

Ziua Europeana a Protectiei Datelor: 80 % dintre consumatorii români permit utilizarea datelor personale în scopuri publicitare

80% dintre consumatorii români permit utilizarea datelor personale în scopuri publicitare, atrage atentia InfoCons, cu prilejul Zilei Europene a Protectiei Datelor.

Cât de dispusi sunt cetatenii UE sa ofere acces la datele lor personale atunci când sunt online? Cele mai recente date din Studiul privind utilizarea tehnologiilor informatiei si comunicatiilor (TIC) în gospodarii si de catre indivizi arata ca 1 din 2 persoane cu vârste cuprinse între 16-74 de ani a refuzat sa permita utilizarea datelor lor personale în scopuri publicitare atunci când utilizeaza internetul în scopuri private în perioada precedenta de 3 luni. În plus, 46% au raportat ca au permis accesul restrictionat doar la locatia lor geografica sau au refuzat accesul complet la aceste informatii.

Mai putini (40%) cetateni UE citesc declaratiile politicii de confidentialitate înainte de a furniza date cu caracter personal. În mod similar, 40% au limitat accesul la profilurile sau continutul site-ului lor de socializare sau la stocarea online partajata.

Între timp, 33% au verificat ca site-ul pe care si-au furnizat datele personale este sigur.

Ponderea persoanelor care refuza sa permita utilizarea datelor lor personale pentru publicitate a variat între statele membre ale UE. Cele mai mari ponderi au fost observate în Olanda (73%), Finlanda (70%), Danemarca si Germania (ambele 63%), Spania (62%).

În schimb, cele mai mici ponderi s-au înregistrat în: Bulgaria (10%), România (20%), Grecia (29%), Slovacia (30%) si Letonia (32%).

Destinatarii marcarii Zilei europene a protectiei datelor sunt cetatenii, ideea fiind de a da o sansa fiecaruia sa înțeleaga care sunt tipurile de date personale care sunt stocate si procesate, precum si de a cunoaste drepturile indivizilor în raport cu posibilele abuzuri în acest domeniu.

Din informatiile rezultate în studiul realizat de InfoCons la nivel national cu privire la furtul de identitate a reiesit ca: 32,6% dintre interviuati au primit informatii despre furtul de identitate de pe internet, in timp ce 9,7% au aflat despre acest subiect de la o asociatie de consumatori; 30,6% dintre cetatenii care au raspuns chestionarului au primit informatii despre furtul de identitate din partea bancilor sau institutiilor financiar-bancare, în timp ce 33,5% au primit aceste informatii din partea rudelor si prietenilor.

Cu privire la tipurile de furt de identitate cunoscute, din studiu a reiesit faptul ca cel mai cunoscut tip de furt de identitate este skimming-ul - clonarea cardului la utilizare, în procent de 64,2%. Alte tipuri cunoscute de furt de identitate sunt, conform studiului: phishing-ul (57%), spamul (57,5%), furtul prin intermediul retelelor de socializare (46,8%).

Categoria cea mai putin cunoscuta de furt de identitate este cea prin intermediul materialelor printate care au fost aruncate, fara a fi distruse si care contin date personale si bancare - trashing (25,8%).

Totodata, interviuati au declarat ca au fost victime ale diverselor tipuri de furturi de identitate dupa cum urmeaza: 45,3%, prin solicitarea de informatii personale în timpul navigarii pe internet; 42,9%, prin phishing - furt de date prin e-mail; 38,5% prin spam; 38% prin telefon de la persoane necunoscute.

Studiul a fost realizat în cadrul proiectului european - System for Prevention and Combat Identity Theft - SYPCIT - Directorate General Home Affaire desfasurat de Asociatia InfoCons, în parteneriat cu Adiconsum, Expert System, Kaspersky lab IT si Universita Degli Studi di Roma Tor Vergata.