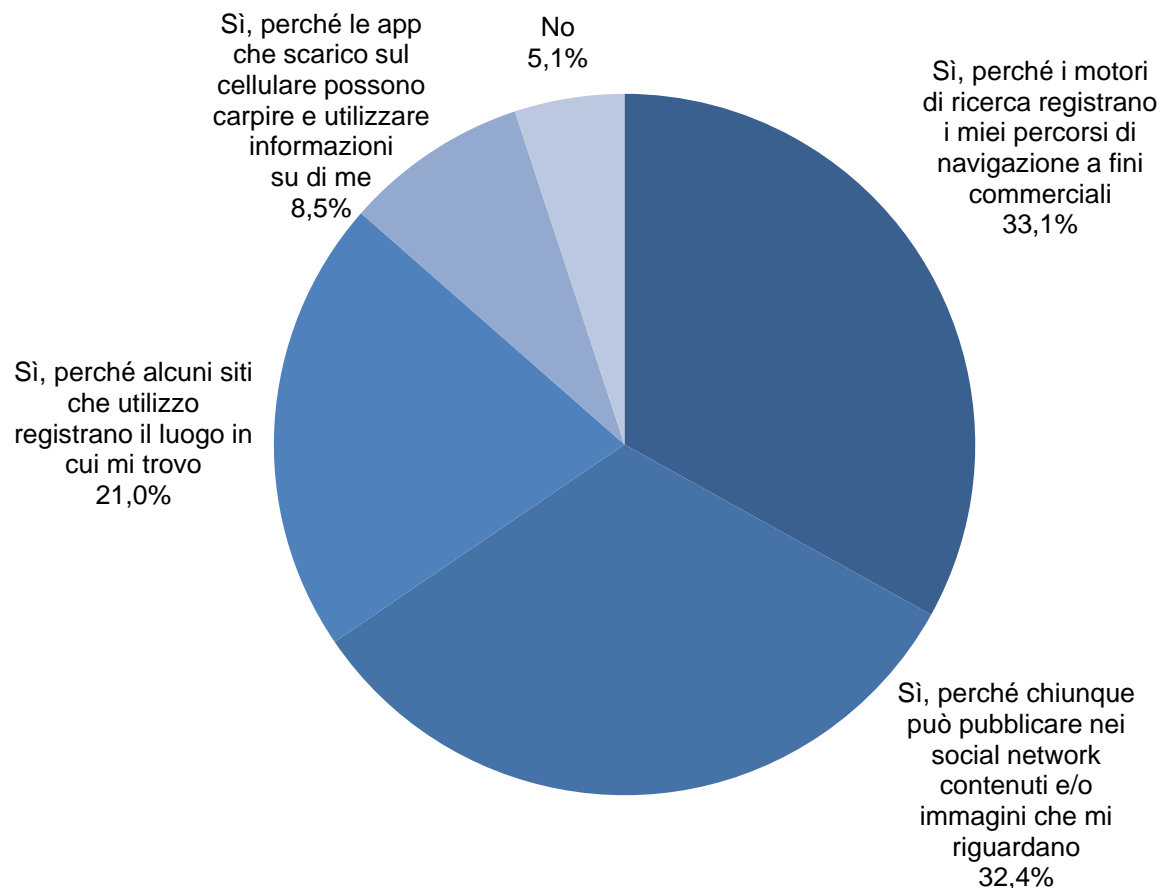
Italiani che dichiarano di fidarsi «molto» o «abbastanza» a fornire dati personali (val. %)



Fonte: Censis, 2013

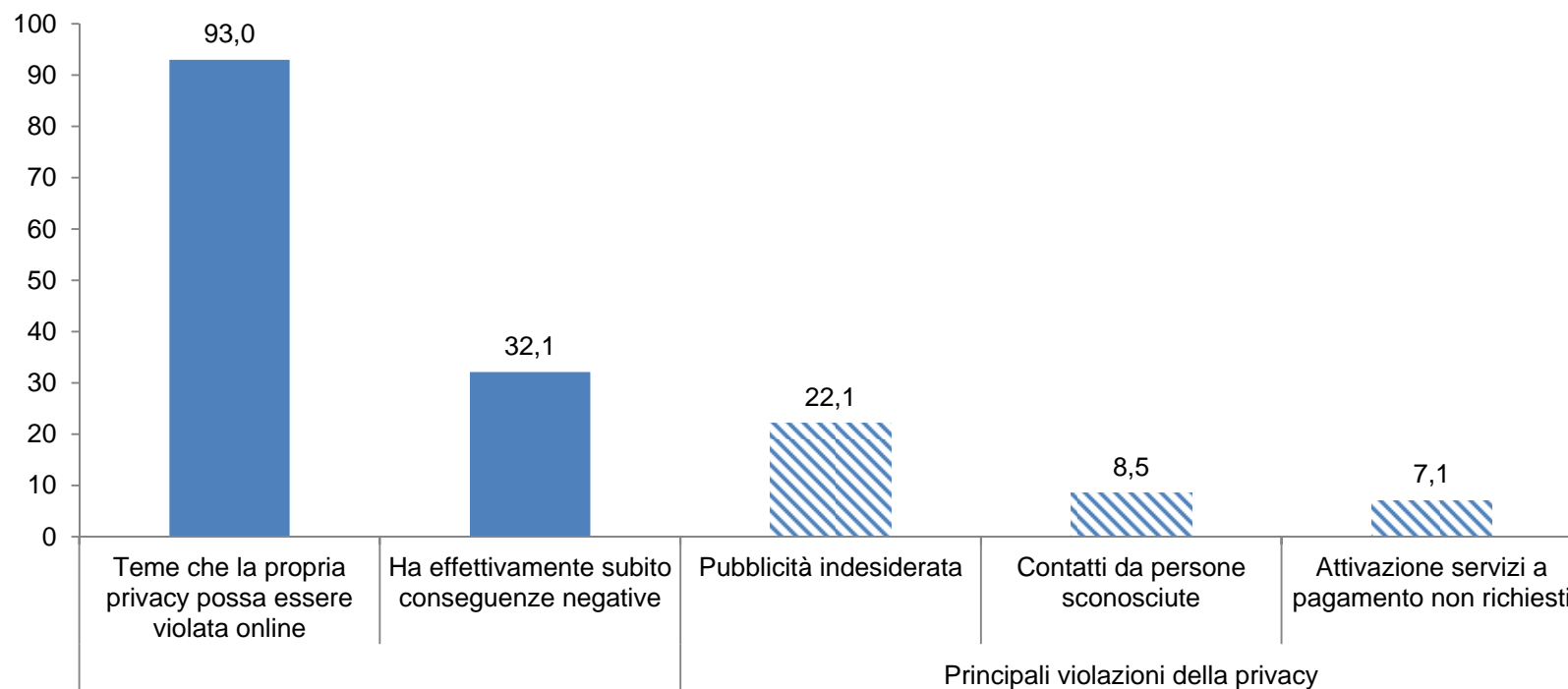
Timori reali e percepiti

Secondo lei esiste il rischio che la sua privacy possa essere violata su Internet? (val. %)



Fonte: Censis, 2013

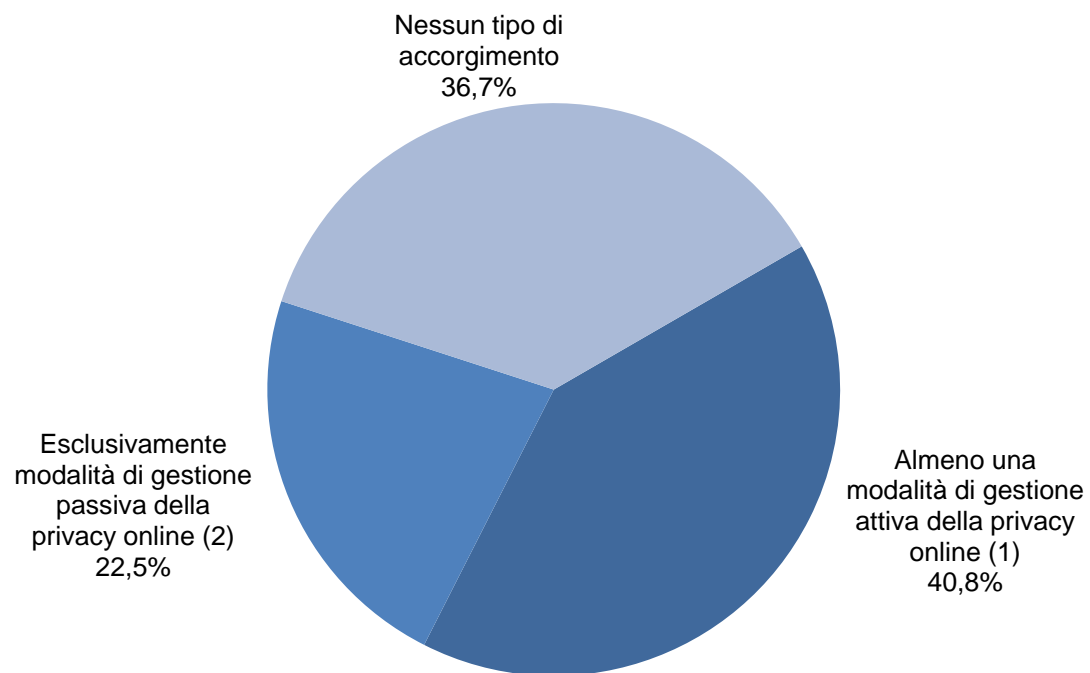
Utenti di internet che hanno effettivamente subito una violazione della privacy online (val. %)



Fonte: Censis, 2013

Tanta diffidenza, poca consapevolezza

Accorgimenti adottati dagli utenti di Internet per evitare violazioni della privacy (val. %)

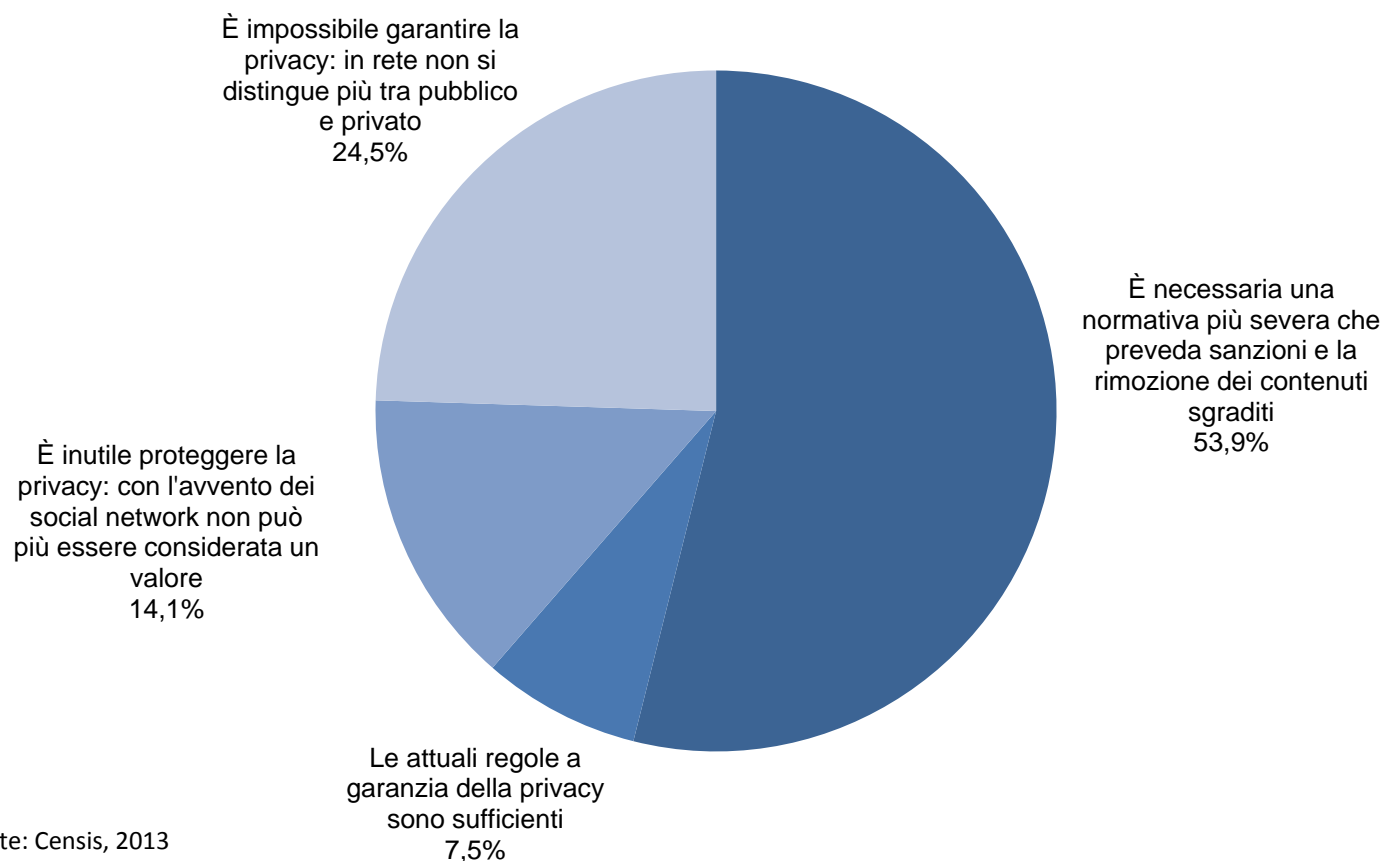


(1) Include: navigazione in modalità anonima, limiti all'installazione di cookies, modifica alle impostazioni sulla privacy dei social network ed eventuali segnalazioni alla polizia o al Garante della privacy

(2) Include: non tornare su siti web sospetti, non scaricare app sullo smartphone o sul tablet, cancellare il proprio nominativo da mailing list sgradite (unsubscribe)

Fonte: Censis, 2013

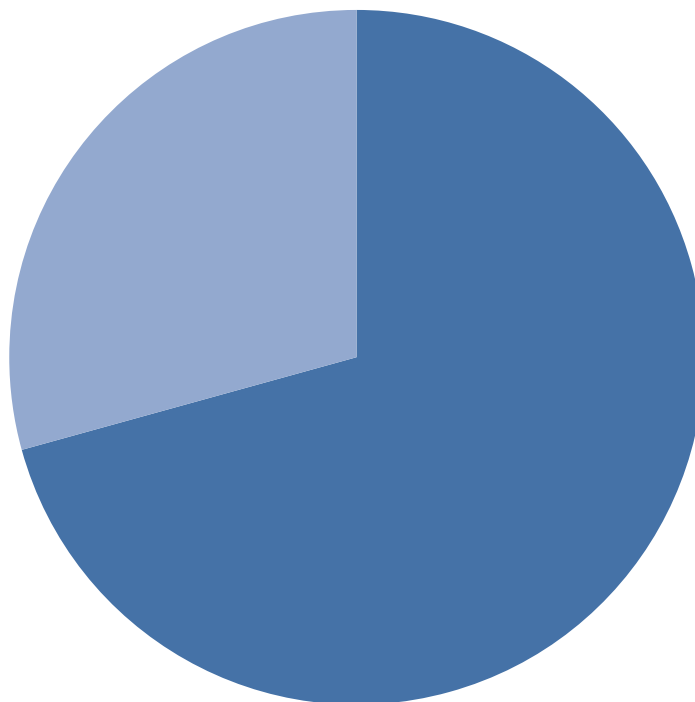
La domanda di una riforma della normativa in materia di protezione della privacy (val. %)



Fonte: Censis, 2013

L'ampio consenso per il «diritto all'oblio» in Internet (val. %)

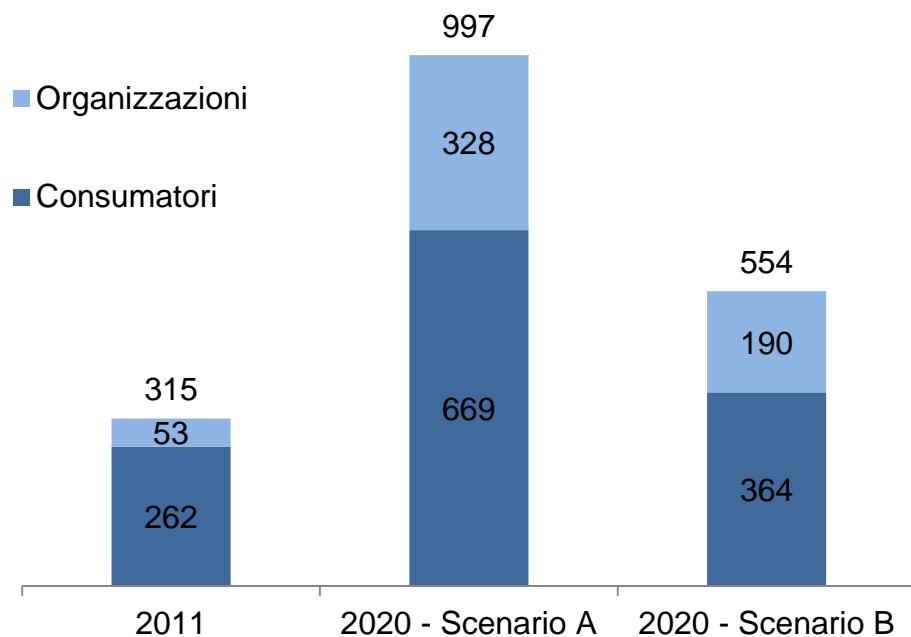
Non si può cancellare la storia, è giusto conoscere anche le informazioni personali sgradite di ognuno e conservarle per sempre nella memoria collettiva di Internet
29,3%



Ognuno ha il diritto di essere dimenticato, le informazioni personali sul nostro passato potenzialmente negative o imbarazzanti dovrebbero poter essere cancellate da Internet
70,7%

Fonte: Censis, 2013

Il valore dell'identità digitale in prospettiva al 2020 (miliardi di euro)



Stima per l'Italia della disponibilità di spesa per difendere la propria privacy online, rapportata agli utenti di Internet:

- 19,20 euro pro-capite/anno
- complessivamente 590 milioni di euro

Fonte: elaborazione Censis su dati Boston Consulting Group, 2012