

I consumatori sono attenti alla privacy delle imprese

Pubblicati i risultati di un sondaggio, svolto negli USA, sulla gestione dei dati da parte delle imprese.

Alla fine di febbraio sono stati resi noti i risultati di un sondaggio condotto per conto di Privacy & American Business negli Stati Uniti per appurare come i consumatori valutino la gestione dei dati personali da parte delle imprese.

L'indagine e' stata svolta nel mese di novembre 2001 dalla Harris Interactive, societa' statunitense specializzata nei sondaggi di opinione on-line, su un campione di 1.529 cittadini di età superiore a 18 anni.

In sintesi le interviste ai consumatori hanno mostrato che dopo l'11 settembre le preoccupazioni per la sicurezza non hanno fatto passare in secondo piano l'esigenza di tutela della privacy.

I consumatori, riguardo alla gestione dei dati da parte delle imprese, temono principalmente che la società di cui sono clienti trasmetta i dati ad altre società senza autorizzazione (75%), che la sicurezza dei dati non sia garantita (70%) e che i propri dati siano rubati da qualche pirata informatico (69%).

In particolare, la maggioranza dei consumatori (84%) chiede che divenga obbligatoria una verifica indipendente, ad esempio da parte di organismi terzi, del comportamento delle imprese in materia di gestione dei dati personali.

La garanzia di una "verifica indipendente" si rivela tra i principali fattori in grado di aumentare la fiducia nelle transazioni commerciali.

Secondo quanto riportato nella newsletter del Garante per la privacy italiano, commentando i risultati del sondaggio, ben 9 persone su 10 hanno dichiarato che darebbero la preferenza alle imprese sottoposte ad una verifica indipendente, e addirittura il 58% consiglierebbe agli amici o ai familiari una società che veramente rispettasse le prassi dichiarate quanto alla gestione dei dati personali.

Una corretta gestione dei dati personali da parte delle imprese e' considerata di primaria importanza dai consumatori: l'83% degli intervistati ha infatti dichiarato che interromperebbe ogni rapporto con un'impresa se venisse a conoscenza di comportamenti scorretti riguardanti l'uso dei dati sulla clientela.

Le verifiche del corretto comportamento delle imprese in materia di gestione dei dati personali dovrebbero riguardare l'adeguatezza delle misure di sicurezza (90%), la garanzia che un'impresa non ceda a terzi dati personali in assenza di consenso o di una specifica norma di legge (84%), la possibilità di limitare gli accessi ai dati all'interno dell'impresa (84%), la garanzia che l'impresa si limiti effettivamente a raccogliere i dati personali dichiarati (84%) e rispetti gli impegni assunti nella gestione e nella diffusione delle informazioni (81%).