

PRIVACY



ONLINE 2022

ReputationUp



PRIVACY ONLINE: ESPOSIZIONE MEDIATICA E REPUTAZIONE

Il team di **ReputationUP**, azienda con oltre **20 anni di esperienza nella gestione della reputazione online**, desidera fornire agli utenti uno strumento per saperne di più sulla **protezione dei dati online**. Così abbiamo raccolto tutte le informazioni utili per approfondire la vostra conoscenza su questo tema e condividerle.

L'insieme dei dati gestiti online costituisce, di fatto, una seconda vita. Ma quello che molti utenti non sanno è che questa seconda vita diventa pubblica, una volta in rete.

L' **ignoranza** è il primo passo verso la vulnerabilità dei dati personali: infatti, solo il 33%

degli utenti **conosce le politiche sulla privacy** del proprio paese. E la violazione dei dati è un tema prioritario, dato che il **74%** degli utenti statunitensi **teme per la tutela della propria privacy online**.

La digitalizzazione ha concentrato tutte le aree in un unico spazio: il web. L'**esposizione mediatica**, a titolo personale o per conto di **terzi**; la **violazione dei dati**; il **furto di credenziali** o il **ricatto** da ransomware o da sextortion, stanno influenzando la vita privata degli utenti, i profitti delle aziende e la reputazione online personale e aziendale.

Gli esempi di cui sopra giustificano il fatto che l'86%

degli utenti **stia valutando di cancellare ogni traccia da Internet**.

Privacy e reputazione online sono due concetti del tutto interconnessi. Le informazioni errate, obsolete o negative di un marchio hanno un **impatto immediato sulla sua reputazione**. E riparare il danno subito è un processo lungo, doloroso e crudele.

Se hai bisogno di aiuto per interpretare questi dati, chiamaci. Troverai il nostro contatto alla fine di questo report.

Andrea Baggio
CEO EMEA
ReputationUP



FONTI UTILI PER LA REALIZZAZIONE

DEL REPORT SULLA PRIVACY ONLINE 2022



STATISTA



GOOGLE



SURFSHARK



VERIZON



IBM



PEW RESEARCH CENTER



HOOTSUITE



UNCTAD



FEDERAL TRADE COMMISSION



TERMLY



THALES



INVESP



SKILLCAST

STATO DELLE NORMATIVE SULLA PRIVACY E PROTEZIONE DEI DATI ONLINE

137 su 194

È il numero di paesi
che dispongono di
una normativa sulla
protezione dei dati e
sulla privacy

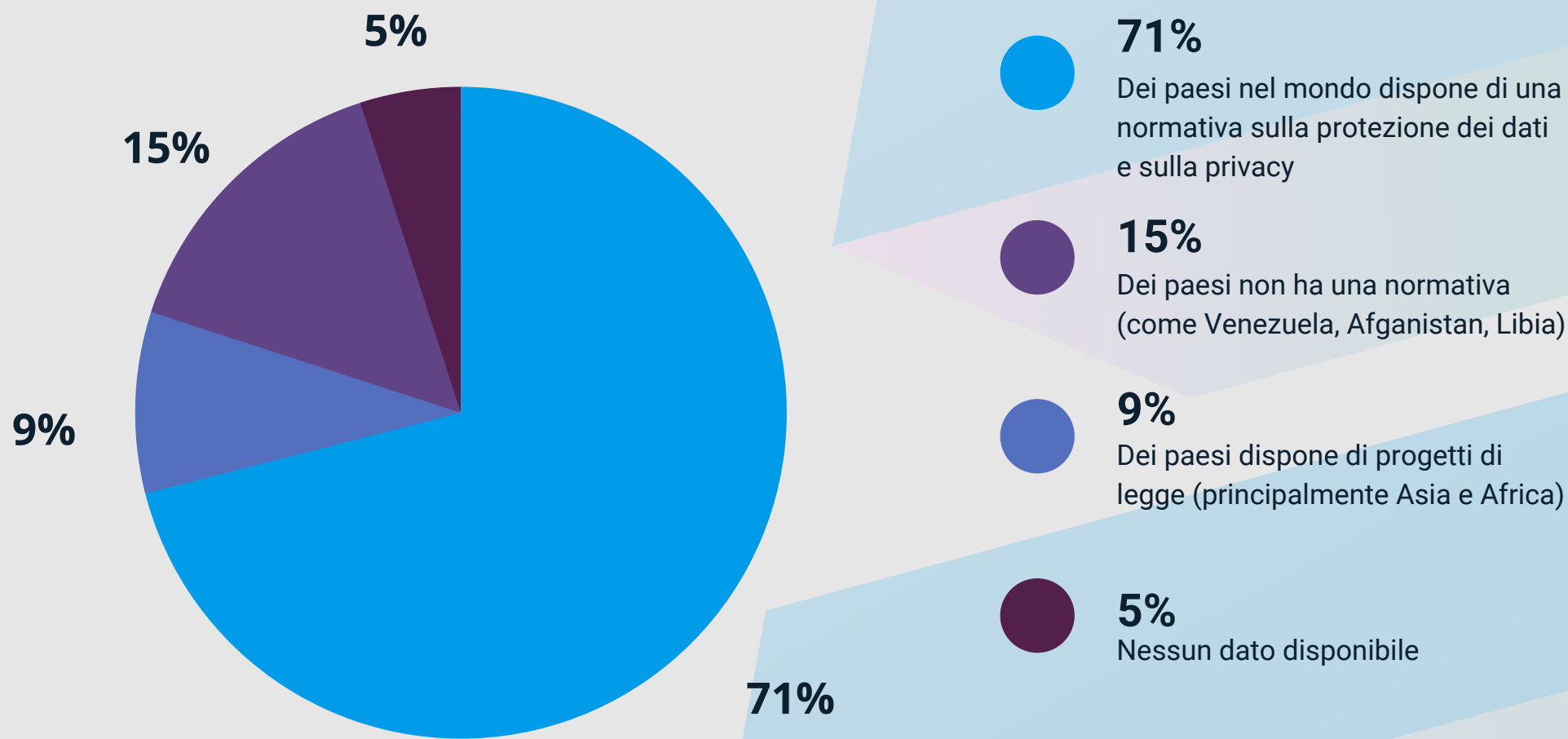


La protezione dei dati è
un diritto fondamentale



Il Patto Internazionale sui
Diritti Civili e Politici (ICCPR) è
il principale dispositivo
giuridico per la tutela della
privacy a livello mondiale

NORME SULLA PROTEZIONE DEI DATI ONLINE NEL MONDO



NORMATIVA SULLA PROTEZIONE DEI DATI ONLINE NEGLI USA

Attualmente, gli Stati Uniti non hanno una legge federale sulla protezione dei dati

La Commissione Europea e gli Stati Uniti hanno annunciato di aver concordato un nuovo Quadro Regolatorio Transatlantico per la Protezione dei Dati (TADPF)

48%

Dei cittadini americani ritiene di non avere alcun controllo sulla privacy e sulla sicurezza online relativamente ai termini di ricerca utilizzati

Afferma di conoscere la normativa vigente che regola la privacy online negli Stati Uniti

3%

**I tre quadri giuridici
più critici per la
protezione dei dati che
influenzano le aziende
tecnologiche globali in
Cina**

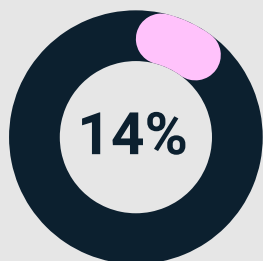
Legge sulla Sicurezza
Informatica (CSL)

Legge sulla
Sicurezza dei Dati
(DSL)

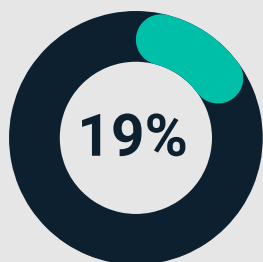
Legge sulla Protezione delle
Informazioni Personali (PIPL)

LEGGI SULLA PROTEZIONE DEI DATI ONLINE IN CINA

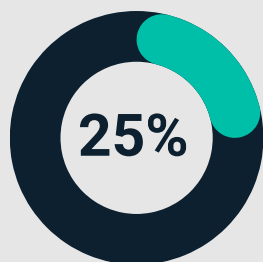
FIDUCIA NEI GOVERNI



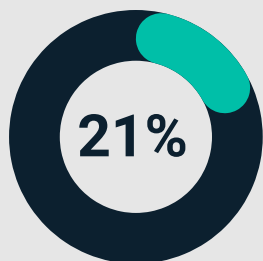
Dei cittadini di tutto il mondo hanno fiducia nei governi in riferimento alla protezione delle loro informazioni personali



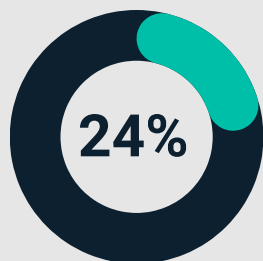
UK



Brasile



Messico



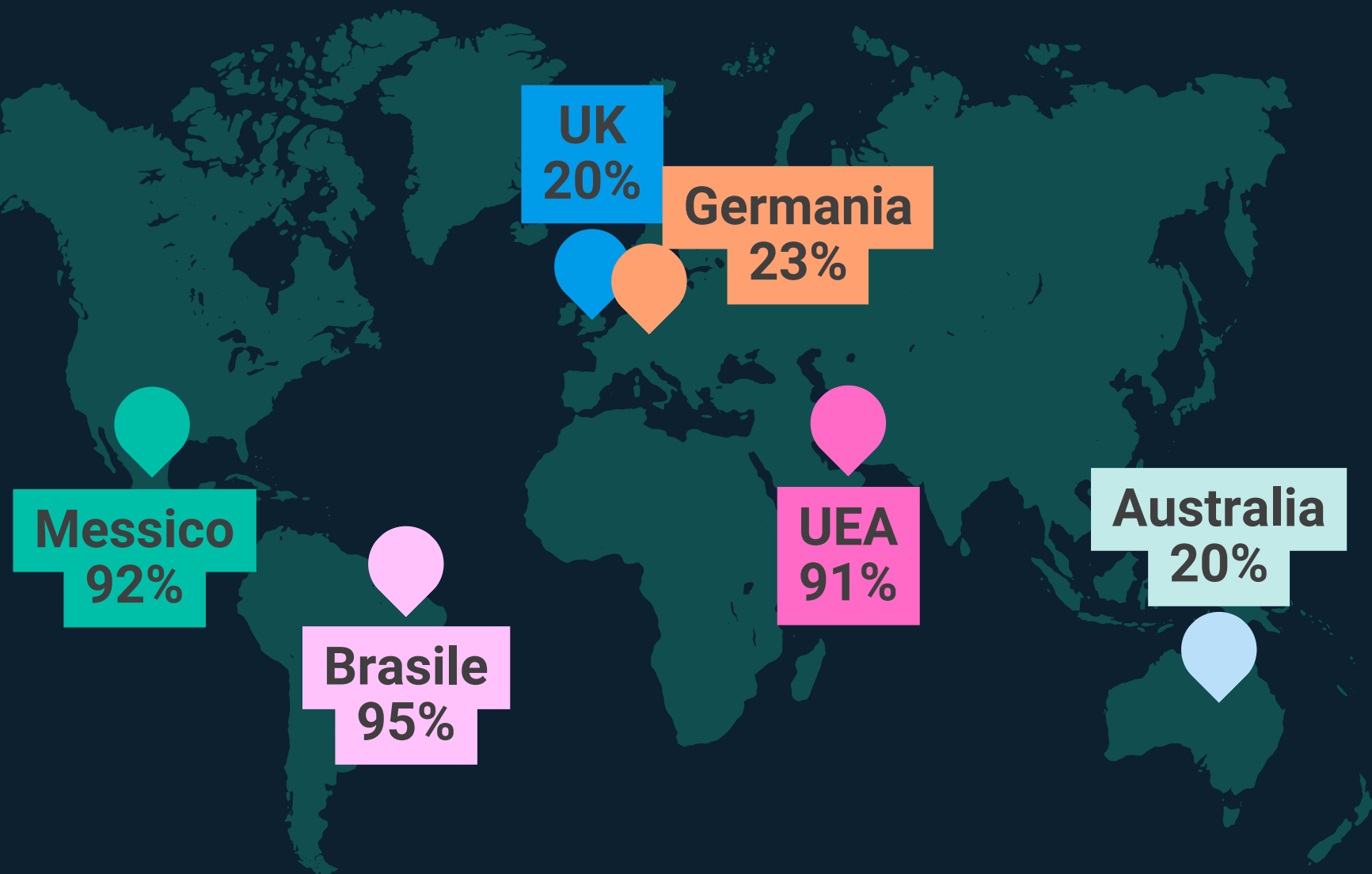
USA

E la consapevolezza degli utenti in materia di GDPR è cresciuta in modo significativo nei mercati europei dal 2018

Nel Regno Unito, è passata dal 32% nel 2018 al 73% nel 2022

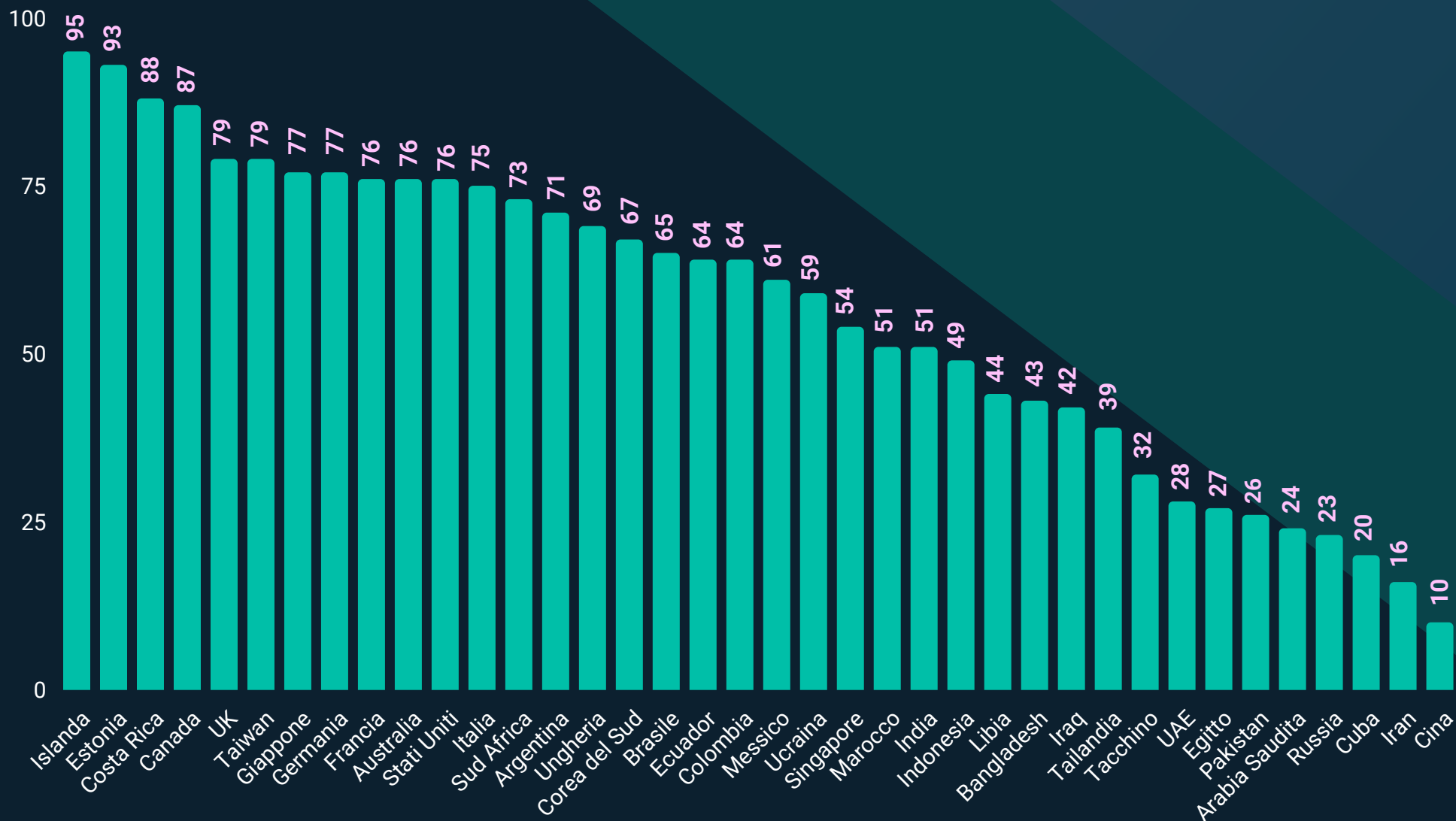
DATI
2022

PAESI CHE HANNO PIÙ O MENO FIDUCIA NELLA TUTELA DELLA PRIVACY



GRADO DI LIBERTÀ IN INTERNET

SECONDO IL FREEDOM HOUSE INDEX 2022



CONSAPEVOLEZZA DEI CONSUMATORI RISPETTO ALLA CONDIVISIONE DEI DATI PERSONALI

Concorda sul fatto che la privacy
è importante quando si naviga
online

99%

Non è a conoscenza della normativa sulla
privacy che disciplina la raccolta e il
trattamento dei propri dati personali

55%

Ha fiducia nella sicurezza dei
propri dati online

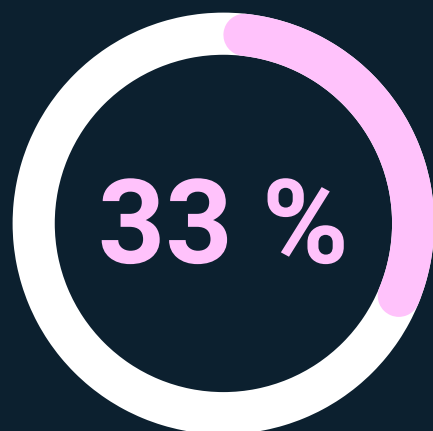
50%

Concorda di essere più vigile che
mai rispetto ai dati personali e alla
privacy online

67%

DATI PERSONALI E CONSENSO DELL'UTENTE

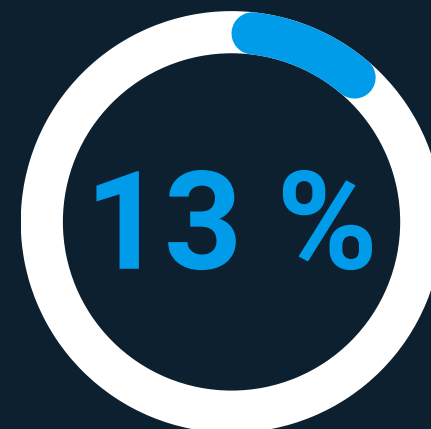
Percentuale di utenti Internet statunitensi che conoscono le leggi sulla privacy e sulla protezione dei dati nel loro paese



Percentuale di utenti Internet negli Stati Uniti che ritengono che la privacy online sia un mito



Percentuale di utenti Internet statunitensi disposti a comunicare i dati di contatto online per evitare di pagare per ottenere contenuti



COME REAGISCONO I CONSUMATORI ALLO SCAMBIO DI DATI

49%

Dei consumatori nel mondo si sentono piuttosto a loro agio relativamente allo scambio di dati con le imprese

Questo sentimento è passato dal 41% del 2018 al 49% del 2022

+19,5%

53%

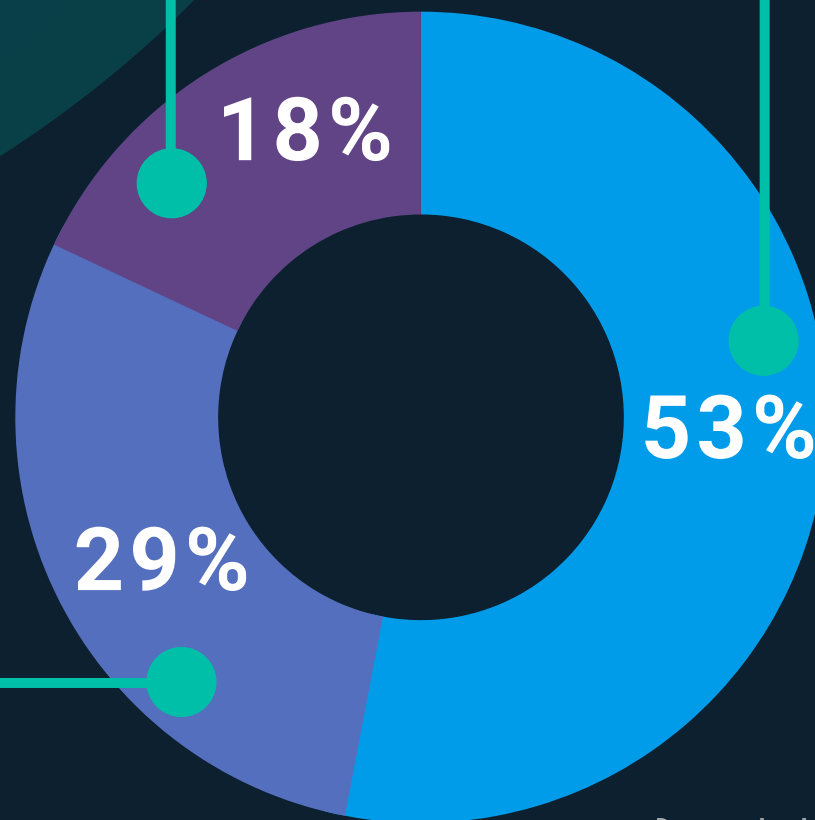
Concordano sul fatto che lo scambio di informazioni personali è essenziale per il buon funzionamento della società moderna

COME I CONSUMATORI GESTISCONO I DATI

Data Fundamentalist:
persone che non sono disposte a condividere informazioni personali

Data Pragmatists:
persone che sono felici di scambiare dati con le aziende a condizione che ci sia un chiaro vantaggio nel farlo

Data Unconcerned:
persone che sono poco o per nulla preoccupati per la protezione dei loro dati



LA PREOCCUPAZIONE DELL'UTENTE

Percentuale di utenti Internet negli Stati Uniti, più preoccupati che mai per la loro privacy online

74%

Percentuale di utenti Internet in tutto il mondo che cambiano regolarmente le password

33%

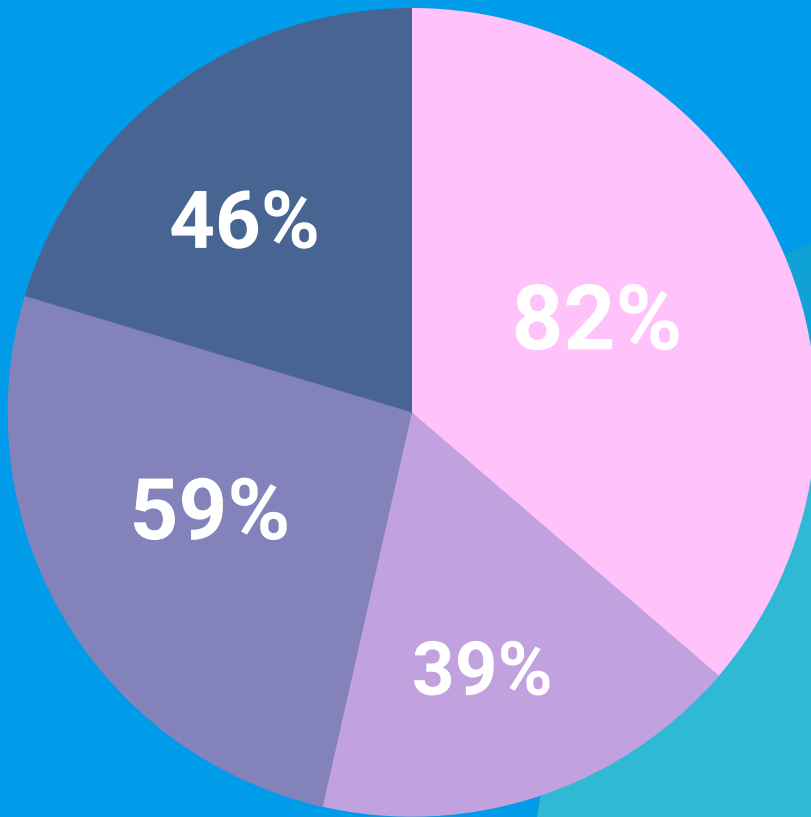
Il problema più preoccupante della privacy dei dati per gli utenti di Internet mobile negli Stati Uniti

FURTO DI
IDENTITÀ E
FRODE

23%

Percentuale di consumatori statunitensi che si fidano delle pubblicità sui social media

TRATTAMENTO DATI PERSONALI DALLE AZIENDE



82%
Vorrebbero avere un maggior controllo sulle informazioni personali che forniscono alle aziende


59%
Quasi 6 su 10 concordano sul fatto che comunicare i dati personali può aiutare le imprese e far sì che possano soddisfare al meglio le esigenze di un'utenza diversificata

39%
Valuta la fiducia tra i 3 fattori principali per la condivisione dei dati con un'impresa

46%
Dei consumatori afferma che la condivisione di informazioni personali contribuisce a dare alle aziende più piccole un vantaggio competitivo rispetto a quelle più grandi

ACCORDO SULLO SCAMBIO DI DATI B2B PER PAESE

39%

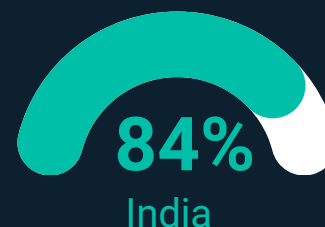


Dei consumatori è favorevole alla condivisione delle loro informazioni personali tra aziende per offrire servizi e prodotti più personalizzati

82%



Dei consumatori di tutto il mondo è pronto a partecipare allo scambio dei dati entro il 2022



Alcuni paesi dichiarano di essere estremamente favorevoli



B2B DATA SHARING

53%

Dei consumatori considera oggi le proprie informazioni personali come una vera e propria risorsa per negoziare prezzi e offerte migliori con le aziende



45%

Dei consumatori afferma di non avere alcun controllo né garanzia che i marchi utilizzino i loro dati per i fini a cui hanno acconsentito



77%

Dei consumatori nel mondo afferma che la trasparenza sulla raccolta ed il trattamento dei dati è importante quando si condividono informazioni personali



DATI
2022

I SETTORI PIÙ SICURI IN MATERIA DI PRIVACY



42%
Finanza



37%
Sanità



32%
Tecnologie

DATI
2022

SETTORI MENO SICURI IN MATERIA DI PRIVACY



18%
Social
Media

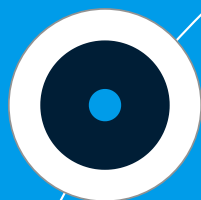


14%
Governi



12%
Media e
Intrattenimento

COME REAGISCONO I MERCATI ALLO SCAMBIO DI DATI



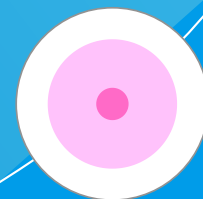
+5,9%

È l'aumento che le aziende si aspettano di vedere nel budget per la protezione dei dati



46%

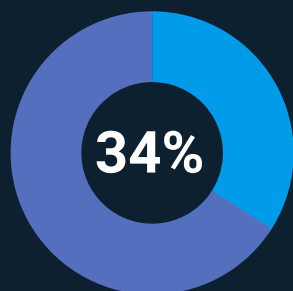
Il consenso al trattamento dei dati è cresciuto dal 40% del 2018 al 46% del 2022



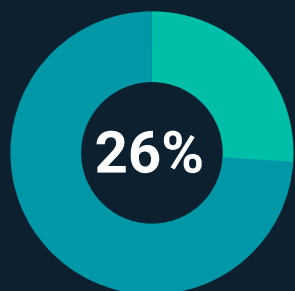
8/10

Dichiarano di essere soddisfatti della quantità di informazioni personali comunicati alle società

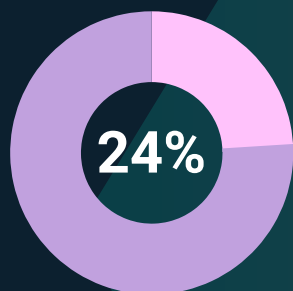
PERCENTUALE DI UTENTI A FAVORE DELLA CONDIVISIONE DI DATI IN BASE AL SITO WEB



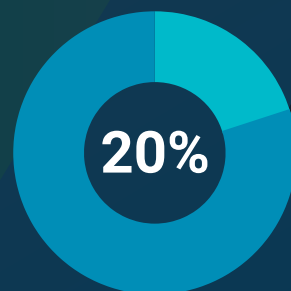
Siti acquisti online



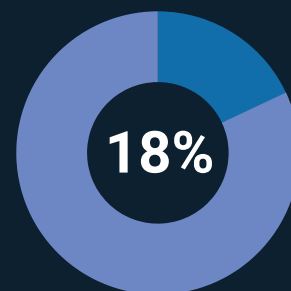
Siti video in streaming



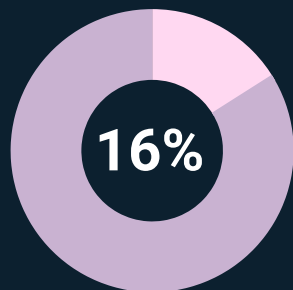
Social Network



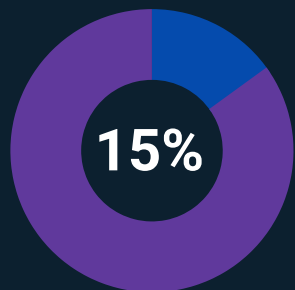
Siti musica in streaming



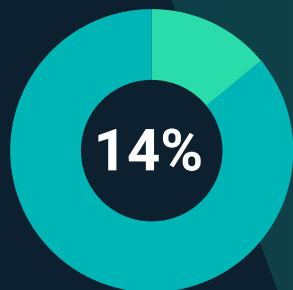
Siti di viaggi



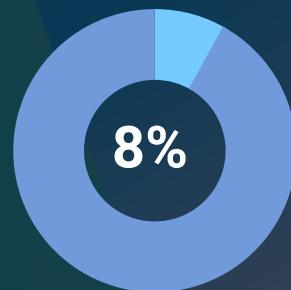
Siti di notizie



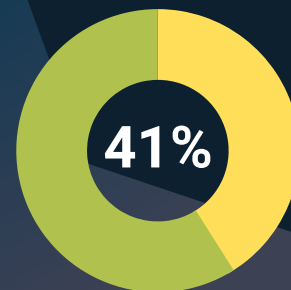
Siti di gaming



Siti di lifestyle



Blog



Non desidera condividere informazioni personali

48%

Degli utenti Internet adulti
confessa di pubblicare
informazioni personali
riservate sulle principali
piattaforme social

**7
su 10**

Americani si sentono meno
sicuri in relazione alla privacy sui
social media e alla sicurezza dei
loro dati personali rispetto a
cinque anni fa

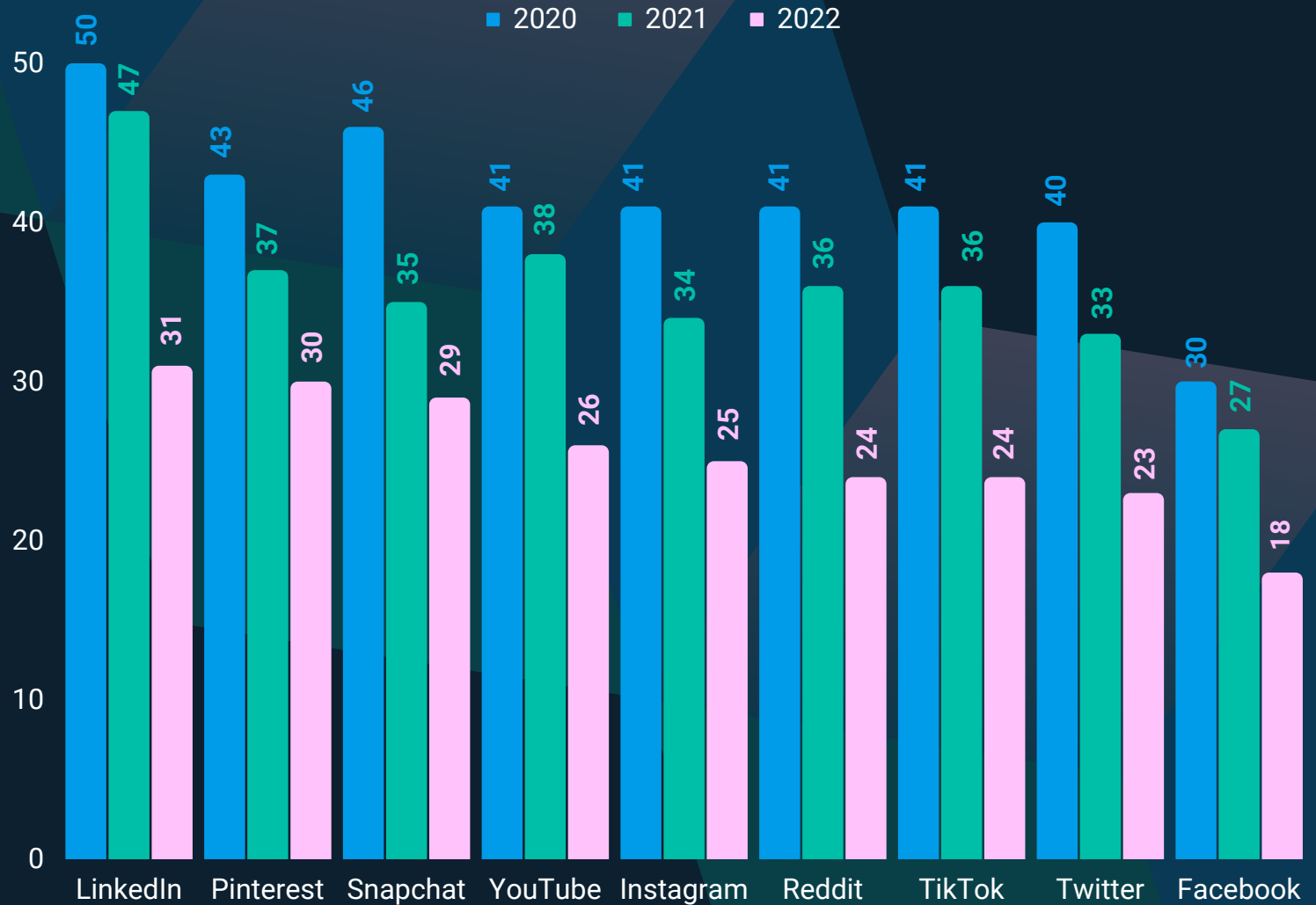
PROTEZIONE DELLE INFORMAZIONI PERSONALI SUI SOCIAL NETWORK

% DI UTENTI SOCIAL NEGLI USA

SOSTENGONO CHE LE PIATTAFORME SOCIAL TUTELANO LA LORO PRIVACY

Nonostante LinkedIn abbia ottenuto il più alto livello di fiducia, il 2020 ha registrato un forte calo

Facebook si conferma la piattaforma meno affidabile



I SOCIAL MEDIA COME CANALE DI COMUNICAZIONE CON IL CLIENTE

48%

Degli americani ha interagito con aziende e/o istituzioni attraverso i social network

33%

Idi consumatori preferisce contattare il servizio clienti di un'azienda attraverso i social media anziché per telefono

75%

Degli utenti di Internet utilizza i social quando ricerca prodotti

PRIVACY E PUBBLICITÀ

Dei consumatori sa che i siti Web e le applicazioni raccolgono e condividono i loro dati per fini pubblicitari

90%

68%

Dei consumatori è infastidito dall'uso dei loro dati online per fini pubblicitari

Dei consumatori non gradisce ricevere pubblicità di aziende dopo aver interagito o parlato del loro marchio

57%

62%

Degli esperti dei media concorda sul fatto che sapere proteggere i propri dati è una priorità quest'anno

POLITICHE SULLA PRIVACY DIFFICILI DA LEGGERE

60%

Delle politiche sulla privacy analizzate erano quasi illeggibili. Ciò significa che era per lo più richiesto un livello di comprensione testuale post-laurea

Disney+

Il sito web con la politica sulla privacy più difficile da leggere

2,83

L'indice di leggibilità

20

Minuti in media di lettura

Bumble

Il sito web con la politica sulla privacy meno difficile da leggere

32,3

L'indice di leggibilità

59,8

Minuti in media di lettura

5 MAGGIORI SANZIONI RICEVUTE PER VIOLAZIONE DEL GDPR

Amazon nel 2021
\$823.9 milioni

1

Per aver raccolto i dati degli utenti senza il loro consenso

A causa di politiche sulla privacy poco chiare e mancanza di trasparenza nell'uso dei dati

2

WhatsApp nel 2021
\$247 milioni

Google Irlanda nel 2021
\$99 milioni

3

Per non aver fornito agli utenti metodi semplici per rifiutare i cookie

Per non aver fornito agli utenti semplici modalità per rifiutare i cookie su YouTube

4

Google nel 2021
\$66 milioni

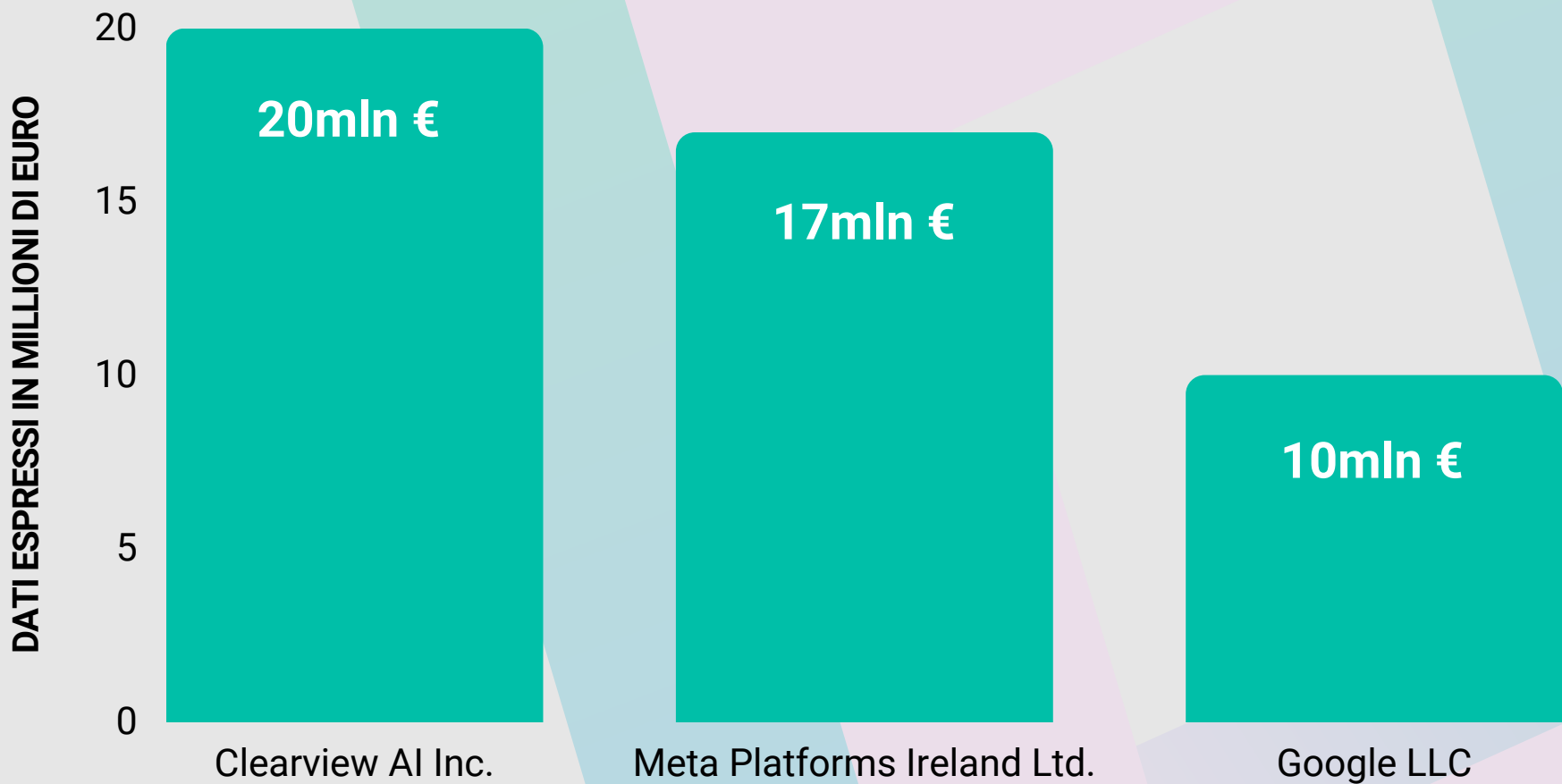
Facebook nel 2021
\$66 milioni

5

Per non aver fornito agli utenti metodi semplici per rifiutare i cookie sul web

MAGGIORI SANZIONI COMMINATE IN RELAZIONE AL GDPR NEL 2022

DATI DI LUGLIO



COSTI GDPR

€359.205.300

È quanto le agenzie per la protezione dei dati dell'UE hanno richiesto in termini di sanzioni e multe ai sensi del GDPR dall'entrata in vigore del regolamento

€97,29 milioni

Sono le sanzioni relative al GDPR riscosse nella prima metà del 2022, in aumento del +92% rispetto alla prima metà del 2021



\$15 miliardi

È quanto le organizzazioni spenderanno entro il 2024 per la tecnologia di conformità e la protezione dei dati in adeguamento alle norme sulla privacy

RIMOZIONE DELLE INFORMAZIONI DA INTERNET E GOOGLE

86%

Degli utenti di Internet negli Stati Uniti ha cercato di rimuovere o ridurre la propria impronta digitale

Le richieste di rimozione dei risultati di ricerca a Google dal 2014 al 08/11 del 2022 ammontano a

1.339.262

Il numero di utenti di Internet statunitensi che hanno cercato di rimuovere o ridurre la loro impronta digitale

5.210.591

03
Categorie di richiedenti la rimozione da Google:

Privati: **89,9%**

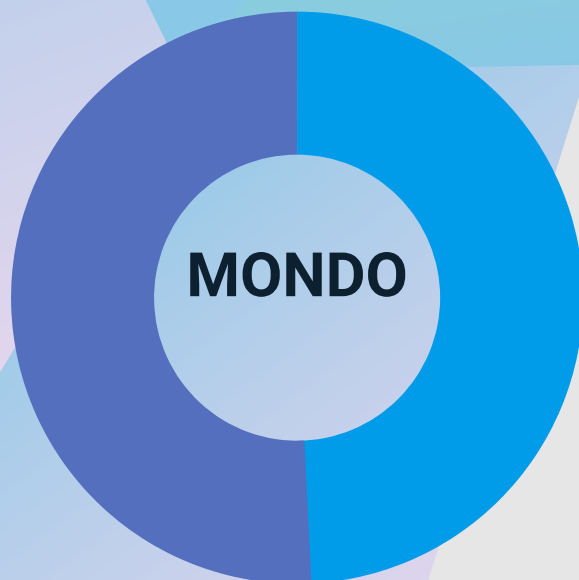
Altri: **10,1%**


TOTALE URL RIMOSSII VS. TOTALE URL NON RIMOSSII DA GOOGLE


DATI ALL' 08/11

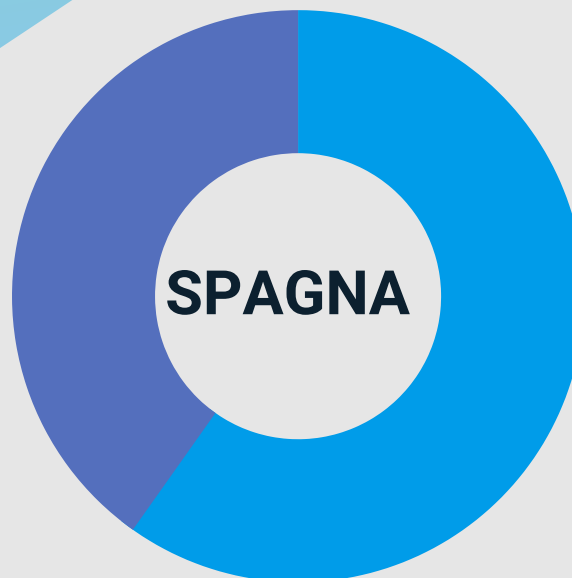
 Totale URL non rimossi


 Totale URL rimossi




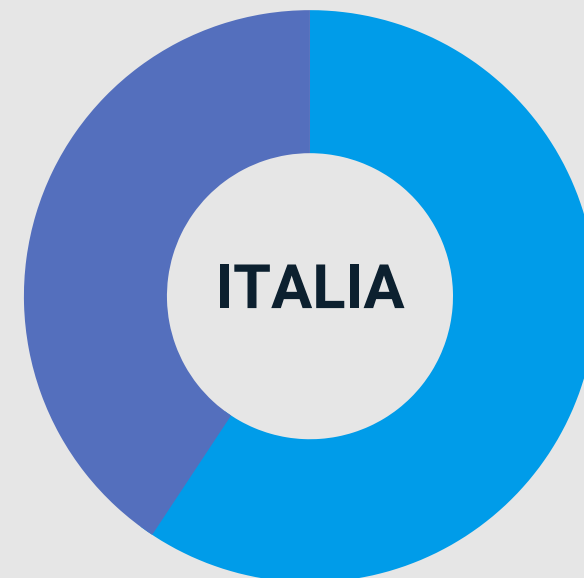
 49,2%


 50,8%




 59,8%

 40,2%



 59,3%

 40,7%

CATEGORIE DI SITI WEB

CHE OSPITANO CONTENUTI DI CUI È STATA RICHIESTA LA RIMOZIONE DA GOOGLE

53,8% VARIE
18,4% NOTIZIE
13,1% DIRECTORY
12,5% SOCIAL
NETWORK
2,2% ALTRI

NEL MONDO

48% VARIE
34,1% NOTIZIE
6,9% DIRECTORY
8,7% SOCIAL
NETWORK
2,3% ALTRI

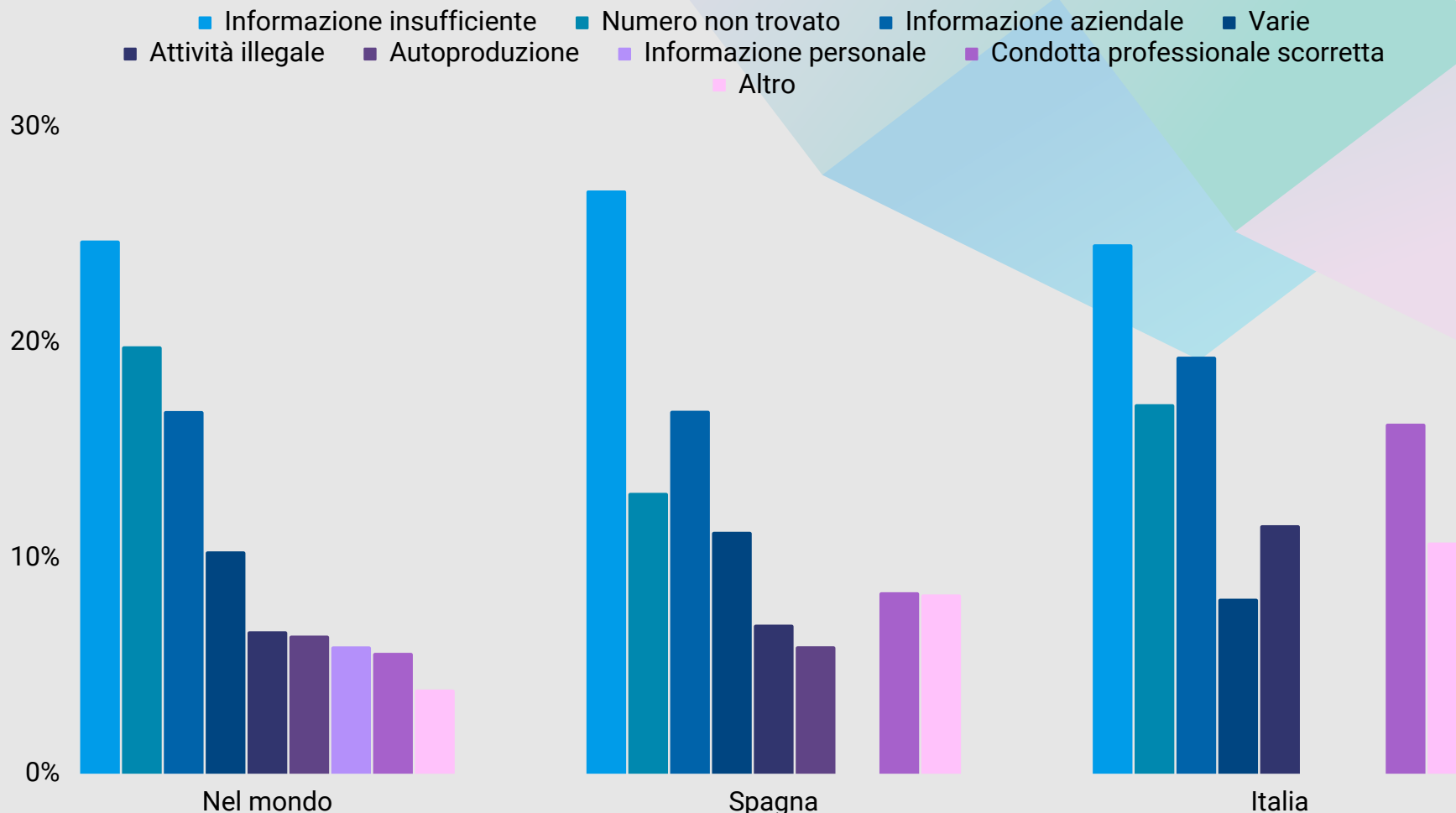
ITALIA

45,9% VARIE
21,7% NOTIZIE
10,7% DIRECTORY
11,9% SOCIAL
NETWORK
9,8% GOVERNO

SPAGNA

CATEGORIE DI SITI WEB

CHE OSPITANO CONTENUTI DI CUI È STATA RICHIESTA LA RIMOZIONE DA GOOGLE



DATI NEL MONDO: LA PORTATA DEI BIG DATA

Spesa totale per i sistemi di IT data center in tutto il mondo 2012-2023:

212 miliardi di dollari

Stima dei ricavi dell'analisi dei Big Data in tutto il mondo entro il 2025:

68 miliardi di dollari

STATI UNITI:

IL PAESE PIÙ COLPITO DA VIOLAZIONI DI DATI ONLINE

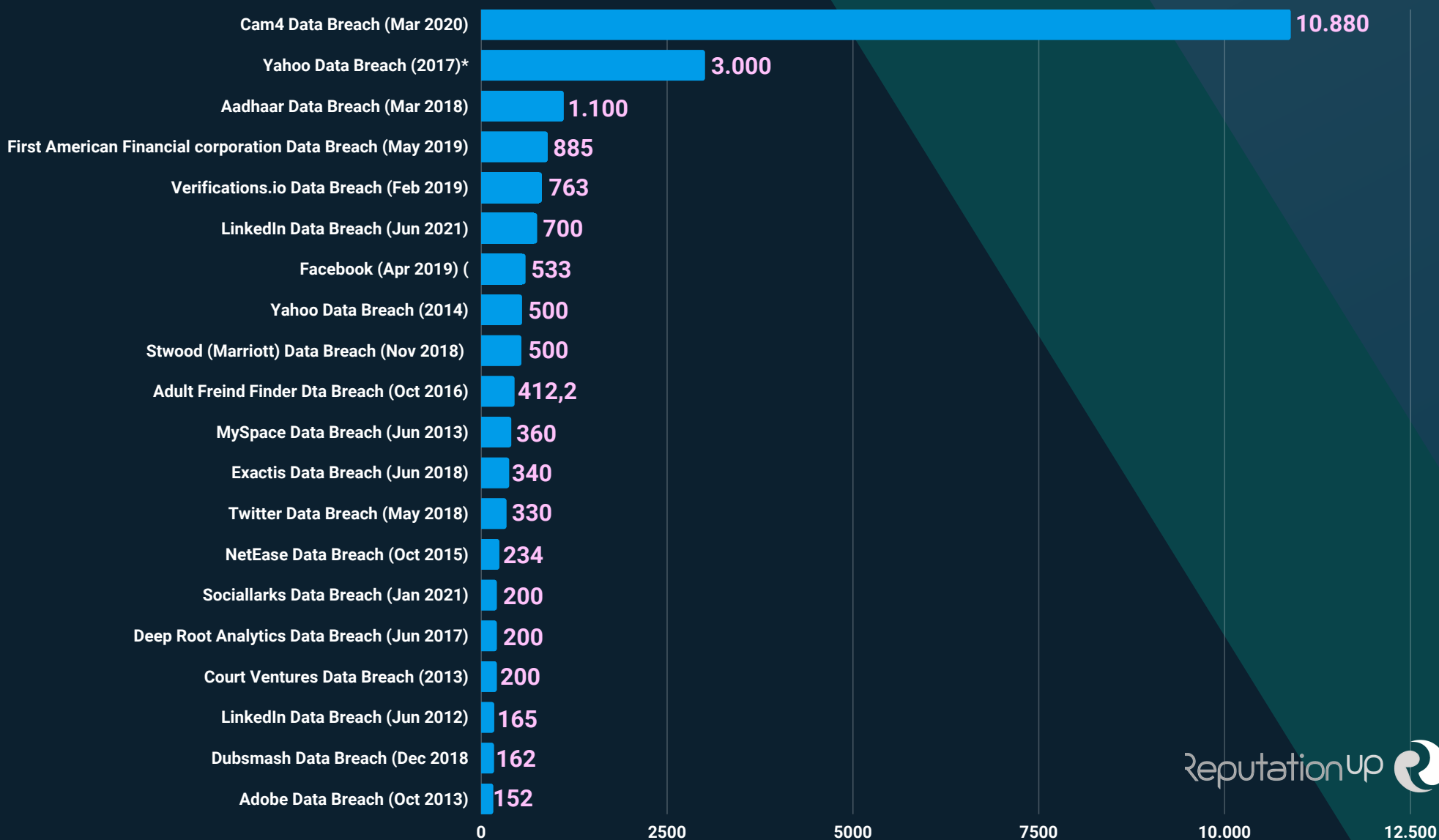
Con oltre **313** milioni di utenti online, gli Stati Uniti sono tra i principali mercati online del mondo

Numero di violazioni dei dati negli Stati Uniti nel primo semestre del 2022: **817**

Soggetti colpiti da reati informatici nel primo semestre del 2022:
53,35 milioni



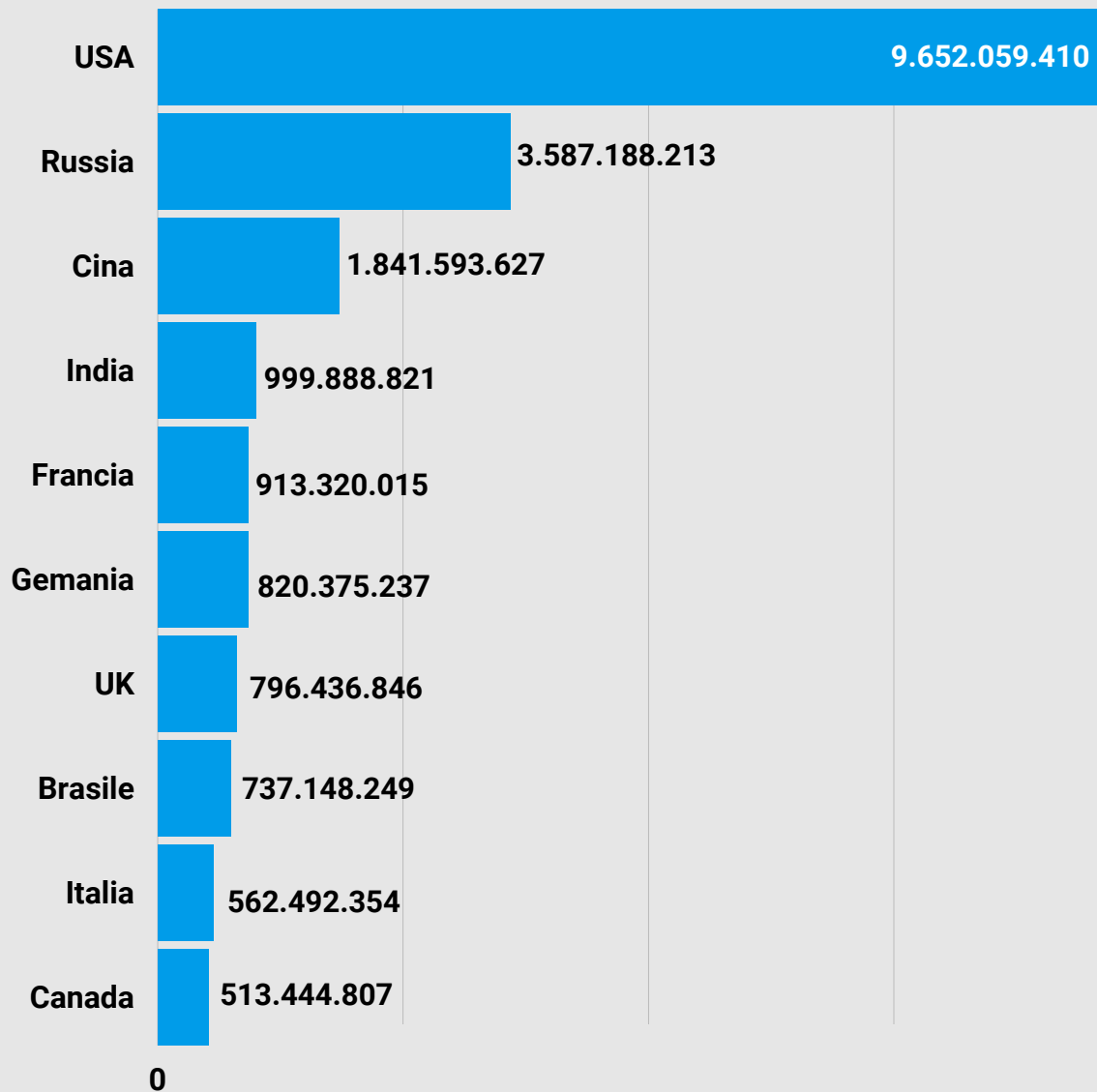
NUMERO DI FILE COMPROMESSI IN SEGUITO ALLA VIOLAZIONE DI DATI RACCOLTI FINO AD AGOSTO 2022



82%

Delle violazioni ha
coinvolto individui
e sono riferibili ad
attacchi sui social,
errori ed uso
improprio

TOP 10 PAESI PER DATA BREACH



5 PAESI PIÙ COLPITI

DALLA VIOLAZIONE DI DATI

RISULTATI RIFERIBILI AL TERZO TRIMESTRE DEL 2022

1

RUSSIA

Ha subito il maggior numero di violazioni in generale:
22,3 milioni

3

USA

5

INDONESIA

2

FRANCIA

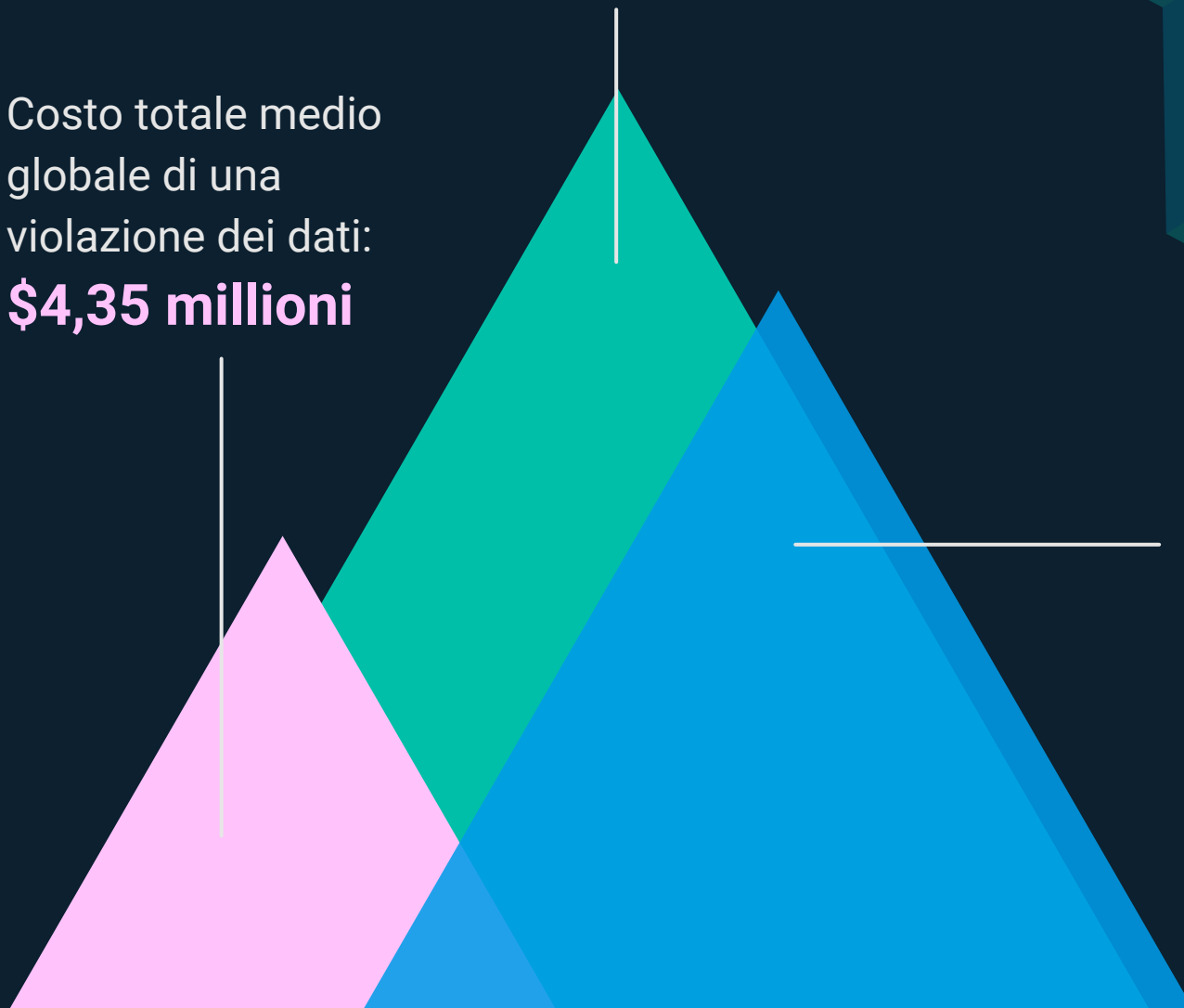
Ha registrato la più alta concentrazione di fughe di notizie, con una media di 212 account violati ogni 1.000 persone

4

SPAGNA

Una violazione dei dati negli
Stati Uniti costa più del
doppio della media globale:
+ \$5,09 milioni

Costo totale medio
globale di una
violazione dei dati:
\$4,35 milioni



COSTO DI UN DATA BREACH NEL 2022

Costo medio di una
violazione dei dati
negli Stati Uniti:
\$9,44 milioni

COSTO DI UNA VIOLAZIONE DEI DATI NEL SETTORE SANITARIO

Costo medio totale di
un data breach nel
settore sanitario

**\$10,10
MILLIONI**

+ 42%

Il costo di una fuga di notizie nel
settore sanitario è aumentato del
42% dal 2020

Per il 12° anno consecutivo, la sanità
ha registrato il più alto costo medio
per violazione dei dati rispetto a
qualsiasi altro settore

VIOLAZIONE DEI DATI E FURTO DI IDENTITÀ

Il furto di identità costituisce una delle maggiori preoccupazioni sulla privacy dato l'aumento dell'uso delle tecnologie in tutto il mondo

**108,9
milioni**

Di conti sono stati violati nel terzo trimestre del 2022

603.591

È il numero di casi di furto di identità segnalati negli Stati Uniti dalla FTC (Federal Trade Commission) in sei mesi

+70%

Rispetto al trimestre precedente

L'impatto del COVID-19 ha alzato il livello di guardia degli utenti rispetto allo scambio di informazioni personali

IMPATTO DEL COVID SULLA PROTEZIONE DEI DATI ONLINE

27%

Dei giovani tra i 18 e i 24 anni afferma che il COVID-19 ha favorito la condivisione di informazioni personali online

5%

Degli over 65 la pensa allo stesso modo

PRIVACY



ONLINE 2022

ReputationUp



20+

Oltre 20 anni di attività a livello internazionale con i nostri uffici situati in Europa e in America



7,500+

Clienti Soddisfatti. Lavoriamo per aziende, professionisti, VIP e amministrazioni



875,000+

Contenuti falsi, negativi o diffamatori rimossi



10M+

Il nostro strumento di monitoraggio ha analizzato oltre 10 milioni di parole chiave



**Pulizia
Reputazione**



**Monitoraggio
Reputazione**



**Protezione
Reputazione**



**Miglioramento
Reputazione**



**Campagna
Politica**



**Analisi del
Rischio**



**Cyber
Intelligence**



Control Room



Stop Sextortion



World Check



**Reputazione
Finanziaria**



**Reputation
Score**



Reputation^{up}[®]
———— we can do it ————

