PuntoSicuro

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 4 - numero 561 di giovedì 23 maggio 2002

Privacy e web

Un sondaggio svolto negli USA svela i timori dei consumatori.

Tra i consumatori cresce la sensibilità nei confronti della privacy, in particolare in merito alla gestione dei dati forniti alle aziende. Lo rivela un sondaggio svolto recentemente negli Usa da Forrester Research.

Delle crescenti esigenze di tutela della privacy manifestate dai consumatori stanno facendo tesoro le aziende nelle quali si persegue una corretta politica della privacy; consapevoli che ciò, contribuendo a creare un rapporto di vera fiducia con il consumatore, dà i suoi frutti anche dal punto di vista dei profitti.
Anche il solo inserimento nel sito di una informativa sul trattamento dei dati scritta con un linguaggio facilmente comprensibile può concorrere ad accrescere la fiducia dell'utente...

Un sintetico quadro dello studio condotto da Forrester Research su 6000 consumatori è stato illustrato nella newsletter del Garante della privacy italiano.
Il 70% dei consumatori esaminati teme che i siti Web non rispettino adeguatamente i loro dati, e il 61% non fornisce informazioni personali per il timore delle possibili conseguenze.
Più dell'80% ritiene che i dati sul reddito, i familiari, l'indirizzo e il telefono del luogo di lavoro non dovrebbero essere comunicati ai siti che fanno commercio elettronico.

D'altra parte, meno del 30% degli intervistati si è dotato di strumenti informatici per cautelarsi da possibili rischi (filtri, firewall), e poco più del 30% legge regolarmente le informative sulla privacy fornite dai siti Web.
Che i navigatori siano poco inclini a leggere le informative non sorprende, spesso infatti sono scritte con un linguaggio "tecnico", incomprensibile alla maggior parte degli utenti.
