

GIORNATA MONDIALE DELLA PROTEZIONE DEI DATI

La sfida della sostenibilità digitale: privacy e sicurezza

È quanto emerge dal nuovo Rapporto della Fondazione per la Sostenibilità Digitale “Privacy e Sicurezza”

*4 italiani su 10 sembrano ignari o indifferenti al tema della privacy
1 italiano su 4 ritiene necessario ripensare la privacy nell'era digitale
Quasi il 70% ritiene che i social network abbiano un potere eccessivo, ma solo il 22%
del totale chiede una regolamentazione più severa*

Roma, 23 gennaio 2025 – L'[Osservatorio](#) della [Fondazione per la Sostenibilità Digitale](#) – la più importante Fondazione italiana riconosciuta per la ricerca sui temi della sostenibilità digitale – in occasione della **Giornata Mondiale della Protezione dei Dati** del 28 gennaio, presenta oggi il “**Rapporto Privacy e Sicurezza**”, che rivela come **la consapevolezza generale sull’importanza della protezione dei dati risulta spesso inferiore alla sua effettiva rilevanza**. Le differenze emergono tra grandi centri urbani e piccoli comuni: nelle città si presta maggiore attenzione alla privacy, mentre nei piccoli centri, a causa di un digital divide culturale e di una minore consapevolezza dei rischi, la questione appare meno sentita.

“La sostenibilità digitale non può prescindere da una gestione responsabile dei dati personali.” ha affermato **Stefano Epifani, Presidente della Fondazione per la Sostenibilità Digitale**. *“Le piattaforme digitali, ormai centrali nelle attività quotidiane, si basano in gran parte sulle informazioni generate dagli utenti. Tuttavia, è cruciale che lo sviluppo di queste tecnologie avvenga in un quadro di **piena tutela della privacy**, garantendo agli individui il controllo sui propri dati e prevenendo utilizzi impropri. In un contesto in cui non esiste più un “reale” ed un “virtuale” ma – al più – un “analogico” ed un “digitale”, ed in un momento in cui una parte sempre più importante della nostra vita è intermediata dalle piattaforme digitali, è fondamentale che i cittadini si rendano conto del valore della privacy, e che le istituzioni si attivino per garantirne la tutela.”* – ha continuato **Epifani**.

I dati della Ricerca

Sviluppo tecnologico, privacy e percezione degli italiani

L’indagine rivela che un italiano su quattro (25%) ritiene indispensabile ripensare la privacy nell’era digitale, mentre il 24% non condivide questa necessità. Nei Grandi Centri, il 30%

della popolazione è convinto dell'importanza di ridefinire il concetto di privacy, contro un 20% che si non lo ritiene necessario. Percentuali praticamente invertite nei Piccoli Centri dove, invece, il 29% degli abitanti non ritiene necessario un cambiamento, mentre il 19% lo considera importante.

Sono gli effetti del digital divide culturale (i dati dell'osservatorio evidenziano come proprio nei piccoli centri questo fenomeno sia particolarmente rilevante): i Grandi Centri, più esposti alle sfide tecnologiche e ai temi legati alla privacy, percepiscono la questione come più urgente, mentre nei Piccoli Centri appare meno rilevante.

I cittadini digitalizzati e sensibili alla sostenibilità mostrano maggiore fiducia nel cambiamento (36% convinti contro 16% scettici), confermando che competenze digitali e sensibilità verso la sostenibilità favoriscono una visione positiva. Chi, invece, non utilizza il digitale ma è attento alla sostenibilità riconosce il potenziale impatto delle tecnologie, pur manifestando maggiore cautela.

Preoccupante è la posizione di coloro che non sono digitalizzati né sostenibili: il 40% degli intervistati, ovvero 4 italiani su 10, appare ignaro o indifferente al problema

Consapevolezza, percezione, e regolamentazione dei Social Network

I social network come Facebook, Google, TikTok e Snapchat sono percepiti da molti italiani come strumenti con un potere eccessivo nel condizionare i comportamenti. Complessivamente, il 52% degli intervistati ritiene che questa influenza sia significativa, il 23% la considera molto elevata, mentre il 25% la giudica irrilevante.

Nei Grandi Centri urbani la preoccupazione è più marcata: il 31% degli intervistati ritiene che i social esercitino un forte potere, rispetto al 15% nei Piccoli Centri, dove il 32% considera l'influenza delle piattaforme poco o per nulla rilevante.

Le opinioni sono simili tra i diversi gruppi analizzati (concordano sull'influenza dei social tra il 52% e il 59%), ma la fascia dei meno digitalizzati e meno sensibili alla sostenibilità, soprattutto nei Piccoli Centri, mostra una consapevolezza molto ridotta: solo il 5% di loro riconosce un elevato potere alle piattaforme. Questo dato evidenzia una vera e propria disconnessione culturale e una limitata esposizione a tali dinamiche.

Per quanto riguarda la regolamentazione, emerge una situazione di incertezza e incoerenza. Il 22% degli italiani richiede interventi governativi più rigidi, percentuale che aumenta al 29% nei Grandi Centri e scende al 16% nei Piccoli Centri. Complessivamente, circa il 50% degli intervistati concorda sulla necessità di una regolamentazione più severa. Tuttavia, nei Piccoli Centri, il 62% ritiene che le regole interne alle piattaforme siano sufficienti, nonostante il 68% degli stessi intervistati avesse precedentemente richiesto norme più rigide.

Nei Grandi Centri prevale una visione più coerente e consapevole: il 50% degli intervistati si oppone alla sola autoregolamentazione delle piattaforme, rispetto al 38% dei Piccoli Centri. Questi dati suggeriscono che nei Piccoli Centri la comprensione delle implicazioni legate alla regolamentazione dei social network è più limitata, mentre nei Grandi Centri si riscontra una maggiore attenzione verso le dinamiche digitali.

Attenzione alla privacy, anche quella degli altri!

Il Rapporto evidenzia che solo il 24% degli italiani presta sempre molta attenzione alla privacy altrui quando pubblica contenuti online, mentre il 50% dichiara di farlo "abbastanza"

e il 26% non se ne preoccupa affatto. Nei Grandi Centri, la percentuale di chi verifica sempre l'impatto sulla privacy degli altri sale al 31%, ma scende al 17% nei Piccoli Centri, dove il 32% non presta alcuna attenzione (contro il 20% nei Grandi Centri).

Le persone digitalizzate e attente alla sostenibilità si dimostrano le più scrupolose: il 40% verifica sempre l'impatto delle proprie azioni, e il 46% lo fa con regolarità. Anche gli utenti non digitalizzati, ma sensibili alla sostenibilità, pur avendo meno competenze digitali, mostrano una discreta attenzione alla privacy altrui quando pubblicano sui social.

La protezione della privacy è percepita come una priorità per il 34% degli intervistati, mentre il 20% non la considera tale. Questa percezione varia significativamente tra Grandi e Piccoli Centri: nei primi, il 45% concorda sull'importanza della privacy e solo il 14% è in disaccordo; nei secondi, invece, appena il 22% considera la privacy una priorità, mentre il 27% la giudica poco importante.

Spostando l'attenzione sul rapporto tra privacy e personalizzazione dei servizi digitali, emerge una certa ambivalenza. Il 45% degli italiani ritiene che la privacy sia "poco o per nulla" sacrificabile rispetto alla personalizzazione, ma nei Piccoli Centri questa percentuale scende al 39%, con il 50% che si rifugia nella risposta intermedia, "abbastanza". Questo dato evidenzia un'incertezza culturale e una difficoltà nel comprendere le implicazioni delle tecnologie di personalizzazione sulla tutela dei dati personali.

Nei Grandi Centri, invece, le opinioni appaiono più definite: il 52% respinge fermamente l'idea che la personalizzazione debba prevalere sulla privacy, segno di una maggiore consapevolezza dei rischi legati alla manipolazione dei dati personali.

In generale, i dati rivelano che, sebbene la privacy sia riconosciuta come una priorità, nei Piccoli Centri questo tema non sembra ancora radicato. Qui, l'attenzione alla protezione dei dati appare percepita come una questione astratta o lontana, a differenza dei Grandi Centri, dove l'importanza della privacy è più consolidata.

Responsabilità dei contenuti pubblicati sui Social Network

Nei Grandi Centri, il 56% degli intervistati ritiene che la responsabilità dei contenuti sui social debba ricadere sugli utenti che li producono, una posizione decisamente più diffusa rispetto ai Piccoli Centri, dove la percentuale scende al 41%. Al contrario, nei Piccoli Centri, il 23% attribuisce allo Stato il compito di controllare i contenuti, contro appena il 10% nei Grandi Centri.

In entrambi i contesti, circa un terzo degli intervistati considera le piattaforme social corresponsabili nella moderazione dei contenuti. Questa differenza di vedute riflette una maggiore fiducia nelle istituzioni nei Piccoli Centri, mentre nei Grandi Centri prevale una visione più decentralizzata, probabilmente legata a una maggiore alfabetizzazione digitale e consapevolezza delle dinamiche online.

####

Metodologia d'indagine: l'indagine 2024 ha coinvolto un campione rappresentativo di cittadini italiani di diverse fasce d'età, livelli di istruzione e posizioni sulla sostenibilità. I risultati evidenziano il ruolo centrale delle tecnologie digitali nella trasformazione della mobilità urbana, ma anche alcune ambivalenze significative. Il rapporto è basato sul DiSI™ City, l'indice nato dalla partnership della Fondazione per la Sostenibilità Digitale con [l'Istituto di Studi Politici "S. Pio V"](#) per misurare quanto il ruolo della tecnologia come strumento di

sostenibilità sia percepito da parte dei cittadini italiani. In particolare, l'Osservatorio, nella rilevazione 2024/25, si è focalizzato sulle differenze di percezione tra chi vive nelle grandi città e nei piccolissimi centri.

L'elenco dei Partner e delle Università che attualmente fanno parte della Fondazione può essere consultato al seguente [link](#)

Per ulteriori informazioni o approfondimenti, visitare il sito: www.sostenibilitadigitale.it

Digital Sustainability Index™ (DiSI):

Digital Sustainability Index™ (DiSI) è un indice che misura il livello di consapevolezza dell'utente nell'uso delle tecnologie digitali quali strumenti di sostenibilità. Serve cioè per misurare le correlazioni tra tre elementi dell'individuo: il livello di digitalizzazione, inteso come rapporto tra la propria competenza percepita e quella desumibile da fattori oggettivi; il livello di sostenibilità, inteso come il rapporto tra consapevolezza sul tema nelle sue dimensioni ambientale, economica e sociale ed i conseguenti atteggiamenti e comportamenti; il livello di sostenibilità digitale, inteso come la propensione dell'individuo ad utilizzare consapevolmente le tecnologie digitali come strumenti a supporto della sostenibilità.

Nella costruzione dell'indice si sono considerati quattro profili di popolazione caratterizzati da specifiche attitudini verso il digitale e verso la sostenibilità, che danno luogo a quattro quadranti:

Sostenibili digitali: ossia coloro i quali hanno atteggiamento e comportamenti orientati alla sostenibilità ed usano gli strumenti digitali;

Sostenibili analogici: ossia coloro i quali hanno atteggiamento e comportamenti orientati alla sostenibilità ma non usano gli strumenti digitali;

Insostenibili digitali: ossia coloro i quali hanno atteggiamento e comportamenti non orientati alla sostenibilità, ma usano strumento digitali;

Insostenibili analogici: ossia coloro i quali hanno atteggiamento e comportamenti non orientati alla sostenibilità, né usano strumento digitali.

Digital Sustainability Index™ (DiSI) è un marchio registrato della Fondazione per la Sostenibilità Digitale.

Informazioni su Fondazione per la Sostenibilità Digitale:

La [Fondazione per la Sostenibilità Digitale](#) è la prima Fondazione di Ricerca in Italia che analizza le correlazioni tra trasformazione digitale e sostenibilità con l'obiettivo di supportare istituzioni e imprese nella costruzione di un futuro migliore. La sua mission è quella di studiare le dinamiche indotte dalla trasformazione digitale, con particolare riferimento agli impatti sulla sostenibilità ambientale, culturale, sociale ed economica. In quest'ottica la Fondazione sviluppa attività di ricerca, fornisce letture ed interpretazioni della trasformazione digitale, offre indicazioni operative per gli attori coinvolti, intercetta i trend del cambiamento e ne analizza gli impatti rispetto allo sviluppo sostenibile. La Fondazione agisce attraverso una struttura costituita da esperti indipendenti, istituzioni, imprese e università.

Ai soci e partner della Fondazione si affianca la Rete delle Università che costituisce il sistema di competenze al quale fa riferimento la Fondazione per lo sviluppo dei suoi progetti e che rappresenta un esempio virtuoso di collaborazione tra istituzioni ed aziende nello sviluppo di progetti e di attività dedicati alla sostenibilità digitale. Tra le Università che fanno parte della Rete, **l'Università Sapienza di Roma, l'Università di Pavia, l'Università Ca' Foscari di Venezia, l'Università degli Studi di Cagliari, l'Università degli Studi di Palermo, l'Università degli Studi di Firenze, l'Università degli Studi di Trieste, l'Università di Perugia, L'Università per Stranieri di Perugia, l'Università di Siena, l'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, l'Università degli Studi di Torino, l'Istituto di Studi Politici "S. Pio V", l'Università degli Studi di Sassari.**

Contatti per la stampa:

Prima Pagina Comunicazione

Laura Castellazzi

laura@primapagina.it
Cell: 351 8739212