



# Guide Amiche

## il Commercio Elettronico

**Con il contributo della:**



**In copertina:**

Paul Klee  
*Strade principali e secondarie*  
1929 - olio su tela  
Colonia - museo Ludwig

**Referenze:**

illustrazioni opere di Paul Klee  
© VG Bild-Kunst, Bonn, 2001

**Ringraziamenti:**

Elaborazione contenuti  
Erica Bo

Grafica, editing & layout  
Alessia Monteverdi  
*Preferenze Avanzate Srl*

Consulenza linguistica  
*La Premiere Sas*

Stampa Grafica  
*Poligraf, Pomezia Lito Grafica Srl*  
Pomezia, Roma

© **ADOC Piemonte**  
**tutti i diritti riservati**  
*giugno 2008*

## Indice

|   |         |
|---|---------|
| Premessa<br><i>a cura di ADOC Piemonte</i>                      | pag. 4  |
| Introduzione<br><i>a cura dell'Ufficio Stampa ADOC Piemonte</i> | pag. 5  |
| <i>e-commerce</i>   | pag. 6  |
| Dialers   | pag. 13 |
| Phishing  | pag. 15 |
| Tutela della privacy  | pag. 17 |
| A chi rivolgersi  | pag. 18 |

## Premessa

a cura di ADOC Piemonte

Sono molto lieta di presentare la collana “Guide Amiche”, frutto della proficua e consolidata collaborazione tra l’associazione consumatori Adoc e la Regione Piemonte.

Obiettivo principale delle Guide è la diffusione del mondo consumerista e le sue interrelazioni con il mondo delle imprese e della società civile.

In questo senso sono state realizzate quattro guide tematiche, sia in versione cartacea che sul *web*, sui seguenti argomenti: la telefonia, le successioni e le donazioni, l’universo di *Internet* e l’affitto ad uso abitativo.

Queste aree affiancano una nostra indagine statistica sulle controversie che hanno maggiormente interessato le consulenze presso i nostri sportelli.

Tra gli obiettivi delle Guide Amiche si inserisce anche la possibilità di conoscere meglio aspetti poco noti delle norme poste a tutela del consumatore e, grazie all’acquisita conoscenza e consapevolezza, lo scopo è quello di fornire ai consumatori-utenti gli strumenti per intervenire in modo diretto e influente su un mercato spesso poco attento ai bisogni del singolo.

Le nostre guide sono “amiche” perché pensate con l’intento di fornire informazioni concrete e di facile comprensione proprio come ci guiderebbe un amico in un momento di difficoltà.

*Silvia Cugini*  
Presidente Adoc Piemonte

## Introduzione

a cura dell'Ufficio Stampa ADOC Piemonte

Ormai *Internet* è diventato uno strumento di comunicazione indispensabile nella nostra vita quotidiana. Una famiglia su tre possiede in casa un Pc con collegamento *Internet*, le altre persone ne fruiscono per lavoro.

*Internet* è un mezzo con straordinarie capacità che rende accessibile qualunque tipo di informazione in brevissimo tempo, ma nasconde anche numerose insidie. Può capitare, navigando in *Internet*, di accettare l'installazione gratuita di *software* per scaricare documenti, fotografie, suonerie o brani musicali, ed accorgersi troppo tardi che il programma appena installato stabilisce una nuova connessione con un numero telefonico a tariffa più alta rispetto a quella con cui normalmente si naviga nel web: il risultato sarà una bolletta telefonica salatissima. O ancora, si può rischiare di avere la carta di credito clonata o il conto svuotato.

Questi sono solo alcuni esempi di possibili truffe in cui ci si può imbattere navigando *on-line* senza prestare la dovuta attenzione. Ma ci si può difendere e, soprattutto, c'è chi vigila su di noi.

## e-commerce

### COS'È ?

Secondo la Comunicazione della Commissione Europea, per commercio elettronico si intende la commercializzazione di beni e servizi per via elettronica, la distribuzione *on-line* di contenuti digitali, l'esecuzione per via elettronica di operazioni finanziarie e di borsa e gli appalti pubblici per via elettronica. Si può suddividere il commercio elettronico diretto (*on-line*) e indiretto (*OFF-LINE*); solo nel primo caso tutte le fasi che vanno dall'individuazione del prodotto/servizio sino alla sua consegna avvengono per via telematica, in virtù del fatto che il bene oggetto della transazione è immateriale (esempio, la licenza d'uso di un *software* che può essere concessa *on-line* o l'acquisto di un *file* di musica mp3, prodotti che, proprio per la loro immaterialità, possono essere oltre che venduti consegnati per via telematica); nel secondo caso alcune fasi della transazione avvengono *off-line*, trattandosi di acquisti di beni materiali o di servizi che devono essere consegnati o realizzati secondo le modalità tradizionali.

A distanza di alcuni anni, infatti il Legislatore Comunitario ha trattato per la prima volta questo fenomeno nella comunicazione del 16 aprile 1997 della Commissione delle Comunità Europee, l'*e-commerce* ha sviluppato due orientamenti principali:

1) *Business to Business*: concerne i rap-

porti tra soggetti professionisti, ovvero tra soggetti (persone giuridiche o fisiche) che agiscono nell'ambito della loro attività professionale. Commercio rivolto verso altre imprese.

2) *Business to Consumer*: concerne i rapporti tra professionisti e consumatori, intendendosi tali coloro che agiscono "*per scopi non riferibili all'attività professionale eventualmente svolta*".

Negli ultimi anni questa modalità di acquisto si è ampiamente diffusa perché presenta molti vantaggi:

- Possibilità di acquistare beni difficilmente reperibili
- Risparmio di tempo
- Risparmio di denaro

### IL PROBLEMA DELLA SICUREZZA

Una delle problematiche più sentite nel mondo dell'*e-commerce* è indubbiamente la sicurezza nelle modalità di pagamento. Ad oggi, le modalità più diffuse sono il bonifico bancario, il contrassegno e il pagamento con la carta di credito, sicuramente più interessato da questo problema. Inizialmente, il trasferimento delle informazioni e dei dati personali tra venditore e cliente avveniva in chiaro. Questo costituiva un enorme problema per la sicurezza, in quanto i dati trasferiti erano suscettibili di essere intercettati e quindi utilizzati da terzi per operazioni al di fuori della pratica commerciale in atto. Oggi, questa pratica di trasferimento dei dati è stata abbandonata, a favore di pratiche più





*Separazione di sera*  
1922 - acquarello  
Berna, raccolta Felix Klee

sicure che garantiscano una maggiore riservatezza delle informazioni personali e che quindi assicurino la bontà delle transazioni.

In particolare, la maggior parte dei siti di *e-commerce* odierni utilizzano livelli di crittografia elevati, come il protocollo *http*, garantendo tanto la trasmissione confidenziale dei dati, quanto la loro integrità.

La maggior parte dei *browser* contraddistingue con un lucchetto i siti protetti.

Ad oggi è sicuramente il sistema più usato, in quanto può essere supportato dai principali *browser* (*Internet Explorer 3.01* e seguenti, *Netscape Navigator 4.01* e seguenti) e non necessita di alcun *software* specifico o *password*. Le pagine protette da questo protocollo sono facilmente riconoscibili, in quanto la scritta "*https*" precede l'indirizzo del sito protetto e le sue pagine vengono contrassegnate da un lucchetto, visualizzabile nella parte inferiore del proprio browser.

E' inoltre molto importante che l'acquirente possa verificare l'identità del

venditore, acquisendo così una maggiore garanzia circa i beni o i servizi che riceverà e il venditore può verificare a sua volta l'identità del compratore, acquisendo maggiori garanzie circa il pagamento.

Affinché, quindi, il commercio elettronico possa svilupparsi è necessario che gli utenti (l'acquirente da un lato, il venditore dall'altro) possano svolgere le loro transazioni serenamente, senza temere intromissioni esterne. In questo senso, assume molta importanza la procedura di "autenticazione dell'utente".

Generalmente, questa procedura avviene tramite la richiesta da parte del server di uno *username* al quale è associata una *password*. Tuttavia, è stato dimostrato che questo sistema non può essere considerato del tutto sicuro, in quanto i tempi di individuazione della *password* da parte di terzi vanno sempre più riducendosi. Per questo motivo, oggi, viene sempre più consigliato all'utente il cambio periodico della propria *password*. Questo avviene soprattutto per i sistemi di *home banking* che prevedono che i

propri utenti cambino obbligatoriamente la *password* con una cadenza fissa o che facciano uso di una *password* “usa e getta” (one-time *password*) che viene sostituita ogni volta che si accede a un servizio.

Sebbene, la disciplina riguardante il commercio elettronico sia volta soprattutto alla tutela del consumatore, non bisogna dimenticare l'equivalente diritto del venditore a operare sul mercato *on-line* in maniera serena. Una delle principali problematiche che interessa colui che decide di offrire un bene o un servizio *on-line* è sicuramente il non ripudio da parte dell'acquirente. In questa direzione opera l'utilizzo della firma digitale che fa sì che un contratto firmato digitalmente non possa essere disconosciuto da coloro che l'hanno sottoscritto.

Con la diffusione dell'*e-commerce* si sono diffuse truffe sempre più insidiose che colpiscono principalmente gli acquirenti. I principali casi sono:

- Vendita di prodotti da siti civetta: al ricevimento del pagamento non viene inviata la merce, o viene solamente simulata la spedizione. Problema presente anche su *ebay* con inserzioni truffa.
- Realizzazione di siti clonati con la finalità di rubare informazioni quali il codice della carta di credito.
- Aziende fallimentari che accumulano ordini e introiti, senza la possibilità di evaderli.

Il principale problema dal punto di vista delle aziende è la gestione degli ordini

simulati, dove vengono indicate generalità false o non corrette per l'invio dei prodotti. Per ridurre il problema molte aziende accettano solamente pagamenti anticipati.

### COME SCEGLIERE IL SITO

Ormai sono davvero tanti i siti dove è possibile acquistare *on-line* beni e servizi, è bene fare un confronto dei prezzi dei vari prodotti, cercando di individuare la migliore offerta presente sulla rete in un dato momento. Ma non basta. E' meglio acquistare su un sito conosciuto, di quelli più utilizzati, o del quale si conosca comunque la correttezza; è necessario comunque verificare che nel sito siano indicati alcuni dati fondamentali, in mancanza dei quali non si può effettuare un acquisto sicuro. La normativa italiana prevede che tutti i siti di commercio elettronico riportino nella *home page* la partita IVA e la denominazione dell'azienda. I siti più importanti di *e-commerce* hanno un certificato digitale che consente di verificare l'autenticità del sito visitato.

Sul sito devono essere presenti le seguenti informazioni:

- a) identità del fornitore e indirizzo geografico della sede del fornitore;
- b) caratteristiche essenziali del bene o del servizio;
- c) prezzo del bene o del servizio, comprese tutte le tasse o le imposte;
- d) spese di consegna;
- e) modalità del pagamento, della consegna del bene o della prestazione del



servizio e di ogni altra forma di esecuzione del contratto;

f) esistenza del diritto di recesso o di esclusione dello stesso;

g) modalità e tempi di restituzione o di ritiro del bene in caso di esercizio del diritto di recesso;

h) costo dell'utilizzo della tecnica di comunicazione a distanza (i costi della connessione telefonica), quando è calcolato su una base diversa dalla tariffa di base;

i) durata della validità dell'offerta e del prezzo;

l) durata minima del contratto in caso di contratti per la fornitura di prodotti o la prestazione di servizi ad esecuzione continuata o periodica.

Tali informazioni devono essere esposte in modo chiaro e comprensibile, e devono essere collocate nel sito in modo tale da essere facilmente raggiungibili.

Deve inoltre essere chiaro lo scopo commerciale delle informazioni.

E' necessario conservare il documento nel quale sono indicate tali informazioni

### CONSIGLI PER GLI ACQUISTI

Prima di acquistare leggete sempre le condizioni di vendita, le tasse applicate, il termine di consegna, le modalità, i costi ed i tempi previsti in caso di resa del bene, la garanzia offerta; controllate le spese di spedizione, e verificate quale è per voi la spesa complessiva per avere il bene. Se tutto vi sembra accettabile si potrà procedere all'acquisto.

Conviene sempre conservare una copia

di tutti gli ordini fatti, nonché delle condizioni di vendita relative al prodotto acquistato, delle *e-mail* scambiate con il venditore, di tutti i documenti che riportino le caratteristiche del prodotto; la copia può essere mantenuta in formato cartaceo, facendo una semplice stampa, oppure memorizzando i dati sul disco fisso del PC.

Conservate sempre gelosamente le *password* ed i codici, soprattutto quelli per accedere ai servizi internet di natura finanziaria.

Trasmettete i vostri dati economici solamente quando sono rispettate le condizioni di sicurezza. Non comunicate mai i dati della vostra carta, o altri dati riservati, tramite *e-mail*. Se c'è qualcosa che non capite nelle condizioni vendita, nel prezzo, nelle caratteristiche dei prodotti o in qualsiasi altro elemento rilevante, non affrettatevi ad acquistare ma piuttosto chiaritevi ogni dubbio, ponendo al venditore tutte le domande che ritenete opportune. A questo scopo un sito serio mette sicuramente a disposizione un indirizzo *e-mail* oppure un numero di telefono: non esitate ad usarli ed eviterete brutte sorprese.

Quando compilate i moduli d'ordine (chiamati *form*), se non siete interessati a partecipare ad indagini e sondaggi, evitate di dichiarare tutti i dati che non siano strettamente necessari all'ordine stesso. Il venditore deve specificare quali informazioni sono indispensabili e quali non lo sono; tutti gli altri dati (es. composizione del nucleo familiare, pre-

ferenze musicali ecc.) vi vengono richiesti per soli scopi di indagine di mercato. Verificate che si tratti di una vendita a prezzo fisso oppure di un'asta: in quest'ultimo caso è possibile fare dei buoni affari ma le garanzie per il consumatore sono minori. Informatevi dunque sui vostri diritti.

Controllate che il venditore sia italiano o meno. Non è sufficiente che il *server* sia collocato in Italia, raggiungibile con un indirizzo .it; dovrete controllare che anche la sede del venditore sia in Italia.

### IL CONTRATTO

Concludendo un contratto *on-line* non avete meno diritti di quando concludete un contratto di persona: per i contratti *on-line* valgono tutte le garanzie per il consumatore e tutte le norme che sono applicabili ai contratti "reali". Il consumatore deve ricevere un informativa indicante:

- a) condizioni e modalità di esercizio del diritto di recesso;
- b) indirizzo geografico (indirizzo "reale", non solo indirizzo *e-mail*) della sede del fornitore a cui il consumatore può presentare reclami;
- c) informazioni sui servizi di assistenza e sulle garanzie commerciali esistenti;
- d) condizioni di recesso dal contratto in caso di durata indeterminata o superiore ad un anno.

Il contratto si conclude solamente quando ricevete la *e-mail* di conferma dell'acquisto che il venditore vi deve inviare; conservate questa *e-mail* insieme agli

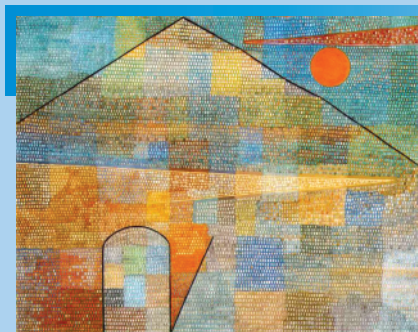
altri documenti relativi all'acquisto.

### METODI DI PAGAMENTO

Acquistando tramite *Web*, il pagamento più utilizzato è la carta di credito, ma alcuni siti consentono di pagare anche con bollettino postale o tramite bonifico. Quando si utilizza la carta di credito, i dati non dovrebbero essere richiesti dal venditore se non in seguito ad un ordine, e non prima; i relativi accrediti verranno fatti invece dopo 10 giorni.

E' consigliabile controllare sempre gli estratti conto e, qualora ci si accorga di un utilizzo fraudolento rivolgersi immediatamente al proprio istituto bancario, che vi rimborserà ogni qualvolta risulti un prelievo maggiore di quello indicato nel contratto, o comunque un utilizzo fraudolento della vostra carta. L'istituto di credito potrà evitare di rimborsarvi solamente qualora riesca a provare che l'ordine è partito da voi.

Ultimamente si sta diffondendo anche l'uso di carte prepagate e borsellini elettronici, che svolgono la stessa funzione della carta di credito; alcuni servizi possono essere utilizzati anche da chi non sia titolare di carta di credito o addirittura da chi non possieda nemmeno un conto in banca. Rispetto alla carta di credito presentano il vantaggio di richiedere la trasmissione dei dati relativi solo ad una piccola somma, piuttosto che quelli di un intero conto corrente, eliminando dunque ogni timore di rendere vulnerabile il conto corrente. Alcuni istituti bancari mettono invece a



*Ad Parnassum*  
1932 - olio su tela e stampa  
Berna - Kunstmuseum

disposizione dei loro clienti una sorta di carta di credito virtuale: per spendere del denaro *on-line* si dovranno digitare codici diversi ad ogni acquisto, come se ogni volta si utilizzasse una carta di credito differente, che esiste solo in relazione alla specifica transazione.

Un altro metodo di pagamento ancora poco diffuso in Italia è il denaro elettronico, che si presenta come un mezzo tale da garantire sicurezza e riservatezza nei pagamenti. È possibile utilizzarlo solamente sui siti che accettano pagamenti cosiddetti *E-cash*. Il consumatore deve procurarsi il *software* necessario, scaricandolo gratuitamente dalla rete, ed aprire un conto virtuale presso le banche abilitate *on-line*; dopodiché il trasferimento di denaro elettronico avviene rapidamente ad ogni acquisto.

Con *PayPal* è possibile effettuare transazioni presso molti negozi *on-line* (compreso *Ebay*). Registrandosi gratuitamente viene aperto un conto personale appoggiandosi ad un altro conto corrente, carta di credito o prepagata, come la *Postepay*). Non è necessario

comunicare in alcun modo i propri dati o i numeri delle carte di credito.

I pagamenti possono essere quindi effettuati tramite il proprio conto *Paypal*. L'invio di denaro è gratuito e dopo di esso il cliente riceve una *e-mail* che gli conferma il pagamento effettuato. Al contrario, la ricezione è invece soggetta a tariffazione. Il prelievo, è gratuito se la cifra corrisponde a 100 euro o più, mentre viene tassato di 1 euro nel caso sia inferiore a questo importo.

Non comunicare mai i dati della carta di credito, o altri dati riservati, tramite *e-mail*.

### **LA CONSEGNA**

Il venditore deve indicare il termine entro il quale verrà consegnata la merce o verrà dato inizio al servizio acquistato. Molto dipende dal genere di prodotti che si acquista: se il passare dei giorni pregiudicherebbe l'integrità del prodotto. In ogni caso, il termine non può essere superiore a 30 giorni.

**RECESSO E CONTROVERSIE**

Se si cambia idea riguardo un acquisto troppo affrettato, o se per qualunque motivo si vuole annullare un ordine, è possibile farlo esercitando il diritto di recesso, analogamente a quanto succede per i contratti conclusi fuori dai locali commerciali e per le vendite a distanza, in qualunque modo effettuate (è lo stesso per gli acquisti da catalogo, per le televendite ecc.).

Comunicherete al venditore la vostra intenzione di recedere, rinuncerete al bene o servizio ordinato e avrete rimborsata l'intera somma pagata, senza che il venditore possa addebitarvi alcuna penale.

Il termine per l'esercizio del recesso, e anche per rispedire il bene, è di 10 giorni lavorativi dal momento della ricezione del bene; nel caso si tratti dell'acquisto di un servizio, il termine inizia a decorrere dal giorno in cui il contratto è stato concluso. Se il venditore non fornisce le informazioni riguardo il diritto di recesso, il termine è di tre mesi.

Il rimborso deve invece avvenire entro 30 giorni da quando il venditore ha ricevuto la raccomandata; possono essere poste a vostro carico le spese necessarie per restituire il bene al venditore, ma solo se espressamente previsto dal contratto.

Per recedere è necessario inviare al venditore una raccomandata con ricevuta di ritorno; ogni altro mezzo - come una telefonata, una lettera semplice o un fax - non è ritenuto sufficiente, a meno che

non sia confermata con raccomandata o che sia diversamente indicato sul sito. Nella raccomandata si deve dichiarare di volere esercitare il diritto di recesso, indicando il bene in questione ed il relativo prezzo; non è necessario indicare il motivo per il quale si è cambiata idea. Per rendere il bene è necessario seguire le indicazioni del venditore: nella maggior parte dei casi si dovrà rispedire per posta, ma vi può anche essere chiesto di portare il prodotto presso un punto di raccolta nella vostra città, oppure per il ritiro può essere mandato un corriere presso il vostro indirizzo.

Il diritto di recesso si può esercitare anche quando il prezzo del bene sia coperto da credito concesso al consumatore: in questo caso il relativo contratto di credito sarà risolto automaticamente, senza nessuna penalità.

Non per tutti i prodotti si può esercitare il diritto di recesso; non potrete rimandare indietro tutti i beni facilmente deteriorabili (come ad esempio gli alimenti freschi), i prodotti personalizzati (come una camicia su cui avete fatto ricamare le vostre iniziali), gli audiovisivi e *software* sigillati, una volta aperti, le riviste; non si può esercitare il diritto di recesso anche per i servizi la cui esecuzione sia iniziata immediatamente dopo la conclusione del contratto. Il diritto di recesso è previsto per le norme sulle vendite a distanza e sui contratti negoziati fuori dei locali commerciali.

## Dialers

I *dialers* sono *software* che creano automaticamente una connessione ad *Internet*, ad un'altra rete di calcolatori o semplicemente ad un altro computer tramite la comune linea telefonica o un collegamento ISDN, servizio di telefonia digitale disponibile su abbonamento nelle aree coperte dal servizio.

La pericolosità del *dialer* è che nella maggior parte dei casi il *dialer* instrada la chiamata verso numeri telefonici a tariffazione maggiorata (144, 899, 709 etc.), con un notevole aggravio di spesa in bolletta.

I *dialers* sono illegali quando non avvertono della connessione a pagamento. Spesso l'avviso è presente, ma poco visibile, a fondo pagina, scritto con caratteri piccoli o in lingue straniere che spingono il navigatore a credere si tratti di un innocuo *plug-in* da installare. La legge, però, non prevede alcuna specifica sulla dimensione del carattere o sulla visibilità delle tariffe.

I numeri *dialer* sono un servizio autorizzato da apposito regolamento del Ministero delle Telecomunicazioni. Esiste un sostanziale vuoto legislativo in materia, mentre da alcuni anni vengono discusse, con le associazioni dei consumatori e altri soggetti, varie proposte di regolamentazione con norme di contestazione degli addebiti e gratuità dei servizi di disabilitazione. Non è in corso né è presente nelle proposte attuali un limite alla tariffa al minuto, né l'obbligo

di classificare con uno stesso prefisso servizi che rientrano in una data fascia di prezzo o la pubblicazione dei numeri *dialer* nei tabulati. È una situazione che trova ampio spazio di manovra in Italia, mentre in altri Stati dell'Unione Europea esistono legislazioni in questo senso più ferree.

In mancanza di una legge, si moltiplicano le cause di conciliazione arbitrale fra i danneggiati dai *dialer* e gli operatori telefonici, una via più rapida di una causa civile per ottenere una riduzione o annullamento degli addebiti. Gli incontri hanno luogo con la mediazione delle associazioni dei consumatori, a sostegno di chi ha pagato la quota d'iscrizione.

Il metodo meno invasivo che questi *software* maligni usano per convincere l'utente ad installarli è fornire informazioni incomplete. Sono numerosi i siti *Web* che promettono loghi e suonerie per il telefono cellulare, canzoni e *file* mp3, ricette culinarie, immagini pornografiche gratuitamente, a patto che il navigatore installi un certo programma, anch'esso offerto gratuitamente. Il programma è in realtà un *dialer* che si connette a numeri telefonici dall'elevato costo (anche 3 euro/minuto), di solito un *file .exe* (ossia un *file* eseguibile). Le informazioni sul prezzo e sul numero chiamato sono spesso assenti o nascoste, inducendo di fatto l'utente a credere che i servizi offerti siano effettivamente gratuiti.

La maggior parte dei *dialer* maligni usa però metodi ancora più discutibili:



*Fenster* - 1919  
acquarello su carta  
Collezione privata

- sfruttano i *bug* dei *browser* o dei programmi di posta elettronica per installarsi automaticamente, in maniera analoga a *trojan* (tipo di *software* che deve il nome al fatto che le sue funzionalità sono nascoste all'interno di un programma apparentemente utile) e *spyware* (tipo di *software* che raccoglie informazioni riguardanti l'attività *on-line* di un utente senza il suo consenso);
- disabilitano l'altoparlante del *modem* e i messaggi che normalmente appaiono durante la connessione, in modo che l'utente non si accorga della disconnessione o della composizione di un numero diverso da quello dell'*Internet Provider* dai toni dei numeri durante la composizione;
- si sostituiscono alla connessione predefinita, in modo da essere utilizzati inconsapevolmente dall'utente ad ogni collegamento ad *Internet*, con risultati devastanti per le finanze della vittima;
- tentano inoltre di impedire la propria disinstallazione, avviando automaticamente all'avvio un processo che provvede alla re-installazione qualora

l'utente tenti di cancellare il *malware* (anche questo comportamento è simile a quello di *spyware* e *trojan*).



## Phishing

In ambito informatico il *phishing* è una attività utilizzata per ottenere l'accesso a informazioni personali o riservate con la finalità del "furto di identità". Si strumentalizza la comunicazione elettronica, soprattutto messaggi di posta elettronica, inviando *e-mail* contraffatte, con grafica e loghi ufficiali di aziende e istituzioni, che invitano i destinatari a fornire informazioni personali motivando tale richiesta con ragioni di natura tecnica.

In questo modo l'utente è ingannato e portato a rivelare dati personali, come numero di conto corrente, numero di carta di credito, codici di identificazione, che vengono poi utilizzati per scopi illegali.

Nei primi tre mesi del 2007 sono stati 225 i casi di *phishing* nel nostro Paese, con una media giornaliera di tentativi pari a 2,5. Rispetto allo stesso periodo nel 2006, il fenomeno è cresciuto dell'1,77% (rapporto trimestrale presentato da *Anti-phishing Italia*, osservatorio sul mondo degli illeciti legati alla rete).

### METODOLOGIA DI ATTACCO

1. l'utente malintenzionato (*phisher*) spedisce al malcapitato ed ignaro utente un messaggio *e-mail* che simula, nella grafica e nel contenuto, quello di una istituzione nota al destinatario (per esempio la sua banca, il suo *provider web*, un sito di aste *on-line* a cui è iscritto).

2. l'*e-mail* contiene quasi sempre avvisi di particolari situazioni o problemi verificatisi con il proprio conto corrente/*account* (ad esempio un addebito enorme, la scadenza dell'*account* ecc.).

3. l'*e-mail* invita il destinatario a seguire un *link*, presente nel messaggio, per evitare l'addebito e/o per regolarizzare la sua posizione con l'ente o la società di cui il messaggio simula la grafica e l'impostazione.

4. il *link* fornito, tuttavia, non porta in realtà al sito *web* ufficiale, ma ad una copia fittizia apparentemente simile al sito ufficiale, situata su un *server* controllato dal *phisher*, allo scopo di richiedere ed ottenere dal destinatario dati personali particolari, normalmente con la scusa di una conferma o la necessità di effettuare una autenticazione al sistema; queste informazioni vengono memorizzate dal *server* gestito dal *phisher* e quindi finiscono nelle mani del malintenzionato.

5. il *phisher* utilizza questi dati per acquistare beni, trasferire somme di denaro o anche solo come "ponte" per ulteriori attacchi.

I principali utenti esposti al problema, sono soprattutto coloro i quali aggiornano con scarsa regolarità il proprio sistema, visto che un basso livello di sicurezza, nonostante la massima attenzione nel riconoscere o sospettare di qualunque *e-mail* di *phishing*, potrebbe comunque portare all'installazione automatica nel proprio sistema di codici



*Leggenda del Nilo*  
1937 - colori pastello su cotone su juta  
Berna - Kunstmuseum

malevoli.

#### **COME DIFENDERSI**

1. Non fornite dati personali tramite *e-mail*: le importanti aziende e gli istituti di credito non chiedono mai, attraverso messaggi di posta elettronica, di fornire il "nome utente", la *password*, il codice per le operazioni dispositive o i dati delle carte di credito.
2. aggiornare costantemente il *software* dedicato alla sicurezza (antivirus, anti-spyware, ecc.) ed eventualmente anche il sistema operativo e i programmi per navigare in *Internet*;
3. utilizzare una *toolbar*, cioè il *box* che raccoglie sotto forma di icone i collegamenti alle funzioni più usate di un *software*, *anti-phishing* può aiutare a riconoscere i siti potenzialmente pericolosi, segnalando il livello di rischio e, in caso di *phishing*, è in grado di bloccare la navigazione (l'utente può, in ogni caso, scegliere di continuare a "navigare"). Alcune *toolbar* sono disponibili sul *web* e possono essere installate gratuitamente;

4. Siate sempre sospettosi. Se ritenete di aver ricevuto una *e-mail* di dubbia provenienza verificate la sua autenticità, ad esempio controllando la sua eventuale presenza all'interno di uno dei numerosi siti *anti-phishing*. A questo punto il passo successivo è quello di denunciare immediatamente la frode all'azienda contraffatta stando attenti a NON utilizzare i collegamenti presenti all'interno dell'*e-mail* ricevuta.
5. nel caso in cui siano stati forniti i codici personali, cambiare al più presto la *password* di accesso ai servizi e informare immediatamente l'istituto di credito.

## Tutela della privacy

I dati personali del consumatore sono riservati, dunque è necessario uno specifico consenso affinché il venditore possa “trattarli”, cioè raccogliervi, conservarli in archivio, comunicarli a quei soggetti che devono necessariamente intervenire per eseguire l'ordine, al fine di eseguire il contratto. E' questo che viene chiesto quando si domanda il consenso al trattamento dei dati ai sensi della legge 675/96, che ha per oggetto proprio la *“Tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento dei dati personali”*.

Il venditore deve rendere possibile esprimere consensi separati al trattamento dei dati: per la sola esecuzione del contratto o anche per ricevere comunicazioni commerciali; se il venditore chiede il solo consenso ai fini dell'esecuzione del contratto non potrà inviare materiale pubblicitario.

Riguardo il trattamento dei dati personali il venditore è tenuto a dare una serie di informazioni:

- riguardo le finalità e le modalità del trattamento dei dati;
- riguardo le conseguenze del rifiuto al consenso;
- deve specificare quali sono i dati indispensabili per l'esecuzione del contratto, in modo da poter scegliere se fornire o meno tutti i dati richiesti;
- deve indicare il nome ed il recapito del titolare del trattamento dei dati;
- deve comunicare il diritto di conoscere

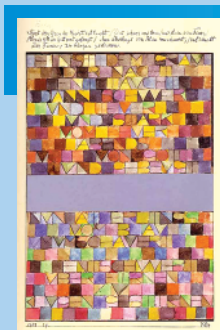
quali sono i dati in possesso del venditore, il diritto di modificarli, aggiornarli o cancellarli, nonché di opporsi al trattamento di essi.

Nel sito del Garante per la Privacy è possibile scaricare un modello di lettera per esercitare i propri diritti in materia di privacy, ai sensi dell'articolo 13 della Legge 675/96 (opporsi al trattamento dei dati, chiederne la cancellazione o la modifica, chiedere quali sono i dati in possesso del venditore).

### DIRITTI

Indipendentemente dal rapporto esistente tra i mittenti ed i destinatari dei messaggi, chi detiene i dati deve assicurare in ogni caso agli interessati la possibilità di far valere in ogni momento i diritti riconosciuti dalla legge, i quali sono spesso esercitati per conoscere da quale fonte sono stati trattati i dati, o per far interrompere gratuitamente la loro ulteriore utilizzazione ai fini commerciali-pubblicitari, oppure per far cancellare i dati trattati in violazione di legge (art. 13, comma 1, lett. e, della legge).

Nel sito *Internet* del Garante è riportato un modello-tipo per esercitare tali diritti in maniera agevole, gratuitamente e senza particolari formalità, anche verbalmente o mediante posta elettronica, dimostrando la propria identità (art. 17, comma 1, d.P.R. n. 501 del 31 marzo 1998). Tale modello è utilizzabile in luogo di altri reperibili in reti telematiche che non sono pienamente validi



*Dapprima innalzatosi dal grigiore della notte...*

1918 - acquarello, disegno a china su carta

Berna - Kunstmuseum

in quanto si riferiscono anche ad aspetti non riconosciuti dall'art. 13 della legge n. 675 (ad esempio, chiedono il rilascio di attestazioni o la copia di autorizzazioni non previste).

I diritti vanno esercitati sulla base di tale modello direttamente presso l'indirizzo conoscibile del titolare o del responsabile del trattamento, riservando solo ad un eventuale momento successivo l'instaurazione di una procedura contenziosa dinanzi al Garante o all'autorità giudiziaria.

## A chi rivolgersi

Sulla rete viene esercitata un'attività di vigilanza volta a prevenire e reprimere l'attività criminale, perseguendo chi sfrutta la rete per fini illegittimi o attua delle azioni che ne intaccano la sicurezza. In Italia, in particolare, questo servizio è svolto dalla Polizia Postale delle Comunicazioni.

Per le truffe di tal genere è possibile applicare le sanzioni previste dal codice penale per le frodi informatiche: reati perseguibili a querela di parte, da sporgere nelle sedi opportune.

Ricorda che una *e-mail* di denuncia non equivale a una querela.

Per maggiori informazioni visitare sito [www.poliziadistato.it](http://www.poliziadistato.it)



## Collana Guide Amiche

L'efficacia, l'efficienza e l'innovazione di un settore passano anche attraverso l'aggiornamento e l'elaborazione teorica.

Le Guide Amiche vogliono offrire idee, consigli, indicazioni che sostengano i consumatori nella ricerca di nuovi percorsi di mercato e risoluzione di conflitti.

### ADOC in Piemonte

#### **:: ADOC REGIONALE E PROVINCIALE TORINO ::**

Via Cigna, 45 - 10152 TORINO  
www.prezziadoc.org - www.causeinrete.it  
Telefono 011/4364331 Fax 011/4364373  
E-mail adoc.torino@tiscali.it

#### **:: SEDE ALESSANDRIA ::**

Via Fiume 10 Alessandria 15100  
Telefono 0131/287736 Fax 0131/267875

#### **:: SEDE ASTI ::**

Corso Alfieri 157 Asti 14100  
Telefono/Fax 0141/594882

#### **:: SEDE CUNEO ::**

Via Roma 27 Cuneo 12100  
Telefono 0171/67718 0171/6959 Fax 0171/681427

#### **:: SEDE IVREA ::**

Via Gariglietti 25 Ivrea 10015  
Telefono 0125/633115 Fax 0125/43657

#### **:: SEDE NOVARA ::**

Via Alighieri 23 Novara 28100  
Telefono 0321/659557 Fax 0321/392682

#### **:: SEDE VERBANIA ::**

Via Baletti 67 Verbania 28044  
Telefono 0323/53969 Fax 0323/53969

#### **:: SEDE VERCELLI ::**

Corso Fiume 85 Vercelli 13100  
Telefono 0161/51720 Fax 0161/54460