

LA PREVENZIONE DEL FURTO D'IDENTITÀ IN EUROPA

Ricerca indipendente di mercato commissionata da Fellowes – Agosto 2009

A cura di: Dynamic Markets

Traduzione: Fellowes Leonardi



Consapevolezza nazionale

Questa ricerca indipendente di mercato mostra che, alla data attuale, 7,3 milioni di consumatori in Gran Bretagna, Irlanda, Germania, Belgio ed Olanda sono stati vittime di furto di identità. All'interno del campione, più consumatori in Gran Bretagna (4,3 milioni) e in Germania (2,69 milioni) sono stati vittime, in confronto a Belgio (90.000 persone), Irlanda (90.000 persone) e Olanda (130.000 persone). I diversi livelli di diffusione del furto di identità sembrano essere strettamente correlati alle abitudini, consapevolezza e livelli di protezione contro il furto ID, con i consumatori britannici che si dimostrano più consapevoli e inclini a prendere precauzioni, rispetto a belgi e olandesi, per cui le cose sono molto diverse.

Più in dettaglio, quasi tutti i consumatori europei hanno sentito parlare di furto di identità (99%) e il 78% si considera a rischio, ma la ricerca ha evidenziato una leggera crescita nella proporzione di coloro che si sentono a rischio (era il 74% nel 2008). Questa sensazione è più forte in Irlanda (92%) e UK (95%), ma solo il 43% degli olandesi la percepisce. In Europa, il 49% va oltre e descrive la minaccia come seria, incluse le vittime; e ancora, questa sensazione è più comune in Irlanda (72%) e UK (68%).

Al contrario, il 12% degli europei ammette di non avere idea di come la minaccia di furto di identità possa riguardarli personalmente, opinione particolarmente diffusa in Belgio (26%) e Olanda (24%). Un altro 9% pensa che la minaccia di furto ID non li riguardi e questa opinione è particolarmente diffusa in Olanda (31%).

I ladri di identità contano sulla ingenuità della gente; la ricerca mostra che il 23% dei consumatori ammettere di non sentirsi bene informato riguardo a nessuna delle problematiche connesse al furto di ID (grafico 1), ma questo è inferiore al 27% registrato nel 2008. Significa che le persone sono più informate ora rispetto a quanto lo erano un anno fa. Detto questo, il 77% però non si sente bene informato riguardo a tutte le aree connesse a questo tipo di crimine.

Sapere cosa i criminali potrebbero potenzialmente fare con i propri dati è l'area in cui molti consumatori si sentono preparati (55%). In contrasto, meno persone sono bene informate riguardo al valore finanziario della loro identità per un criminale (42%). Ad ogni modo, ad una significativa proporzione manca di consapevolezza nelle due aree che possono creare veri

problemi ai ladri di identità: primo, come i ladri possono accedere alle informazioni personali (55% delle persone lo ignora); secondo, i consumatori ignorano le misure che possono essere prese per prevenire il furto di ID (il 54% lo ignora).

Ad ogni modo, i consumatori in Germania, Irlanda e UK sono più informati su queste problematiche in confronto a belgi e olandesi. Il livello di conoscenza si è inoltre leggermente accresciuto nel corso dell'anno.

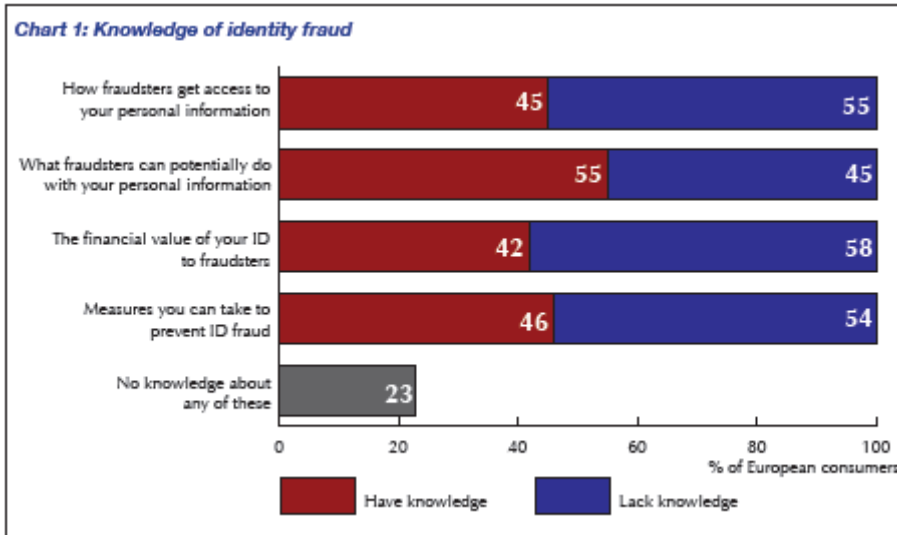


Grafico 1: Conoscenza del furto di identità

Protezione dei consumatori

In generale, i consumatori europei sembrano essere abbastanza coscienti della necessità di sicurezza domestica, con il 91% di loro che adotta una qualche forma di protezione a casa, e c'è stato un leggero aumento in tale dato rispetto al 2008 (era l'88%). (grafico 2). La protezione più comunemente adottata è un software di sicurezza sul proprio PC (78%) e questo è seguito da un 54% che ha blocchi alle finestre; meno hanno un allarme (30%) o forme di sicurezza personale (19%).

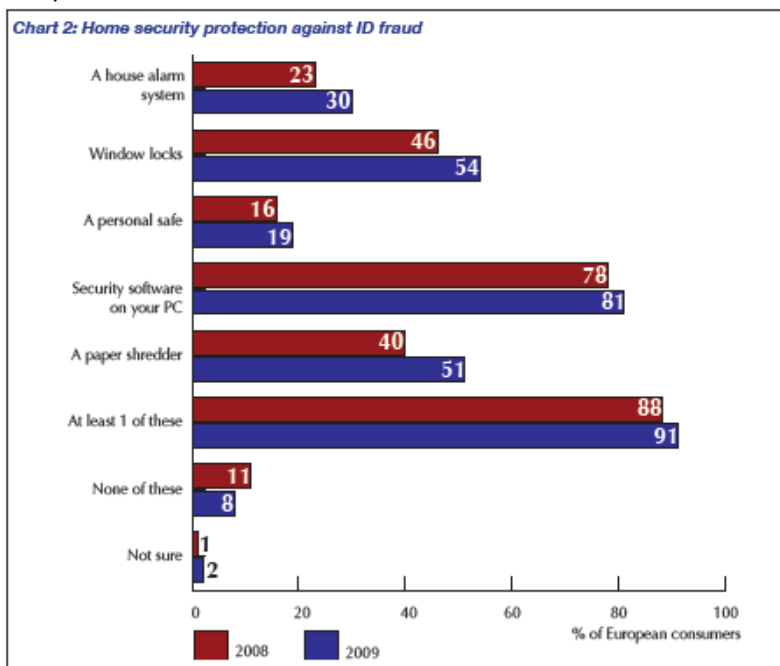


Grafico 2: Forme di sicurezza domestica contro il furto d'identità

Forse sorprendentemente, il 27% di coloro che sono stati vittima di furto di ID ancora non hanno un distruggidocumenti a casa, ma complessivamente il numero di coloro che hanno un distruggidocumenti o altre forme di protezione è aumentato rispetto allo scorso anno. Considerando l'attività costante di distruggere documenti come parte della propria vita domestica, solo il 24% degli europei distrugge i documenti contenenti informazioni potenzialmente sensibili prima di gettarli nel cestino, ma questa cifra è aumentata dal 17% del 2008.

Questo però significa che il 76% degli europei ancora non distrugge i documenti contenenti dati potenzialmente sensibili. Questo può essere relativo al fatto che le persone sono generalmente non bene informate riguardo a come i ladri di identità possono accedere alle loro informazioni personali o a cosa si può fare per prevenirlo. Ci sono infatti molti documenti che ancora la gente non distrugge, ma in confronto al 2008 c'è più gente che lo fa (tabella 1).

Tabella 1: oggetti personali che non vengono distrutti spesso

Oggetto	2008 – non distrutti	2009 – non distrutti
Documenti sensibili come estratti conto, bollette, etc	65%	54%
Copie cartacee di password, PIN e dettagli di log in	69%	58%
Qualunque documento con nome ed indirizzo	73%	63%
Lettere del medico o dell'ospedale	77%	68%
Qualunque documento firmato	76%	65%

Ma il possesso di un distruggidocumenti è solo uno dei tanti modi di minimizzare il rischio di subire un furto di identità; in particolare, l'attività più comunemente svolta quotidianamente dai consumatori è la ricerca di transazioni sconosciute su estratti conto e fatture (73%). Ma solo il 51% controlla estratti conto e fatture al momento del ricevimento.

La seconda attività più comunemente svolta dal 67% è di denunciare subito lo smarrimento di patente o passaporto.

Laddove il controllo della situazione creditizia personale è una opzione praticabile (ovunque nei paesi analizzati tranne che in Germania), il 36% dichiara di effettuarlo mensilmente, e questo maggiormente in Belgio (63%) rispetto alle altre nazioni (da 21 a 40%) con la cifra più bassa riscontrata in UK.

Infine, il 42% dichiara di effettuare ricerche ogni volta che non riceve posta che avrebbe dovuto arrivare. Ma, come per la distruzione di documenti, molte di queste attività sono più comuni adesso di quanto lo erano nel 2008. L'unica eccezione è il controllo del credito che è caduto dal 42 al 36%.

Responsabilità aziendale

L'identità delle persone non è vulnerabile solo a casa; ovunque, le aziende posseggono una mole di informazioni sui propri impiegati e su clienti e fornitori.

Se viene domandato quanto si sentono fiduciosi, il 96% degli europei risponde di non fidarsi completamente del fatto che le aziende con cui sono in contatto trattino le informazioni personali in modo tale da evitare che cadano accidentalmente nelle mani di ladri di identità (grafico 3).

In particolare, 1 su 4 (il 23%) non sono affatto fiduciosi, e solo il 4% sono assolutamente fiduciosi. La Germania è il paese dove in assoluto i consumatori sono meno fiduciosi (il 55% di loro non lo è). Al contrario, gli olandesi e i belgi sono i più fiduciosi nei confronti delle aziende con cui sono in rapporti.

La ricerca mostra che la mancanza di fiducia tra i consumatori, di fatto, è giustificata, in quanto il 92% dei lavoratori intervistati ammette che le identità di lavoratori e/o clienti dell'azienda

possono essere a rischio di furto di ID; e questa opinione è più comune in Germania, Irlanda (entrambi 95%) e UK (94%) piuttosto che in Belgio (87%) ed Olanda (86%).

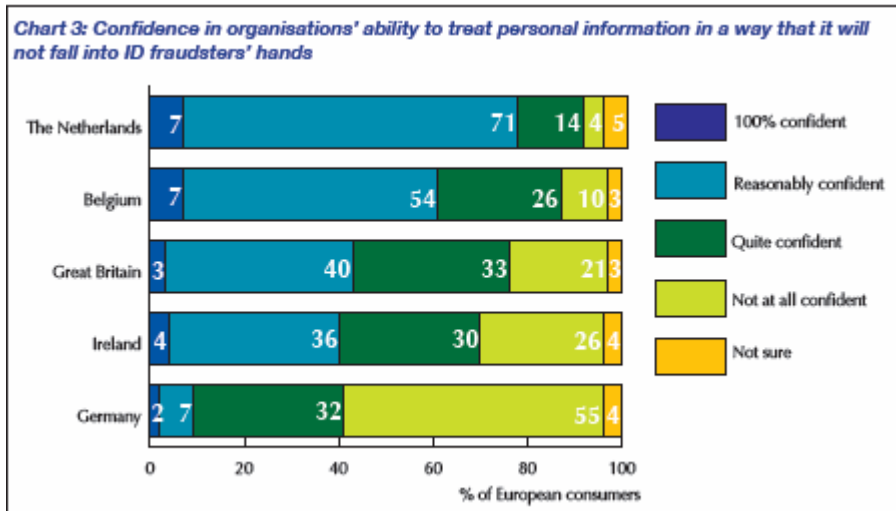


Grafico 3: Fiducia nell'abilità delle aziende di trattare le informazioni personali in modo sicuro

Politiche aziendali

Cosa fanno le aziende per proteggere impiegati e clienti dal furto di identità? La ricerca mostra che il 60% degli impiegati dice che le loro aziende hanno una politica esaustiva con regole chiare da seguire per proteggere l'identità delle persone; il 29% dice che invece una tale politica non esiste nelle proprie aziende, e un altro 11% ugualmente negativo sostiene di non sapere se tale politica esiste oppure no.

Questi regolamenti sono più comuni in Germania (78%) piuttosto che in Belgio (45%), Irlanda (54%), Olanda (57%) e Gran Bretagna (64%); la stessa cosa è vera per grandi aziende (67%) in confronto a piccole/medie aziende (54%).

Però, il 16% dei lavoratori non ha accesso a dispositivi di distruzione dei documenti al lavoro, e un ulteriore 3% non sono sicuri di avere accesso oppure no. Interessante che il 29% dei lavoratori di aziende senza distruggidocumenti dichiara che la propria azienda ha una chiara politica di protezione contro il furto ID; chiaramente, alcune politiche sono più complete di altre.

Condotta dei dipendenti

Quindi, perché le aziende sono ritenute così vulnerabili al furto d'identità dai loro dipendenti? In maggiore dettaglio, il 58% dei lavoratori ritiene che le identità di impiegati e clienti possano essere ottenute rovistando nei cestini delle aziende. Inoltre l'8% degli intervistati ammette di gettare dei documenti rischiosi intatti nel cestino e il 58% non sempre distrugge i documenti. In aggiunta, il 27% dei lavoratori che hanno a disposizione un distruggidocumenti al lavoro ammettono di non usarlo sempre, e un sorprendente 33% di lavoratori che ha già subito un furto d'identità non sempre distrugge documenti sensibili al lavoro.

Ironicamente, i consumatori belgi hanno il più alto livello di fiducia nelle aziende, ma al tempo stesso solo il 42% dei lavoratori distrugge tutti i documenti personali, contenenti dati sensibili o finanziari, propri e dell'azienda o dei clienti, come ad esempio fatture, dettagli di pagamento, copie di piani, ricevute, etc.

Ma la condotta dei dipendenti è chiamata in causa anche sotto un altro punto di vista: il 53% degli impiegati pensa che le informazioni relative alle identità possano essere acquisite rubando pezzi di carta dalle scrivanie; in più, il 52% pensa che possano essere rubate da sistemi di archiviazione di documenti cartacei.

In pratica, uno dei modi ritenuti più comuni dai lavoratori di ottenere informazioni a vantaggio dei ladri di identità è attraverso colleghi disonesti (67%); specialmente in Irlanda (73%), UK (75%) e in grandi aziende (74%). Meno persone (52%) pensano che le informazioni possano essere sottratte da addetti alle pulizie disonesti e altri operatori di servizio, ma questa opinione è più alta in Germania (53%), Irlanda (57%) e UK (58%) in confronto ad altre nazioni. Al contrario, il 66% pensa che le identità possano essere acquisite dai sistemi informatici dell'azienda e il 59% pensa che possano essere acquisite da informazioni sensibili perdute tra la posta.

Il 70% dei lavoratori europei intervistati ritiene che le loro organizzazioni dovrebbero fare di più per garantire la gestione sicura dei documenti contenenti informazioni confidenziali su di loro, sui colleghi e sui clienti, e questa sensazione non è cambiata negli ultimi 12 mesi. Questa opinione è particolarmente radicata in Irlanda (85%), in comparazione a tutte le altre nazioni (61 – 71%): ma non c'è differenza d'opinione se si considera la dimensione dell'azienda.

Metodologia della ricerca

Questo report è stato commissionato da Fellowes e dettaglia una ricerca quantitativa condotta su consumatori e lavoratori in UK, Irlanda, Germania, Belgio e Paesi Bassi. Un campione di 3000 interviste è stato raccolto tra questi stati intervistando consumatori adulti (maggiori di 18 anni). (Tab. 2). Il campione di consumatori è stato poi scremato per ottenere un campione di persone lavoratrici, sia impiegati in un ambiente d'ufficio che con compiti di gestione di informazioni su clienti e impiegati (incluse info di contatto, dettagli di carte di credito, business plan, fatture o ricevute). In totale, 1500 consumatori con queste caratteristiche hanno continuato a rispondere alle domande relative agli impiegati.

Tabella 2: Dimensioni dei campioni

Nazione	N° consumatori	N° lavoratori
Belgio	500	250
Germania	500	250
Irlanda	500	250
Olanda	500	250
Gran Bretagna	1000	500
Totale	3000	1500

Il campione è costituito da impiegati in vari settori industriali, alcuni dei quali fortemente rappresentati (vedi Grafico 4). Il 55% lavora in aziende medio piccole e il 45% in grandi aziende con oltre 250 dipendenti. Il campione è suddiviso equamente tra uomini (51%) e donne (49%) e tutti i gruppi demografici sono ben rappresentati. Il profilo demografico è stato confrontato con quello della ricerca dell'agosto 2008 e i due campioni sono notevolmente somiglianti.

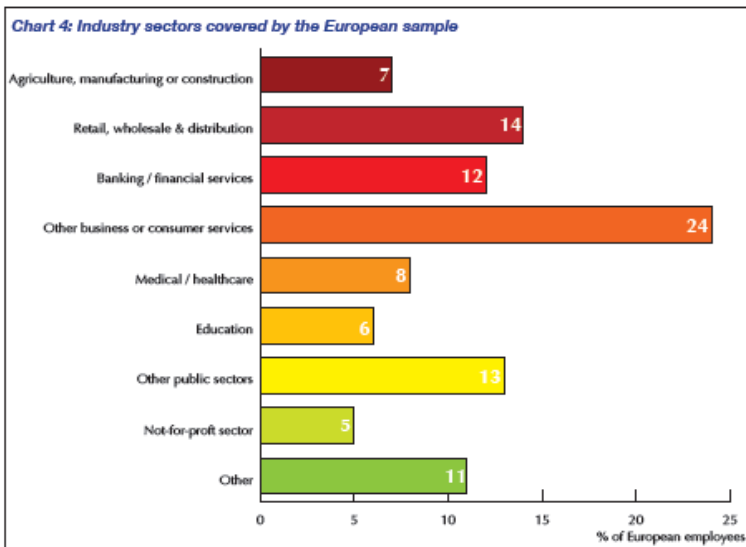


Grafico 4: settori industriali coperti dal campione europeo

Le interviste sono state condotte usando il panel on line globale GMI tra il 30 giugno e il 6 luglio 2009. Prima e durante l'intervista, non è stata fatta menzione agli intervistati che la ricerca era stata commissionata da Fellowes.

Credits:

Autore report: Dr. Cherry Taylor – Managing Director –Dynamics Market Ltd.

Contatto stampa UK: Jennie Scott – Fleishman Hillard – Technology

Contatto committente: Julie Mc Closkey – European Campaign Manager – Fellowes, Inc.

Traduzione italiana a cura di: Angela Ursi – Senior marketing assistant – Fellowes Leonardi s.p.a.

Contatto stampa Italia: Andreina D'Attolico – adattolico@fellowesleonardi.it

Marzo 2010.