**Ponad połowa Polaków nie zawsze, a blisko 12 proc. w ogóle nie zapoznaje się z politykami prywatności**

**Jak wynika z badania przeprowadzonego przez polski ClickMeeting, ponad 57**

 **proc. Polaków twierdzi, że dba o swoją prywatność w sieci. Jednak jak się**

 **okazuje, nie w każdym przypadku. Według przygotowanego przez platformę**

 **raportu „Prywatność w sieci. Opinie użytkowników i dobre praktyki”, ponad 52**

 **proc. Polaków nie zawsze zapoznaje się z politykami prywatności i**

 **regulaminem wydarzenia przed wyrażeniem zgody na ich przetwarzanie, a 12**

 **proc. nie czyni tego w ogóle, nie mając na to czasu lub nie ma to dla nich**

 **znaczenia.**

**Ochrona prywatności a wybór narzędzia do komunikacji online**

Na rynku dostępnych jest wiele narzędzi, ułatwiających szybkie porozumiewanie się

na odległość. I jak pokazuje badanie ClickMeeting, Polacy przy wyborze narzędzia

do komunikacji, niemal zgodnie twierdzą, że zwracają uwagę na ochronę prywatności

i jest ona dla nich ważna (92 proc.). Jedynie 3 proc. nie przywiązuje do tej kwestii

wagi, a 4 proc. nie była w stanie jednoznacznie odpowiedzieć na zadane pytanie.

– *Wiele mówi się o prywatności w kwestii narzędzi używanych do codziennej*

*komunikacji prywatnej, jednak wciąż mało o wydarzeniach i spotkaniach online, które*

*również stały się częścią tej codzienności – mówi Dominika Paciorkowska,*

*Dyrektor Zarządzająca i Członkini Zarządu ClickMeeting. – Powinniśmy zwracać*

*większą uwagę na to, czy dane, które powierzamy podmiotowi świadczącemu takie*

*usługi są odpowiednio chronione. W ClickMeeting zapewniamy komfort i*

*bezpieczeństwo zarówno uczestnikom, jak i organizatorom wydarzenia.*

***Chcemy prywatności, lecz nie zawsze zapoznajemy się z politykami jej***

***dotyczącymi.***

W związku dużą i utrzymującą się popularnością wszelkiego rodzaju wydarzeń

online, ClickMeeting postanowił sprawdzić, czy użytkownikom webinarów zależy na

tym, aby jego organizator odpowiednio zadbał o ich prywatność podczas jego

trwania. Okazało się, że niemal 74 proc. respondentów bardzo na tym zależy. Jest to

obojętne niemal 1/5 badanych, a nie zwraca na to uwagi blisko 5 proc. Natomiast

tylko 4 proc. akceptując politykę prywatności i regulamin wydarzenia, zawsze

zaznacza wszystkie zgody. 74 proc. wyraża jedynie zgody wymagane do zapisu, 5

proc. zdarzyło się zrezygnować z rejestracji, jeśli zakres zgód był zbyt szeroki. Zgody

opcjonalne, o charakterze marketingowym zaznacza 17 proc. Polaków, o ile

interesuje ich dany produkt lub firma.

A czy Polacy sprawdzają, na co wyrażają zgodę, akceptując regulamin wydarzenia

lub politykę prywatności? Tylko blisko 36 proc. weryfikuje je w każdym przypadku, a

52,5 proc. nie zawsze, choć się stara. Ponad 10 proc. nie ma na to czasu, przy czym

całkowicie nie ma to znaczenia zaledwie dla 1 proc. ankietowanych.