

Comunicato Stampa

Milano, 06 giugno 2023

# Tecnologia e vita quotidiana: una relazione complessa

*L'indagine annuale WIN World Survey, realizzata a livello internazionale da WIN e da BVA Doxa per l'Italia, mostra come sia diminuita la preoccupazione per la privacy dei dati.*

*Su scala globale, gli intervistati che si dichiarano spaventati per la condivisione delle proprie informazioni personali sono il 45% rispetto al 48% della rilevazione precedente. Positivo l'impatto con l'innovazione tecnologica. Aumenta la consapevolezza sull'utilizzo dei propri dati una volta diffusi nel Web.*

**39 Paesi** nel mondo, per un totale di **28.702 intervistati**, sono stati i protagonisti dello studio annuale condotto da **WIN - Worldwide Independent Network of Market Research** di cui **BVA Doxa** è socio fondatore - sul tema dell'utilizzo quotidiano della **tecnologia**.

I dati emersi analizzano le opinioni di circa 29 mila persone riguardo l'uso dei **social media**, dimostrando, in particolare, come nell'ultimo anno sia diminuita la paura legata alla violazione della privacy dei dati. In Italia, il 35% degli intervistati si dichiara preoccupato di condividere le proprie informazioni digitali, il 10% non lo è per nulla.

Il 22% degli intervistati a livello globale, si è detto completamente d'accordo con l'affermazione secondo cui "i social media stanno stravolgendo completamente le nostre vite", in particolare la Croazia (80%), la Slovenia (75%) e la Serbia (47,1%) sono i Paesi a sentirsi più impattati dal cambiamento. Mentre altri paesi europei come Francia (53%) e Germania (51%) confermano questa sensazione, l'**Italia** (30%) non sembra particolarmente preoccupata di quanto i **social network** stiano condizionando la nostra quotidianità.

Nonostante le persone abbiano sentimenti contrastanti riguardo l'argomento, l'uso della **tecnologia** nella vita quotidiana è innegabile. Il 45,3% degli intervistati a livello globale (l'Italia nella media con il 45%) concorda sul fatto che le nuove tecnologie aiutino a essere più organizzati nella vita di tutti i giorni e soprattutto i giovani tra i 18 e i 24 anni si dichiarano, per il 51,5% totalmente d'accordo (in prevalenza gli uomini per il 47,4% vs. il 43% delle donne).

Rispetto alla rilevazione precedente, crescono al 35% quanti si ritengono **consapevoli** dell'uso che viene fatto delle informazioni personali una volta condivise. Gli Italiani, con un 44% che spicca nella classifica globale, si dimostrano particolarmente informati sull'uso che fornitori di servizi, inserzionisti, rivenditori, assicuratori, enti pubblici, per citarne alcuni, fanno dei loro dati una volta ricevuti.

Si è registrato anche un **calo**, su scala globale, di coloro che si sono detti preoccupati di **condividere le proprie informazioni**: se un anno fa si trattava del 48% degli intervistati, nell'ultima indagine il dato è sceso al 45%. Segue la tendenza anche l'Italia, dove la preoccupazione relativa alla condivisione dei dati è passata dal 45% del 2019 al 35% dell'ultima rilevazione.

«I risultati dello studio di quest'anno – dichiara **Vilma Scarpino, Presidente di WIN e CEO di BVA Doxa** – evidenziano la complessa relazione tra la tecnologia e la nostra vita quotidiana. Mentre alcuni intervistati esprimono preoccupazione per l'impatto schiacciante dei social media, altri vedono la tecnologia come uno strumento utile per organizzarsi. L'indagine rivela anche il cambio di atteggiamento nei confronti della privacy dei dati, con un maggior numero di persone più consapevoli delle finalità nella loro condivisione e utilizzo».

### **BVA Doxa**

Doxa è la prima società di ricerche di mercato fondata in Italia, da sempre sinonimo di qualità e affidabilità. Dal 2019 fa parte del Gruppo BVA, che opera con proprie sedi in Europa, USA e Asia e rappresenta una delle realtà più importanti nel campo delle ricerche di mercato su scala internazionale. Da giugno 2022 diventa Società Benefit, con lo scopo di impattare positivamente su società, staff e ambiente. Doxa è socio fondatore di WIN.

### **WIN - Worldwide Independent Network of Market Research**

WIN è un network di società indipendenti di ricerche di mercato e sondaggi di opinione. WIN conduce studi in tutti i continenti con lo scopo di misurare l'opinione della popolazione su temi di attualità, come la parità di genere, la comunicazione, i media e la sostenibilità.

Ufficio Stampa: Veronica Boldrin – [veronicaboldrin@gmail.com](mailto:veronicaboldrin@gmail.com) – m. +39 3332321222