

## Privacy online: gli uomini più attenti ai figli, le donne allo stipendio.

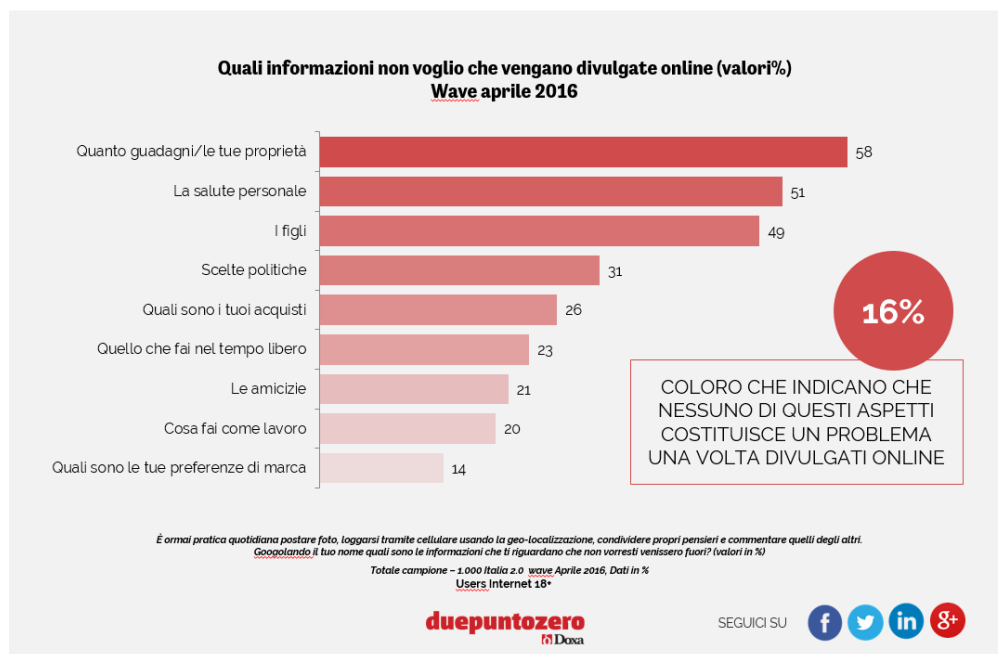
Scrivo questo post dopo aver pagato una bolletta attraverso il mio home banking, scaricato una ricetta medica dal portale salute online della regione Lombardia e inserito i dati di mio figlio all'interno di un form online per iscriverlo al corso di chitarra. Tutte azioni che manderebbero in ansia moltissimi italiani, almeno secondo quanto emerge dai dati di Italia 2.0, la ricerca che dal 2009 conduciamo sulle opinioni e sui comportamenti degli italiani digitali.

### Attenzione a soldi, salute e figli.

Al primo posto tra le informazioni che gli italiani non vogliono vengano divulgate online ci sono infatti informazioni rispetto al proprio patrimonio, inteso sia come il proprio stipendio che come proprietà possedute, il proprio 730 per intenderci. Al secondo posto invece le informazioni che riguardano il proprio stato di salute, cui seguono quelle che riguardano i propri figli.

Viceversa è interessante notare come tutto ciò che riguarda le proprie amicizie, il proprio lavoro, i propri consumi sia percepito come un campo libero da possibili pericoli: si tratta non a caso di aspetti della propria vita che vengono spesso condivisi sui social o – in qualche modo – da essi deducibili.

**Italia 2.0** IN PILLOLE



## Il voto è segreto, solo in Italia!

I dati emersi dalla nostra analisi ci parlano in qualche modo di un sistema di valori e di una cultura specifica dell'Italia e degli italiani. Tuttavia è interessante osservarli in paragone con quelli che

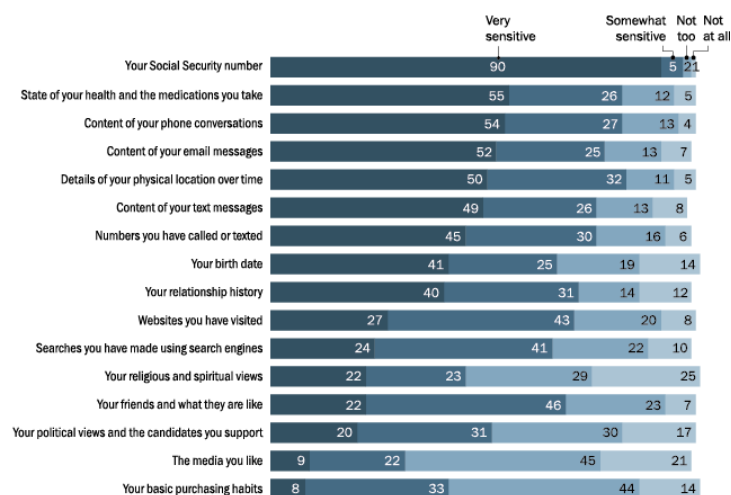
dichiarano gli utenti statunitensi<sup>1</sup>, da cui emergono interessanti analogie e altrettanto interessanti differenze. La salute ad esempio emerge come un bene verso cui anche gli statunitensi sono molto attenti: il 55% si dichiara infatti molto sensibile agli aspetti che riguardano il proprio stato di salute e i farmaci assunti. E anche le proprie abitudini d'acquisto sono percepite come «condivisibili», in modo simile a quanto osservato nel nostro paese.

Emerge invece una differenza sostanziale sotto il profilo culturale: se infatti in Italia le proprie preferenze politiche emergono ai primi posti tra le informazioni che gli user internet vorrebbero tenere come private, negli Stati Uniti accade l'opposto: il proprio orientamento politico e il sostegno nei confronti di un determinato candidato non appaiono infatti come dati sensibili.

Siamo un popolo che continua a percepire l'orientamento politico come un fatto privato, una sfera che di rado entra in quella sociale.

### Social Security numbers, health info and phone conversations among the most sensitive data

% of adults who report varying levels of sensitivity about the following kinds of info



Source: Survey of U.S. adults conducted Jan. 10-27, 2014.

PEW RESEARCH CENTER

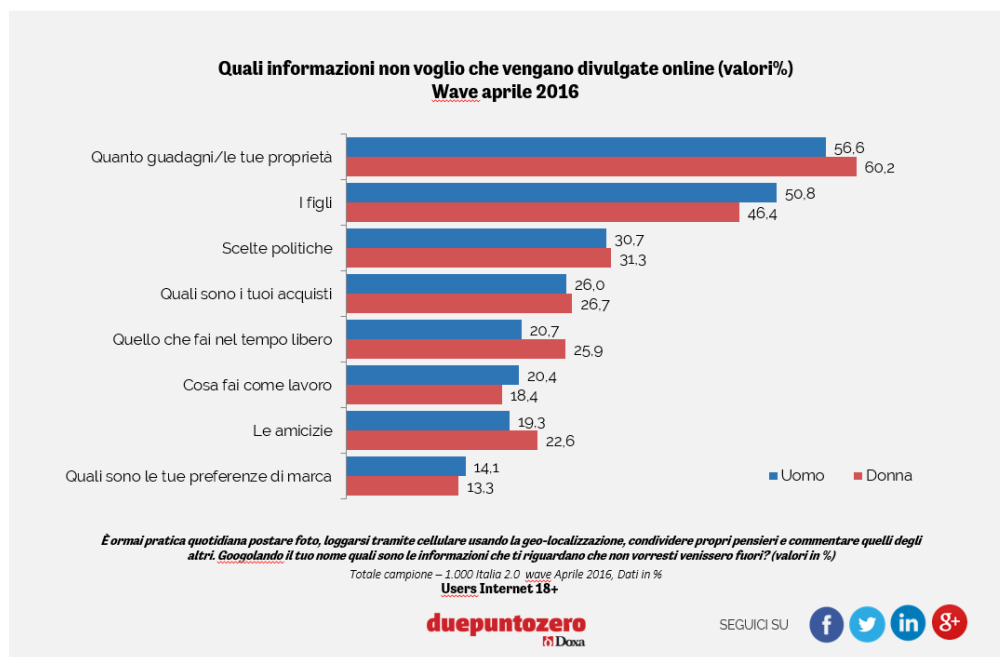
### Donne: tra privacy e indipendenza.

Interessante inoltre osservare le differenze che emergono a livello di genere. E la prima riguarda il tempo libero, un ambito apparentemente privo di criticità eppure verso il quale uomini e donne mostrano atteggiamenti molto distanti: se per gli uomini è un tema piuttosto privo di criticità – solo il 20% non vuole che le informazioni ad esso relative venga divulgato online – per le donne la percentuale sale di 5 punti, indice probabilmente di una maggiore gelosia nei confronti dei propri spazi di indipendenza, tanto faticosamente conquistati in una vita divisa tra lavoro e famiglia.

<sup>1</sup> dal report "The state of privacy in america: what we learned" – gennaio 2016, Pew Research Center | <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/09/21/the-state-of-privacy-in-america/>

Un'altra differenza che trova in parte spiegazione nella volontà di preservare un'autonomia raggiunta con fatica emerge anche dal dato secondo cui le donne sarebbero maggiormente sensibili alla diffusione di informazioni che riguardano il proprio stipendio: se infatti la percentuale di uomini che dichiara di non volere che vengano divulgati dati relativi alle proprie proprietà arriva al 56%, nel caso delle donne arriviamo al 60.

**Italia 2.0** IN PILLOLE



## La privacy, una questione culturale.

I dati che abbiamo osservato ci parlano in modo evidente di come il vissuto della privacy per gli italiani digitali sia fortemente influenzato da aspetti culturali come il vissuto nei confronti della politica o le lotte di genere che le donne hanno portato avanti negli anni. Elementi importanti da considerare per chiunque proponga prodotti e servizi legati all'online, sia che esso costituisca il servizio stesso, pensiamo ai social network, sia che esso sia un semplice canale attraverso cui consumare un servizio, come nel caso dell'home banking, dell'e-commerce o dei servizi al cittadino.

Per saperne di più su Italia 2.0 scrivi a [info@duepuntozeroresearch.it](mailto:info@duepuntozeroresearch.it)