



'Responding to Life'





INCONTRO DI STUDIO

Sistemi di pagamento: la difesa dal furto di identità, profili normativi e i nuovi scenari tecnologici

Roma 22 maggio 2013



Il Furto d'identità e gli italiani: tra percezione e prevenzione

Walter Bruschi
Non Executive Chairman
SE&Latam
CPP - Card Protection Plan Ltd.

I principali obiettivi generali della ricerca (desk, quali e quanti) sono stati:

- **Identificare la conoscenza e l'immagine nei confronti del furto di identità**
- **Individuare il vissuto reale o immaginato del processo di furto di identità**
- **Verificare l'utilizzo di Internet ed i rischi percepiti per l'identità**
- **Individuare le tecniche di prevenzione adottate**
- **Approfondire le attese e i bisogni soddisfatti\insoddisfatti a livello di informazione mediale nei confronti del furto di identità**



- **Confusione e assenza di condivisa percezione sulla conoscenza e sull'immagine del furto di identità**

Infatti, quasi tutti gli intervistati riconoscono il termine “clonazione di carte di credito” (96,4%) i $\frac{3}{4}$ hanno sentito il termine “furto di identità”, ma solo il 43,2% degli uomini ha sentito nominare il termine phishing e ancora minori sono le percentuali per gli altri input dati durante l'intervista telefonica (skimming, trashing, vishing).

- **Immagine frammentata, e implicitamente “cinematografica”, del furto di identità**

Circa la metà degli intervistati, infatti associa il furto di identità alla sostituzione di persona o a persone che in Internet carpiscono informazioni su conti correnti di malcapitati navigatori.



- **Internet appare essere latentemente la nuova frontiera per i professionisti del furto di identità.**

Questo media viene, considerato “aprioristicamente” o “inconsciamente” sicuro da coloro che lo utilizzano, presumibilmente per l’assenza di contatto fisico con altre persone.

E’ un media molto utilizzato dagli intervistati (circa il 75% lo utilizza a casa, al lavoro o in entrambi i luoghi, per le più svariate attività, a partire dall’email (85%), al consultare la propria banca online (circa il 50% degli Internet users) a visitare Facebook (38%).

- **Internet è il luogo preferito (48,4%) dove lasciare informazioni.**

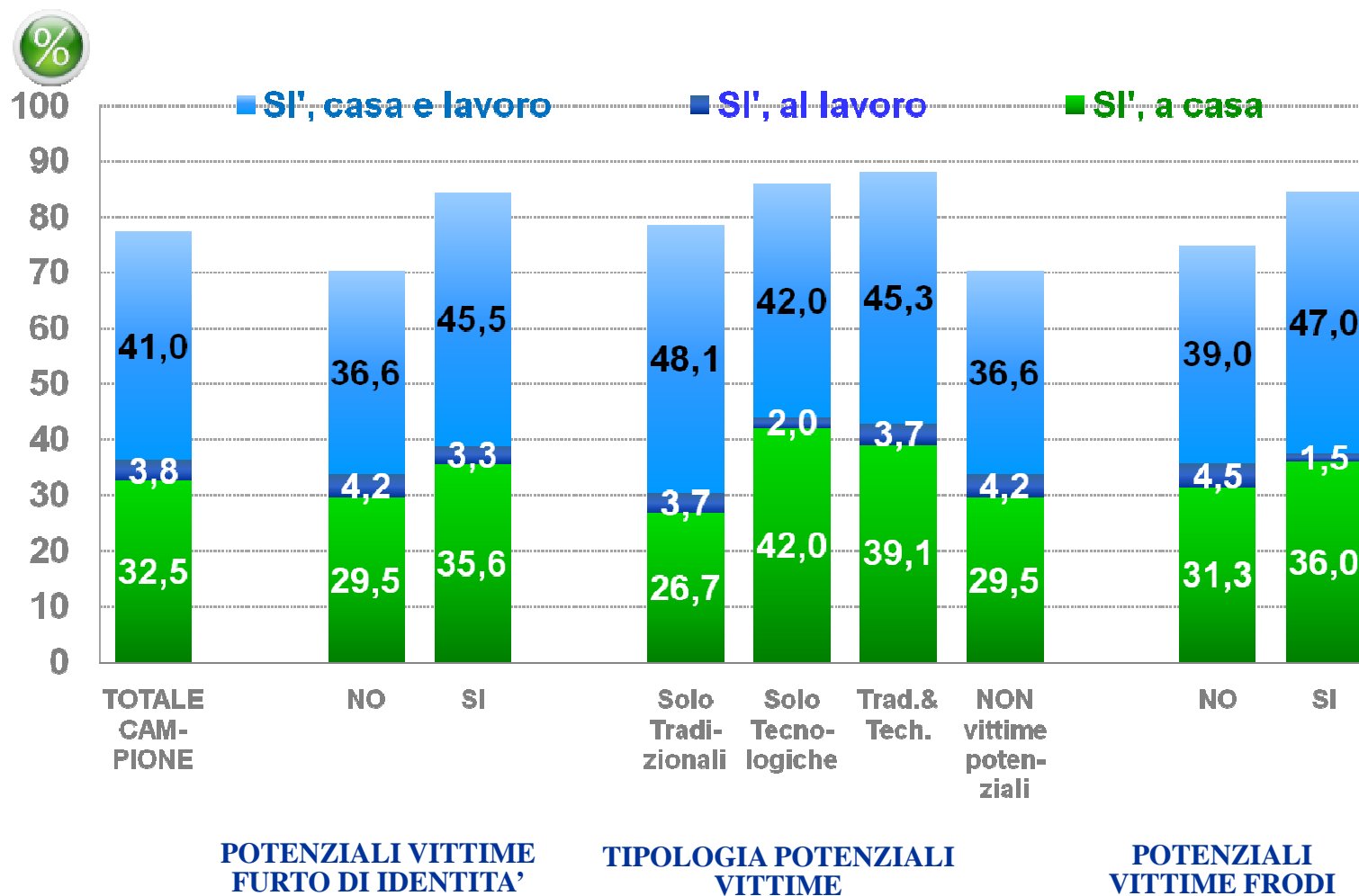
Tanto che il 17,2% dei partecipanti all’indagine dichiara di lasciare sempre o spesso informazioni personali su Internet. Le informazioni maggiormente rilasciate sono il proprio nome e cognome, il proprio indirizzo email, la data di nascita e l’indirizzo abitativo.



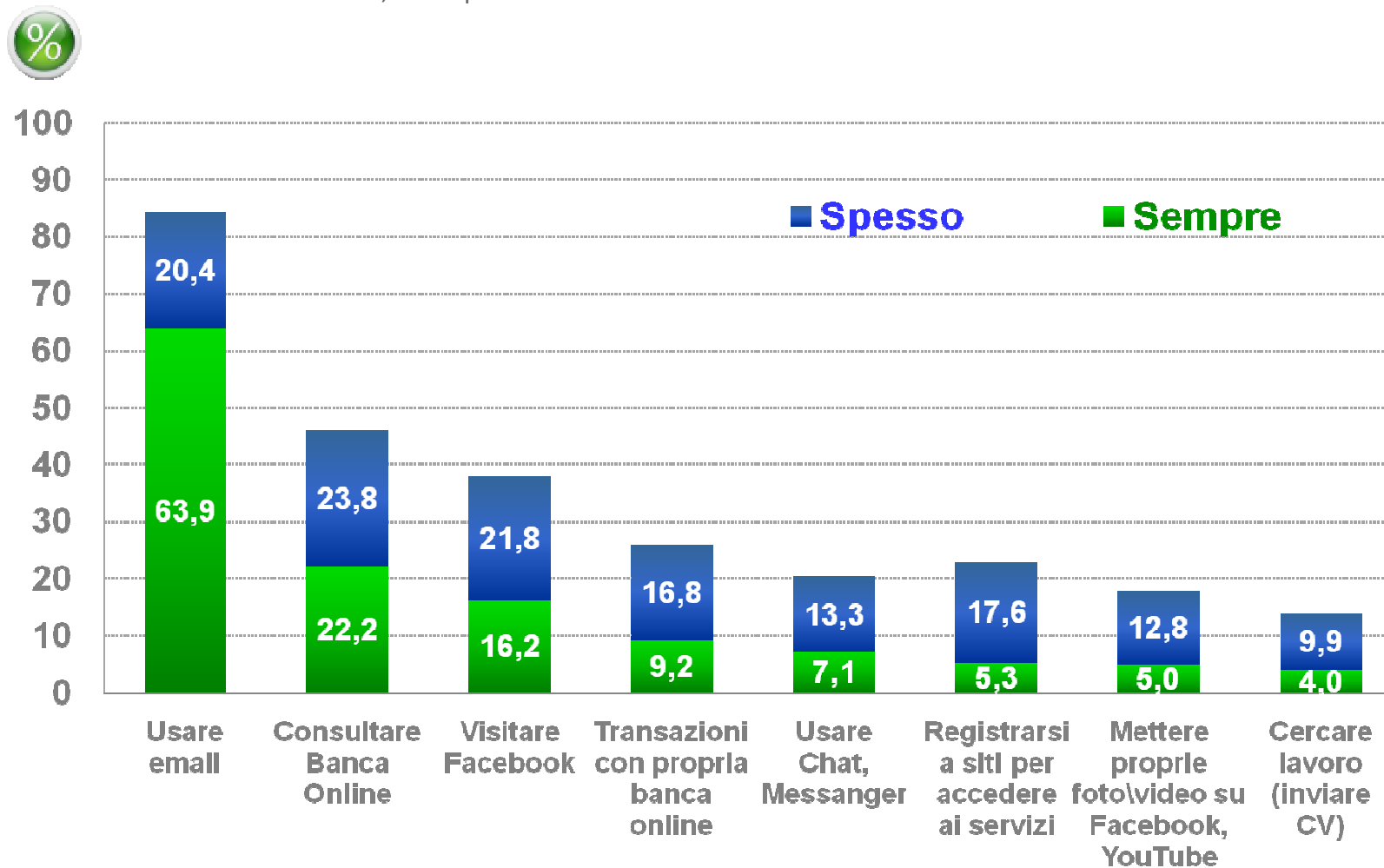
A fronte di questa massa di informazioni rilasciate in rete, vi sono due elementi che dovrebbero indurre a una maggiore cautela gli utilizzatori di Internet:

- **La scarsa sicurezza** che attribuiscono razionalmente a questo media (solo il 5% degli intervistati si dichiara molto sicuro riguardo le proprie informazioni personali durante la navigazione web.
- **Le limitate difese adottate nei confronti di potenziali furti di identità.** Anche se la quasi totalità degli intervistati (92,3%) utilizza un antivirus e l'23,7% cancella email di sconosciuti, tutte le altre forme di difesa (firewall, cancellazione di cookies e cronologia dal browser, ecc.) dagli altri pericoli derivanti dalla navigazione web sono adottati solo da una metà degli intervistati.

Base: Totale campione N=800; valori percentuali

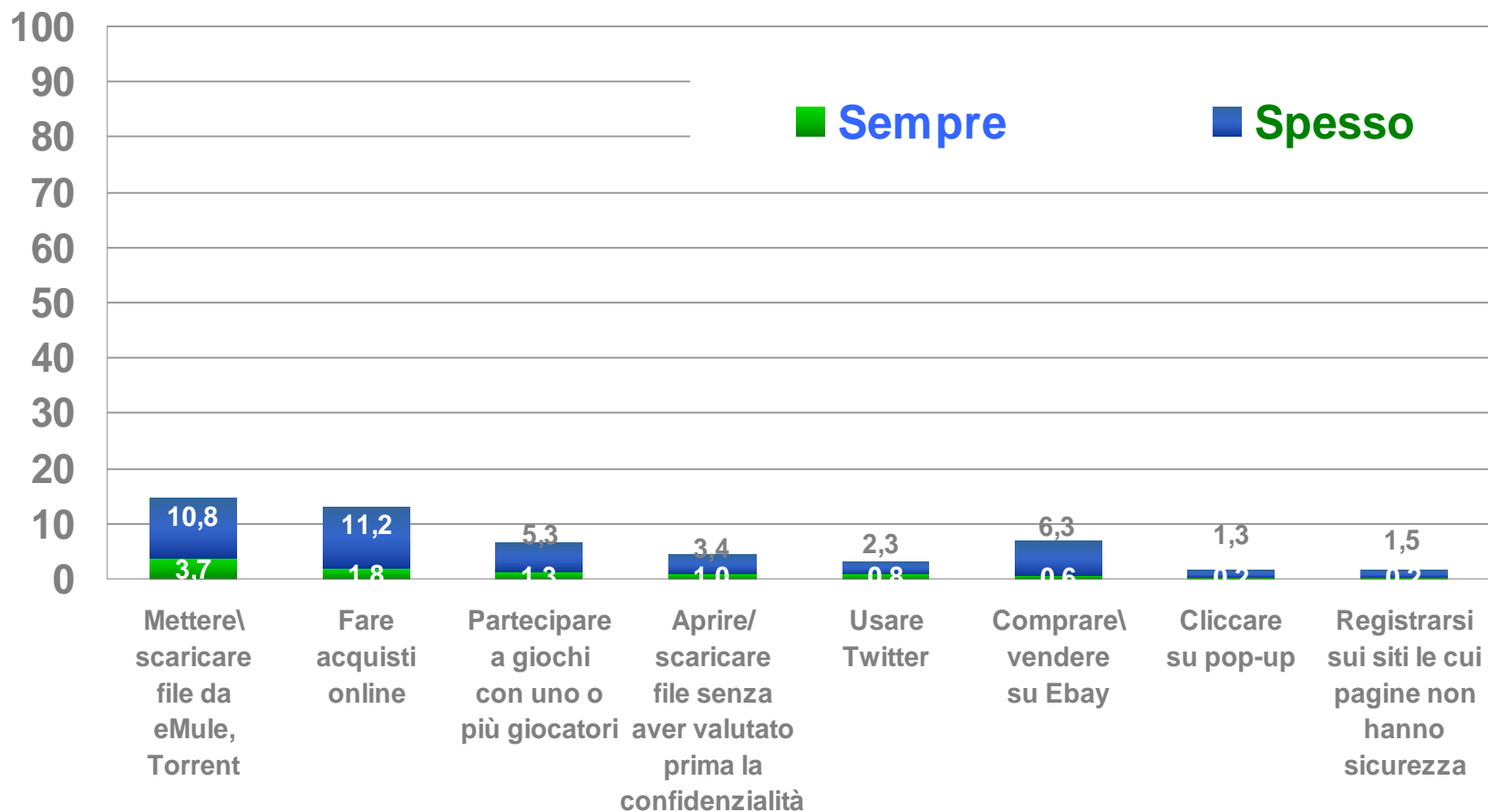


Base: Totale Internet users N=618; valori percentuali





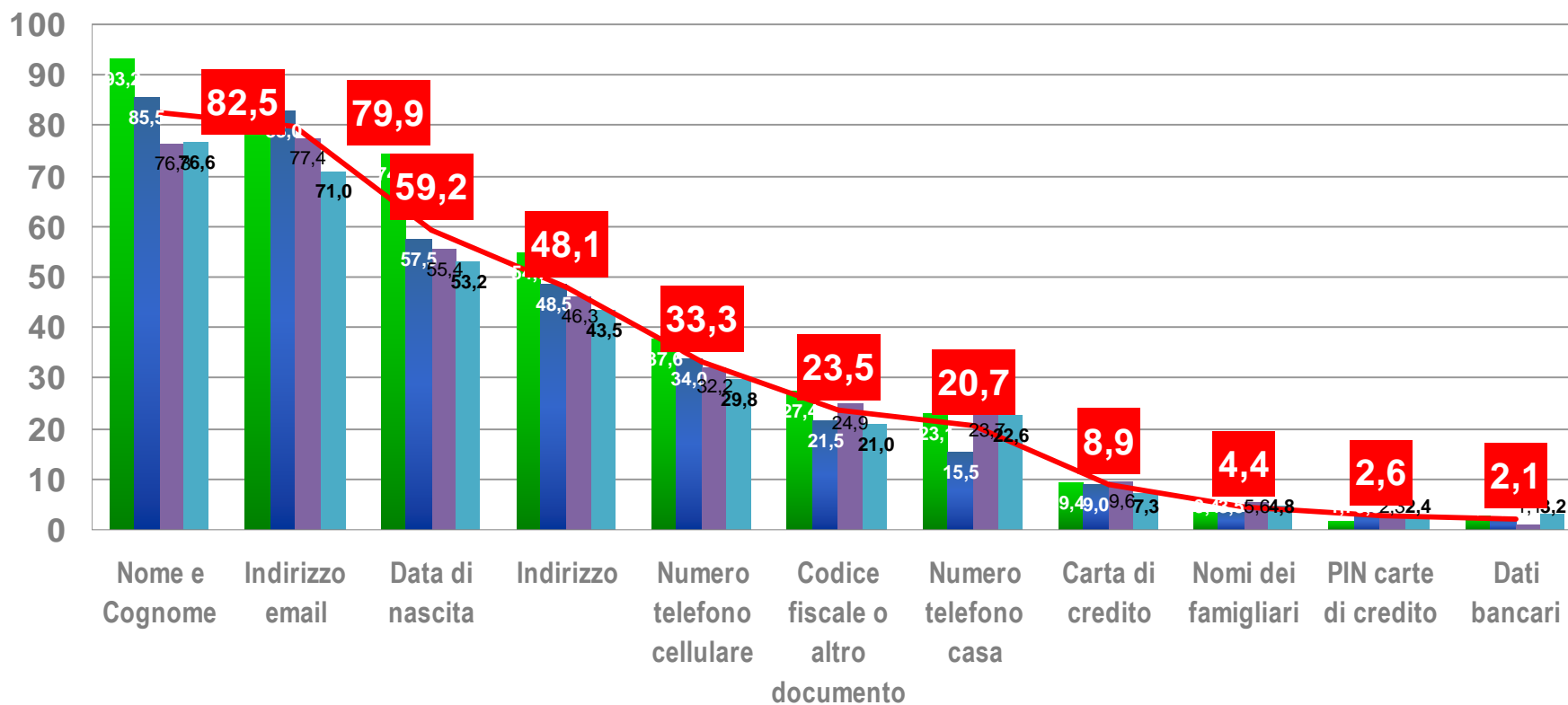
Base: Totale Internet users N=618; valori percentuali



Base: Totale Internet users N=618; valori percentuali

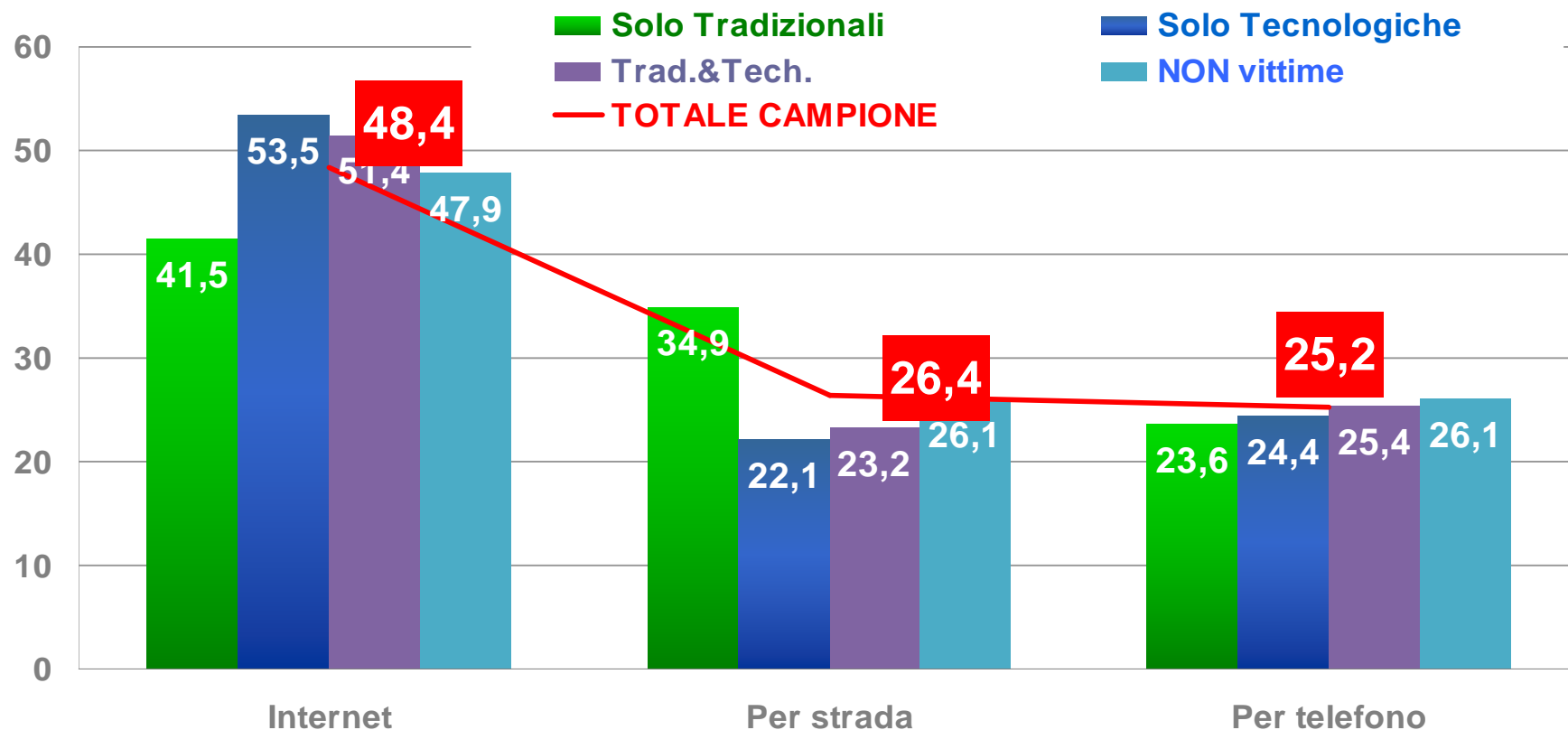


■ 25-30 ANNI
 ■ 31-40 ANNI
 ■ 41-50 ANNI
 ■ 51-60 ANNI
 — TOTALE CAMPIONE



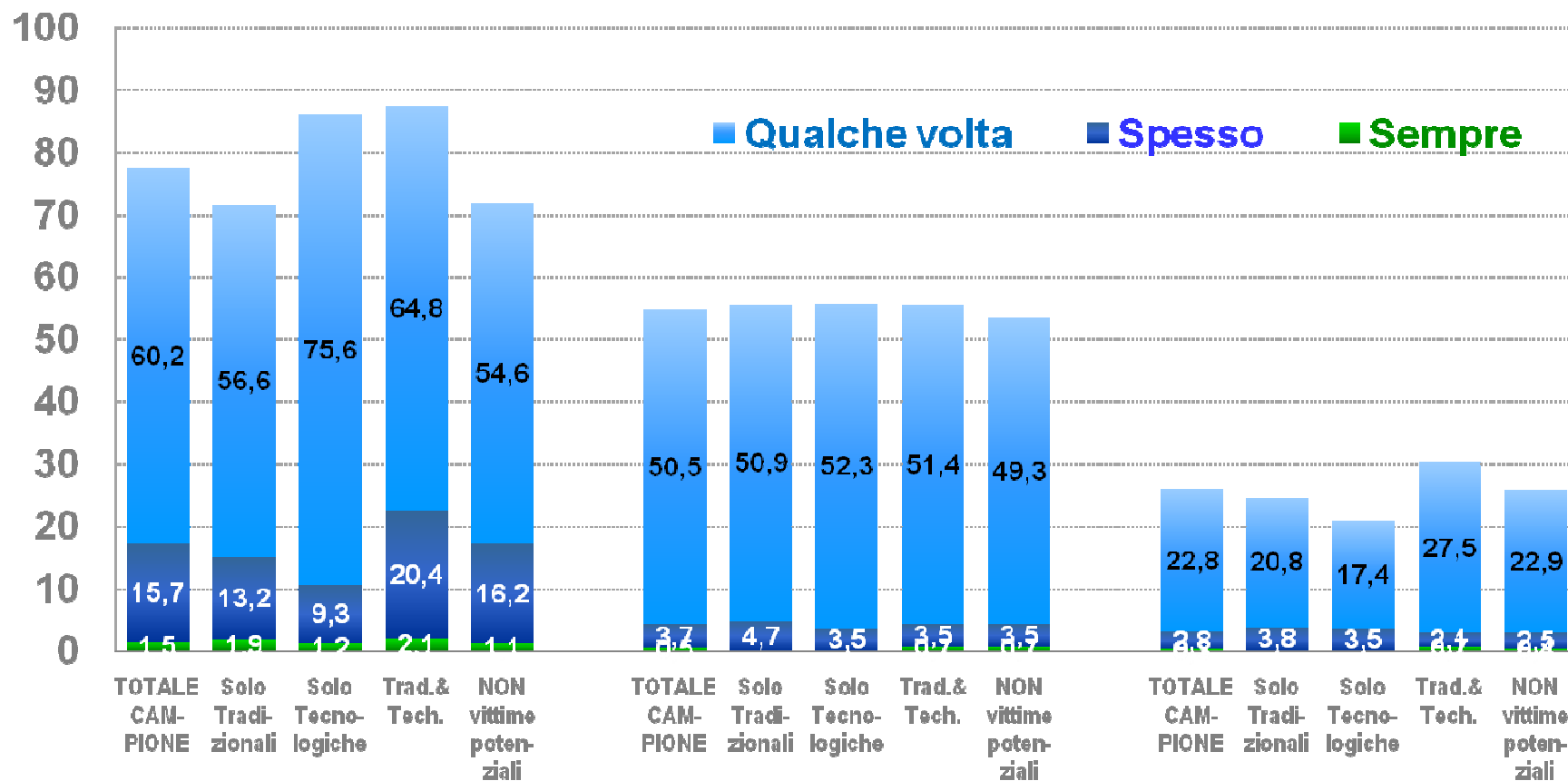


Base: Totale Internet users N=618; valori percentuali



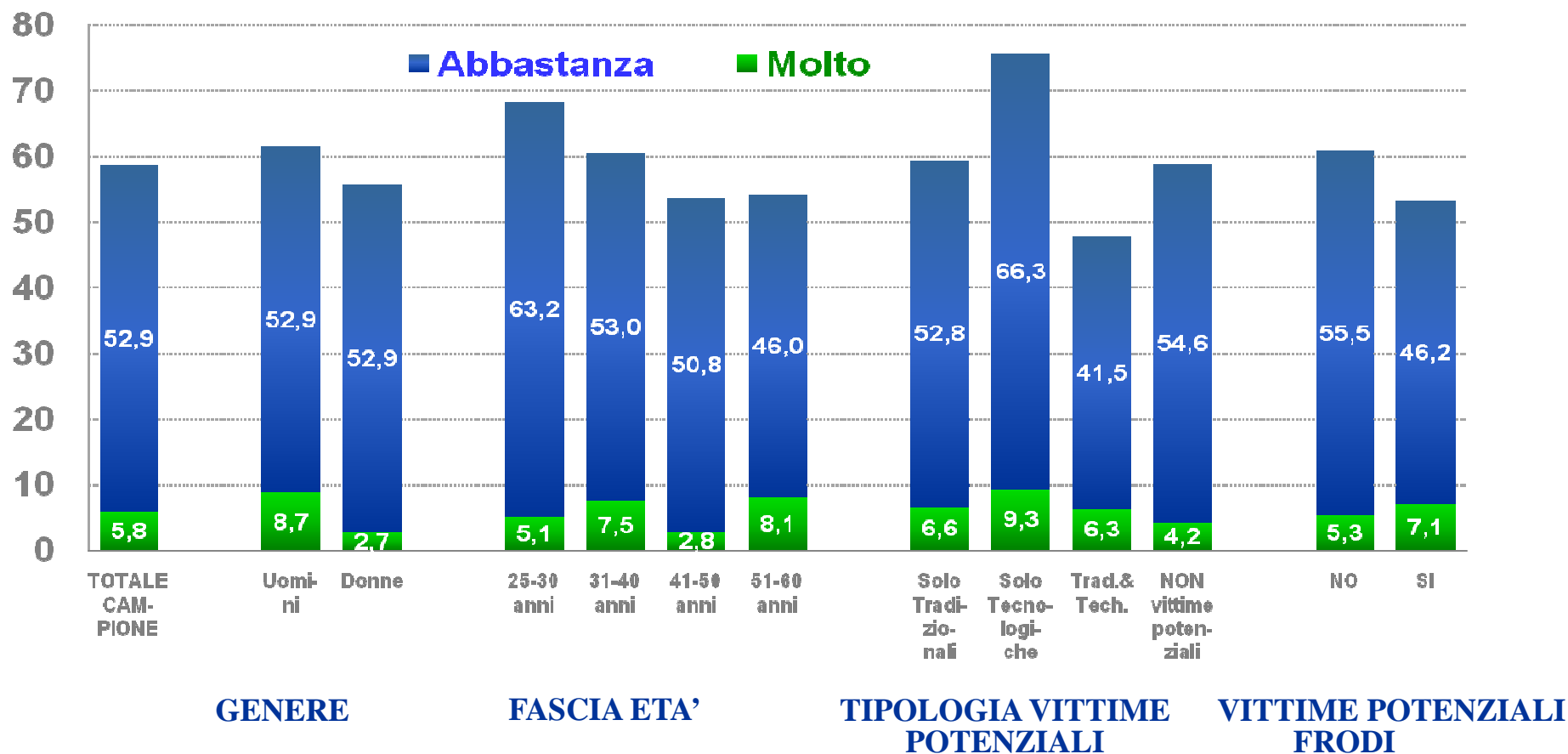


Base: Totale Internet users N=618; valori percentuali



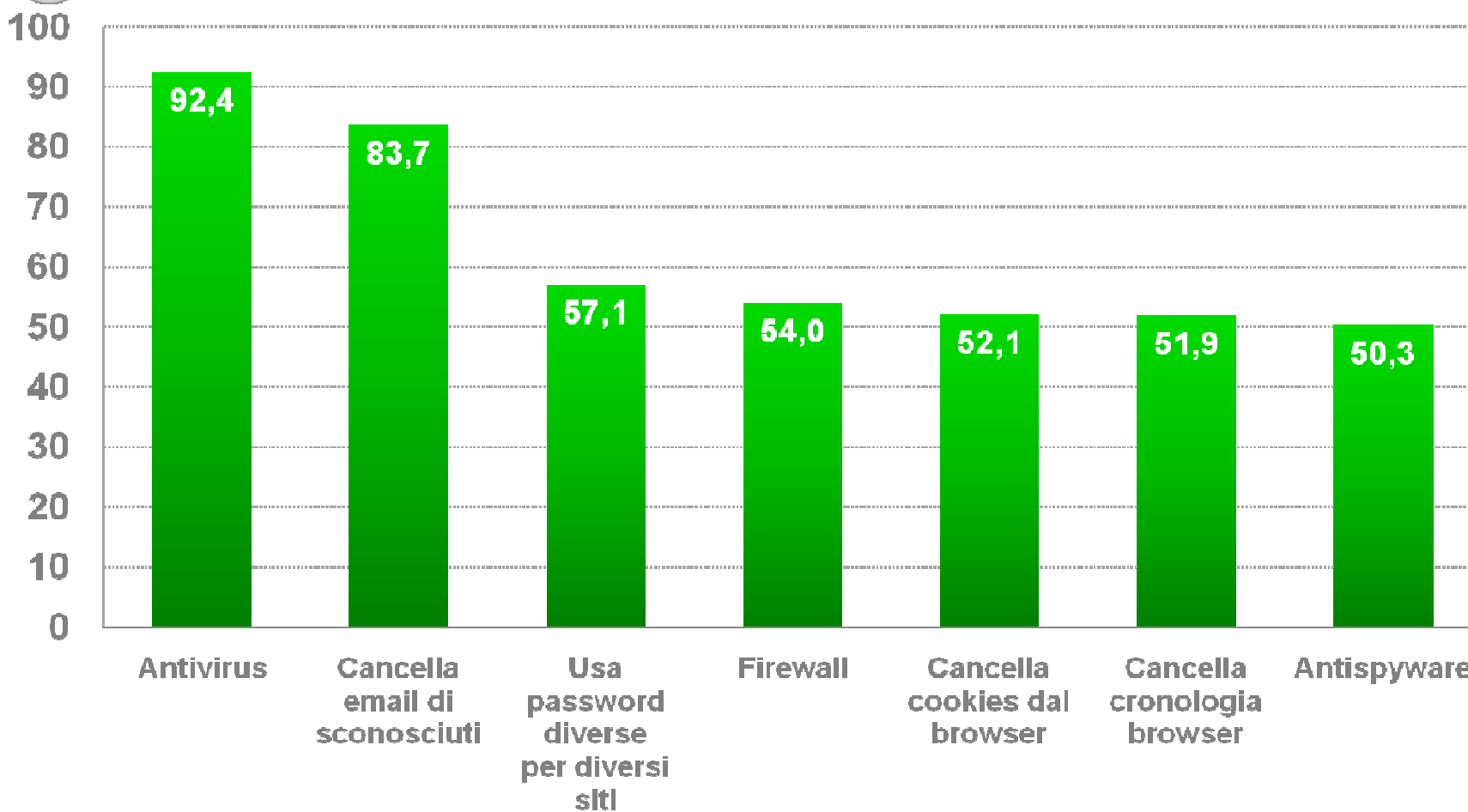


Base: Totale Internet users N=618; valori percentuali





Base: Totale Internet users N=618; valori percentuali



L'atteggiamento degli intervistati nei confronti di Internet è
Contraddittorio:

- da una parte → “luogo” pericoloso, dal quale tutelarsi con appropriate difese (basiche);
- dall'altra → “luogo” preferito dove effettuare operazioni potenzialmente rischiose, quali rilasciare proprie informazioni personali, eseguire transazioni economico-finanziarie e scambiare informazioni “personali” con amici.



Grazie per l'attenzione



'Responding to Life'



CPP – Card Protection Plan
Centro Direzionale Colleoni
Via Paracelso, 22
20864 Agrate Brianza (MB)

Tel: 039 657801
Fax: 039 6894293

info@cppitalia.it
www.cppitalia.it