

## Пресс-релиз

### **Персональные данные в обмен на привилегии: насколько потребители готовы к такой сделке?**

30 января, 2017

Наталья Игнатьева  
+7 926 762 7336  
[Natalia.Ignatyeva@gfk.com](mailto:Natalia.Ignatyeva@gfk.com)

Александр Федотов  
+7 495 937 7222  
[Aleksandr.Fedotov@gfk.com](mailto:Aleksandr.Fedotov@gfk.com)

- Среди респондентов 30-40 лет идея такого обмена нашла больше всего поддержки
- Россия – в топ-3 стран с самым большим числом сторонников обмена персональных данных на преимущества
- В Германии, Франции и Бразилии больше всего несогласных делиться своими данными

Нюрнберг-Москва, 30 января, 2017 – более четверти (27 процентов) Интернет-пользователей в 17 странах мира полностью поддерживают идею поделить свои персональными данными в обмен на преимущества, например, скидки или персонализированный сервис. Категорически не желают делиться своими данными лишь 19 процентов потребителей.

В ходе онлайн-опроса GfK респондентам предложили указать, насколько они согласны или не согласны с утверждением «Я готов поделиться своими личными данными (о здоровье, финансовом положении, водительской истории, использовании электроэнергии и т.п.) в обмен на преимущества или льготы, например, более низкие расценки или индивидуальное обслуживание» - используя шкалу, где «1» означает «абсолютно не согласен», а «7» - «полностью согласен».

Абсолютное согласие с предложенным утверждением выразили равное количество мужчин и женщин – по 27 процентов. При этом несогласных с утверждением оказалось больше среди женщин – 21 процент, тогда как мужчин – 18 процентов.

Среди участников опроса в возрасте 20-30 и 30-40 лет оказалось больше всего желающих обменять информацию о себе на скидки или бонусы. Свою готовность сделать это выразила треть респондентов (33 и 34 процента соответственно). В возрастной группе 15-19 лет готовы поделить персональными данными 28 процентов потребителей.

Китай возглавил четверку стран, где больше всего респондентов хотели бы получать привилегии в обмен на информацию о себе: 38 процентов участников онлайн-опроса полностью согласились с предложенным утверждением, тогда как абсолютно не согласных оказалось всего 8 процентов. В топ стран с самым большим числом

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany

T +49 911 395 0

Management Board:  
Dr. Gerhard Hausruckinger  
(Speaker of the Management Board)  
Christian Diedrich (CFO)  
David Krajčec  
Alessandra Cama

Chairman of the Supervisory Board:  
Ralf Klein-Bölting

Commercial register  
Nuremberg HRB 25014

желающих обменять данные на скидки и преимущества попали также Мексика (30 процентов), Россия (29 процентов) и Италия (28 процентов).

Топ-5 стран с самым большим числом несогласных получить преимущества в обмен на персональную информацию возглавила Германия, где предложенное утверждение отказались поддержать 40 процентов опрошенных. За ней следует Франция (37 процентов), Бразилия (34 процента), Канада (31 процент) и Нидерланды (30 процентов).

Результаты опроса GfK помогут поставщикам продуктов или услуг лучше понять свои целевые аудитории и их готовность откликнуться на предложения, связанные с раскрытием или предоставлением персональной информации и данных.

## WILLINGNESS TO SHARE PERSONAL DATA IN EXCHANGE FOR BENEFITS OR REWARDS



Country results



Source: GfK survey among 22,000 internet users (ages 15+) in 17 countries - top 2 boxes (agreement) / bottom 2 boxes (disagreement) out of 7-point scale - rounded

© GfK 2017

Чтобы скачать результаты исследования в 17 странах, пожалуйста, перейдите по ссылке [www.gfk.com/global-studies/global-study-overview/](http://www.gfk.com/global-studies/global-study-overview/)

### Об исследовании

Онлайн исследование GfK проводилось среди 22 тыс. респондентов в возрасте от 15 лет (в России - от 16 лет) в 17 странах мира. Полевой этап исследования завершился летом 2016, полученные данные были взвешены для отображения демографического состава онлайн-населения в возрасте 15+ (в России: 16+). Страны, принявшие участие в исследовании: Аргентина, Австралия, Бельгия, Бразилия, Канада, Китай, Франция, Германия, Италия, Япония, Мексика, Нидерланды, Россия, Южная Корея, Испания, Великобритания и США.

### О GfK

GfK — это надёжный источник актуальной информации о рынках и потребителях в 100 странах мира. Более 13,000 экспертов GfK ежедневно применяют на практике многолетний опыт компании в

маркетинговых исследованиях.

В России GfK исследует потребительское поведение и продажи в крупнейших секторах потребительского рынка - FMCG, автобизнесе, розничной торговле, на рынке бытовой техники и электроники, фармацевтическом рынке, в секторе телекоммуникаций, финансов, рынке страхования и других.

Более подробную информацию можно найти на сайте [www.GfK.ru](http://www.GfK.ru) или в Твиттере GfK: [https://twitter.com/GfK\\_Rus](https://twitter.com/GfK_Rus)

Responsible under press legislation:  
GfK SE, Global Communications  
Jan Saeger  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg, Germany  
T +49 911 395 4440  
[press@gfk.com](mailto:press@gfk.com)