

## Comunicato stampa

27 gennaio 2017

### **Dati personali: il 28% degli italiani è disposto a condividerli in cambio di vantaggi e servizi**

**Norimberga, 27 gennaio 2017 – Sareste disposti a condividere i vostri dati personali in cambio di un vantaggio immediato? È quello che ha chiesto GfK ad un campione internazionale di oltre 22.000 persone. Ne è emerso che la percentuale di persone disposte a comunicare i propri dati in cambio di qualcosa è superiore a quella delle persone totalmente contrarie. In Italia quasi una persona su tre si dichiara favorevole. A livello internazionale, i trentenni e i cittadini di Cina, Messico e Russia sono i più aperti rispetto a questa possibilità.**

**Press contact:**

Chiara Gallina  
Marketing & Communication  
T +39 02 8705 3340  
M +39 349 8864722  
[chiara.gallina@gfk.com](mailto:chiara.gallina@gfk.com)

La protezione della privacy al tempo di Internet è una questione tra le più discusse, al giorno d'oggi. Nonostante questo, un numero crescente di persone sembra essere disposto a condividere i propri dati personali con brand e retailer, purché venga offerto in cambio di qualcosa: servizi, promozioni, ma anche un'esperienza di acquisto più rapida e personalizzata.

Secondo un'indagine internazionale di GfK - che ha coinvolto oltre 22.000 persone di 17 paesi - circa un quarto degli intervistati (27%) si è dichiarato d'accordo con la possibilità di condividere i propri dati personali in cambio di servizi e vantaggi. Per contro, il 19% delle persone ha dichiarato di essere totalmente in disaccordo con questa idea.

Le risposte degli italiani si collocano leggermente al di sopra della media internazionale: il 28% degli intervistati ha infatti dichiarato di essere disposto a comunicare i propri dati in cambio di benefici di qualche sorta.

Questa percentuale non varia tra uomini e donne, mentre emerge chiaramente come i più favorevoli alla condivisione dei dati siano i trentenni (32%), seguiti dalle fasce d'età 20-29 anni (31%) e 40-49 anni (30%). I meno favorevoli in assoluto sono gli over 60 con il 24%, mentre a sorpresa i più giovani sono quelli che esprimono maggiori perplessità: nella fascia d'età 15-19 anni ben il 31% degli intervistati si dichiara fortemente in disaccordo.

#### **I risultati dell'indagine a livello internazionale**

Lo studio ha messo in luce alcune differenze tra i Paesi, informazioni che possono essere utili alle aziende per capire come rivolgersi ai potenziali clienti nel momento in cui si richiede la cessione di alcuni dati personali.

La Cina conta la percentuale più alta di persone disposte a condividere i

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Norimberga  
Tel.: +49 911 395 0

Consiglio di amministrazione:  
Dr. Gerhard Hausruckinger  
(Speaker del Management Board)  
Christian Diedrich (CFO)  
Matthias Hartmann  
David Krajcicek  
Alessandra Cama

Presidente del  
Consiglio di vigilanza:  
Ralf Klein-Bölting

Registro delle imprese  
Nürnberg HRB 25014

propri dati personali in cambio di benefici: ben il 38% degli intervistati ha dichiarato di essere sicuramente disposta a farlo. Altri paesi dove la percentuale di persone favorevoli è più alta della media sono il Messico (30%), la Russia (29%) e appunto l'Italia (28%).

I cinque paesi con le percentuali più alte di persone fermamente contrarie alla possibilità di condividere i propri dati sono Germania (40%), Francia (37%), Brasile (34%), Canada (31%) e Paesi Bassi (30%).

## WILLINGNESS TO SHARE PERSONAL DATA IN EXCHANGE FOR BENEFITS OR REWARDS



Country results



Source: GfK survey among 22,000 Internet users (ages 15+) in 17 countries - top 2 boxes (agreement) / bottom 2 boxes (disagreement) out of 7-point scale - rounded

© GfK 2017

### Ventenni e trentenni i più disposti a condividere i propri dati

L'età dell'intervistato sembra influenzare la facilità con cui si accetta di condividere i dati personali. Ventenni e trentenni sono in assoluto i più propensi a comunicare i propri dati: nella fascia 30-39 anni i favorevoli sono il 34%, mentre nella fascia 20-29 anni sono il 33%. A differenza di quanto succede in Italia, a livello internazionale gli adolescenti (15-19 anni) sono abbastanza favorevoli (28%) rispetto a questa opportunità.

Non emergono invece grandi differenze tra uomini e donne su questo tema: entrambi i generi si attestano al 27% di persone favorevoli. Tra le donne è però più alta la percentuale di chi si dichiara fortemente in disaccordo con la possibilità di condividere i propri dati in cambio di un vantaggio (21%, contro il 18% degli uomini).

**Per conoscere i risultati dello studio per tutti i 17 paesi visitare il sito: [www.gfk.com/global-studies/global-study-overview/](http://www.gfk.com/global-studies/global-study-overview/)**

### A proposito dell'indagine

GfK ha condotto un'indagine online in 17 Paesi, coinvolgendo oltre 22.000 consumatori dai 15 anni in su. La rilevazione è stata effettuata nell'estate 2016. I dati sono stati ponderati in modo da riflettere la composizione demografica della popolazione di età superiore a 15 anni presente in ciascun mercato. I paesi coinvolti nella ricerca sono: Argentina, Australia, Belgio, Brasile, Canada, Cina, Francia, Germania, Italia, Giappone, Messico, Paesi Bassi, Russia, Corea del Sud, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti.



### **A proposito di GfK**

GfK rappresenta una fonte attendibile di informazioni sui mercati e sui consumatori, a supporto del processo decisionale dei clienti. Oltre 13.000 esperti di mercato combinano passione personale con la pluriennale esperienza metodologica di GfK nel trattamento delle informazioni. In questo modo, GfK è in grado di fornire informazioni strategiche globali, integrate dalla conoscenza del mercato locale di oltre 100 Paesi del mondo. Attraverso l'uso di tecnologie innovative e metodologie statistiche avanzate, GfK trasforma i "Big Data" in esperienza, permettendo ai Clienti di migliorare il proprio vantaggio competitivo e di arricchire la conoscenza sul processo di acquisto dei consumatori.

Per maggiori informazioni visitate il sito: <http://www.gfk.com/it> o seguite il profilo Twitter di GfK Italia: [https://twitter.com/GfK\\_Italia](https://twitter.com/GfK_Italia)