

UN ITALIANO SU DUE CONSIDERA NON SICURE LE INFORMAZIONI MEMORIZZATE SUI PROPRI DISPOSITIVI DIGITALI

L'INSICUREZZA DIGITALE È MAGGIORMENTE RADICATA AL SUD E TRA COLORO CHE SI AFFIDANO ALLA RETE PER RAGIONI DI LAVORO

È quanto emerge dal “Focus sulle paure digitali” dell'Osservatorio Europeo sulla Sicurezza Demos&Pi - Fondazione Unipolis, presentato nel corso dell'evento online “Data Vision & Data Value” organizzato dal Gruppo Unipol.

Il sondaggio evidenzia inoltre che:

- 1 italiano su 3 non accede mai al web, il 23% è always on
- Il 68% degli utenti ritiene che gli acquisti online siano sicuri
- Il 62% degli intervistati ritiene che Governo e forze dell'ordine controllino una parte delle proprie attività in Rete, ma lo accetta in nome della sicurezza
- Quasi tre persone su quattro pensano che una parte dei dati digitali sia monitorata da imprese pubblicitarie e per il 59% ciò è considerato un rischio per la privacy

Bologna, 24 giugno 2020

Gli italiani temono per la sicurezza delle **informazioni memorizzate sui propri dispositivi digitali**: un intervistato su due (**48%**) le considera non al sicuro, una percezione negativa maggiormente radicata al Sud e tra coloro che si affidano al web per ragioni di lavoro. Il quadro muta radicalmente quando si parla di acquisti online, che invece vengono ritenuti sicuri dal **68%** degli italiani. Interessante anche constatare come, in materia di “controllo sociale”, il percepito cambi molto a seconda della natura del “controllore”: il **62% degli utenti** ritiene che Governo e forze dell'ordine controllino una parte delle proprie attività in Rete, ma lo **accetta in nome della sicurezza**, mentre **quasi tre persone su quattro** pensano che una parte dei dati digitali sia monitorata da imprese pubblicitarie e, per il **59%**, ciò è considerato un **rischio per la privacy**.

È quanto emerge dai risultati del “Focus sulle paure digitali” dell'Osservatorio Europeo sulla Sicurezza Demos&Pi - Fondazione Unipolis, presentati nel corso dell'evento online “Data Vision &

Data Value” organizzato dal **Gruppo Unipol** e al quale hanno partecipato **Carlo Cimbri**, Group CEO Unipol, **Agostino Santoni**, Amministratore Delegato CISCO, **Michael Wade**, Professore di Innovazione e Strategia alla IMD Business School e **Marisa Parmigiani**, Responsabile Sostenibilità Unipol.

Quello della protezione dei dati personali è un diritto molto sentito dagli italiani, nonché un principio fondamentale nelle politiche del Gruppo Unipol che, consapevole di come il valore creato attraverso i dati debba essere generato da un’analisi trasparente ed essere condiviso con i soggetti cui i dati si riferiscono, ha recentemente formalizzato una nuova policy. La **“Politica di protezione e valorizzazione dei dati personali”** del Gruppo Unipol si contraddistingue, in particolare, per affiancare al tema della protezione dei dati quello della loro valorizzazione: l’azienda si impegna ad utilizzare i dati per costruire soluzioni che partano dalla persona e i suoi bisogni e per impattare positivamente sul bene comune. Inoltre, il Gruppo ha deciso di istituire un’apposita **“Data Ethics Task Force”** che ha il compito di comprendere anzitutto l’impatto sugli stakeholder della valorizzazione dei dati personali sottesa a progetti avviati o da avviare, o ad attività di business. Ne consegue un’attenta misurazione delle opportunità e degli impatti in un’ottica di aderenza ai valori aziendali contenuti nella Carta dei Valori e nel Codice Etico così da definire, caso per caso, delle scelte coerenti con la visione aziendale e con i valori del Gruppo.

Protezione dei dati e sorveglianza in Rete

Oltre al sopracitato 48% degli intervistati che considera le informazioni memorizzate sui propri dispositivi **“poco” o “per nulla” al sicuro**, il **“Focus sulle paure digitali”** riporta anche di un **43%** che ritiene **“al sicuro” le informazioni contenute nel proprio computer o nel proprio telefono**, mentre un 2% non ha una opinione chiara a questo proposito.

La percezione cambia molto se si fa riferimento agli acquisti su Internet: il **68% degli utenti**, infatti, si dice convinto che utilizzare la propria carta di credito o il proprio account di home-banking per fare **acquisti in Rete** sia al riparo da brutte sorprese.

In tema di **“controllo sociale”**, il **62% degli intervistati** ritiene che organizzazioni legate al Governo e alle forze dell’ordine controllino almeno una parte delle proprie attività sul web. Si tratta di una forma di sorveglianza perlopiù **tollerata dagli utenti di Internet in nome della sicurezza**, personale e pubblica (Il 49% descrive i controlli da parte delle istituzioni come una garanzia per i cittadini, mentre il 28% denuncia i rischi per la privacy).

Più **“invasiva”** viene ritenuta l’azione di soggetti per interessi personali e commerciali: **quasi tre persone su quattro (74%)** pensano che almeno una parte del **“traffico”** di dati digitali sia monitorata da imprese pubblicitarie, compagnie tecnologiche o aziende di altro tipo. Il 43% pensa che tutti i contenuti veicolati attraverso il proprio dispositivo in Rete, o quantomeno la maggior parte, siano controllati da questi attori. A cambiare radicalmente è la valutazione di tale controllo: **per il 59%** si tratta di un **rischio per la privacy**.

L'insicurezza digitale

La sicurezza digitale è al centro del pensiero degli italiani: **il 44% del campione teme per la sicurezza della sfera digitale**: l'indice tocca i livelli più elevati nelle componenti adulte della popolazione: **superiori al 50% nella fascia compresa tra i 45 e i 64 anni**. In modo coerente con i tassi di utilizzo del web, l'insicurezza digitale riguarda anzitutto le persone di **istruzione medio-alta**. Dal punto di vista della categoria socio-professionale, i livelli più elevati si osservano tra i lavoratori autonomi e gli imprenditori (55%), tra i liberi professionisti (51%) e tra i tecnici, impiegati, dirigenti e funzionari (50%), ossia in quei **settori che si affidano alla Rete (anche) per ragioni di lavoro**. Infine, si osserva un livello più alto nelle **regioni del Mezzogiorno (49%)**, rispetto alle altre aree del Paese.

I due aspetti che preoccupano con maggiore frequenza, su questa dimensione, riguardano "la sicurezza dei dati su Internet" (il 27% degli intervistati) e che "qualcuno possa controllare o impossessarsi delle informazioni su acquisti o operazioni bancarie su Internet" (24%).

La fruizione della Rete

Tenersi in contatto con altre persone attraverso i Social Network o programmi di messaggistica, è questa la principale ragione (**64% degli intervistati**) per cui gli italiani utilizzano la rete. L'altra grande funzione della Rete (**69% del campione**), la quale anch'essa ha giocato un ruolo fondamentale nella fase della pandemia, rimanda alla **dimensione informativa**.

Nel corso degli ultimi anni è cresciuta in modo significativo la componente dei cittadini "in Rete", nonostante ciò, ad oggi, **un terzo della popolazione italiana in età adulta non accede mai al web**: in particolare, le quote più elevate di persone disconnesse si osservano tra le donne (32%), i soggetti con basso livello d'istruzione (76%), i pensionati (52%) e le casalinghe (55%). Il 73% degli intervistati accede, anche in modo saltuario, a Internet e, tra questi, **il 23% è always-on**, dato che tocca il suo massimo tra i liberi professionisti (54%) e gli studenti (49%).

Unipol Gruppo S.p.A.

Unipol è uno dei principali gruppi assicurativi in Europa e leader in Italia nel Ramo Danni (in particolare nei settori Auto e Salute), con una raccolta complessiva pari a circa 14,0 miliardi di euro, di cui 8,2 miliardi nei Rami Danni e 5,8 miliardi nei Rami Vita (dati 2019). Unipol adotta una strategia di offerta integrata e copre l'intera gamma dei prodotti assicurativi e finanziari, operando principalmente attraverso la controllata UnipolSai Assicurazioni S.p.A.. Il Gruppo è attivo inoltre nell'assicurazione auto diretta (Linear Assicurazioni), nell'assicurazione trasporti ed aviazione (Siat), nella tutela della salute (UniSalute), nella previdenza integrativa e presidia il canale della bancassicurazione (Arca Vita, Arca Assicurazioni e Incontra). Gestisce inoltre significative attività diversificate nei settori del recupero crediti (UnipolRec), immobiliare, alberghiero (Gruppo UNA), medico-sanitario e agricolo (Tenute del Cerro). Unipol Gruppo S.p.A. è quotata alla Borsa Italiana.

Unipol Gruppo

Media Relations
Fernando Vacarini
T. +39 051 5077705
pressoffice@unipol.it

Investor Relations
Adriano Donati
T. +39 051 5077933
investor.relations@unipol.it

Barabino & Partners

Massimiliano Parboni T. +39 335 8304078 m.parboni@barabino.it	Giovanni Vantaggi T. +39 328 8317379 g.vantaggi@barabino.it
---	---