

LE RETI WIFI SONO ANCORA SICURE?

Un gruppo di studenti di un'università australiana, ha scoperto un modo per "ingannare" il protocollo wireless 802.11b e realizzare un attacco di tipo "denial of service" in grado di bloccare la trasmissione di tutti i dispositivi collegati ad un Access Point.



«La notizia – commenta Piero Itta, analista di Markab - è considerata particolarmente allarmante per il fatto che al momento non esiste soluzione nota per questo problema. Questo è comunque uno dei tanti allarmi lanciati sulla sicurezza del Wi-Fi, il cui protocollo 802.11x è ritenuto "poco sicuro". Nei giochi olimpici di Atene, ad esempio, a causa della inaffidabilità del wireless, saranno usate esclusivamente reti "tradizionali».

Per quanto riguarda l'applicazione Wi-Fi in ambiente pubblico e dal punto di vista dell'utente finale ci si chiede quanto sia sentito il problema della sicurezza e quale sia il tema cruciale per lo sviluppo del Wi-Fi».

«A mio avviso – continua Ita - prima della sicurezza, per l'utente viene un altro problema, quello della accessibilità e usabilità del servizio. In base alla mappa degli Hot Spot realizzata dall'Osservatorio PeC, gli Hot Spot in Italia sono più di 800 e dalle mappe delle locations consultabili sui siti dei vari Wisp sembra che almeno nelle grandi città, l'utente "mobile" che ne ha la necessità può trovare facilmente un Hot Spot dal quale accedere ad internet.

Ma in seguito ad una nostra verifica effettuata in centro a Milano, è risultato che in alcune di queste location l'Hot Spot non è più attivo, che i proprietari delle location non sanno cos'è un Hot Spot e di averne uno all'interno della propria struttura, che le carte prepagate per accedere al servizio sono introvabili, che non c'è adeguata assistenza all'utente in difficoltà nella configurazione dell'accesso. Questo potrebbe essere la spiegazione al fatto che negli 800 Hot Spot in Italia vengono effettuati solo 400 accessi al giorno. Se nei primi mesi del lancio del servizio vi è stata una caccia alla conquista della location da parte degli operatori ora occorre rendere redditizie queste location e l'ostacolo principale, per ciò che riguarda l'accesso Wi-Fi pubblico, non sembra proprio sia nella sicurezza del protocollo di trasmissione».

INTERNET A VELE SPIEGATE

Superate le incertezze causate dalla "bolla", in Italia riprendono quota gli acquisti online, il trading online e gli investimenti in pubblicità sulla Rete.

Alla fine del 2003 i navigatori italiani erano 14,5 milioni, di questi circa tre milioni si connettevano con banda larga, vale a dire un incremento del 180% rispetto al 2002. I surfer incominciano ad apprezzare gli acquisti online: nel 2003 il commercio elettronico ha fatturato 1.207 milioni di euro, contro i 711 milioni del 2002. A anche il numero degli acquirenti on line è cresciuto, passando dagli 1,2 milioni del 2002 agli oltre 1,6 del 2003 (con una spesa pro-capite di circa 730 Euro).

In particolare, lo scorso anno, i supermercati on line hanno fatturato circa 30 milioni di euro con una stima di 40 milioni di euro nel 2004. Le prime tre aziende per fatturato on line sono Esselungaacasa, e-Coop e Volendo. Nonostante le performance dei "supermercati", a trainare le vendite (vedi tabella) sono ancora gli acquisti di libri (17,1% del totale), di viaggi (12,9% del totale) e di alimentari (11,8%). Quello che più conta è però che per il 2004 è atteso un tasso di crescita del giro d'affari dell'ordine dell'80/90% (e quindi il superamento della soglia dei 2 miliardi di Euro) e un incremento dei fruitori dell'ordine del 30 %.

Una recente ricerca condotta da ANEE-Assinform con la collaborazione di Overture, stima l'esistenza di circa 2,4 milioni di "web assistenti", ossia di navigatori che acquistano online per almeno altre 2 persone. Nel primo trimestre del 2004 si calcola che siano stati compiuti circa 13 milioni di atti di acquisto correlati ad attività di info-commerce indiretto.

L'analisi ha consentito di aggiornare le stime sulla crescita del commercio elettronico che tra il 2003 e il 2004 passerà da 1,2 a circa 2,1 miliardi di Euro con una crescita del 77,5%.

Secondo ANEE-Assinform sono 10,5 milioni gli Italiani che si informano online prima di acquistare, di questi oltre l'80% poi acquista offline. Il valore associato all'info-commerce nel 2003, pari a circa 5,7 miliardi di Euro, nel 2004 raggiungerà 10,9 miliardi, con un incremento del 90%. Per l'82,3% degli info-shopper i motori di ricerca sono il punto di riferimento per cercare informazioni prima di acquistare.

«Se ai numeri solitamente associati alle attività Internet e nello specifico a quelle di shopping online - ha affermato Roberto Liscia, Presidente di ANEE/Assinform - sommiamo il numero di navigatori che utilizza il web per informarsi prima dell'acquisto per se stesso o per altri, ci rendiamo conto di quanto il mezzo stia cambiando radicalmente le abitudini di spesa degli Italiani, molto più di quanto apparirebbe da una prima lettura focalizzata esclusivamente sull'ammontare degli acquisti online. Anzi il commercio elettronico è solo la punta dell'iceberg: l'info-commerce muove una spesa 4 volte superiore. Sarebbe un errore gravissimo continuare a considerare il web un luogo per pochi eletti, i numeri sono significativi in termini assoluti, ma ancora di più in termini prospettici. Il mercato della pubblicità su Internet, pur con la crescita registrata nell'ultimo periodo, non mostra sufficiente attenzione al mondo del web. Ci auguriamo che i dati presentati oggi facciano riflettere».

«Dai dati dell'osservatorio emerge che nel processo di info-commerce, che influenza gli acquisti sia online sia offline, il mezzo più utilizzato è il motore di ricerca con una rilevante percentuale dell'82.3%. - ha aggiunto Gianluca Carrera, European Commercial and Strategy Director Overture - Appare quindi evidente che gli investimenti di advertising online in generale e sui motori di ricerca in particolare siano estremamente strategici per guidare e indirizzare i processi di acquisto anche

offline degli utenti. Internet è sempre più uno strumento che entra nella quotidianità delle persone e quindi nella logica e nella modalità dei loro consumi e nessuna azienda può oggi perdere l'opportunità di essere visibile e rintracciabile nella Rete».

Anche il trading online gode di buona salute. L'incremento degli utenti di servizi bancari è stato il doppio rispetto a quello dei navigatori: secondo Digital Finance in Italia si è registrata una crescita del 10,3% contro il 9.2% dell'Europa. Ma il nostro Paese con un tasso di penetrazione del 30%, ha ancora molta strada da percorrere per raggiungere la Svezia (61%), la Gran Bretagna (58%) e la Germania (50%).

Buone notizie anche per la pubblicità: in Italia nel primo trimestre 2004 gli investimenti sulla rete sono cresciuti del 21% e negli Stati Uniti hanno quasi raggiunto i valori record del 2000. I numeri sembrano dunque confermare il trend positivo iniziato nel 2003; lo scorso anno, infatti, in Italia il giro d'affari è stato di 103,4 milioni di euro con un incremento del 4%. Secondo lo IAB (Interactive Advertising Bureau) oggi le aziende, consapevoli del reale valore di Internet, compiono scelte razionali e motivate.

La ricerca

Così gli acquisti online nel 2003	
Libri	17,1%
Viaggi e trasporti	12,9%
Abbigliamento	8,2%
Biglietti per musei e spettacoli	8,1%
Computer	7,5%
Videogiochi	3,5%

PROTOCOLLO INFORMATICO CONVIENE

Investire in tecnologia paga. Hanno risparmiato oltre un milione di euro le Amministrazioni che hanno aderito al servizio Asp (Application Service Provider) per la fornitura del protocollo informatico predisposto dal CNIPA-Centro Nazionale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione. Lo ha dichiarato recentemente Livio Zoffoli, presidente del Centro, ricordando l'obbligo (Dpr 445 del 2000), a partire dal 1° gennaio 2004, per tutte le PA di adottare le procedure di protocollo informatico.

«Alla metà di febbraio – ha sottolineato Zoffoli - avevano aderito al servizio Asp 21 amministrazioni (8.000 utenti complessivi e 750mila documenti protocollati annui) con un costo pari a 201 mila euro, vale a dire un impegno di spesa drasticamente ridotto: se avessero dovuto dotarsi autonomamente di un protocollo informatico, gli stessi enti avrebbero dovuto spendere 1.287.600

euro tra documentazione di gara, acquisto di hardware e software, servizi di supporto. Inoltre, fatto salvo l'immediato beneficio economico, l'applicazione della normativa sul protocollo consentirà una prima riduzione del 10% sul totale degli attuali 35 mila uffici di protocollo, con un risparmio in risorse umane dalle 3.000 alle 6.000 persone».

Grazie al recente accordo siglato tra il CNIPA e l'e-Committee dell'ABI (Associazione Bancaria Italiana), con cui si dà vita al Bankpass Web, i rapporti con la PA saranno più agili e comodi.

La Carta Nazionale dei Servizi-CNS da chiave personale di accesso on-line alla PA diventa infatti anche strumento sicuro per i pagamenti telematici di tasse, prestazioni e servizi erogati dagli uffici pubblici, rendendo così più agevoli e comodi i rapporti che imprese e cittadini intrattengono con la Pubblica amministrazione. Bankpass Web decolla in via sperimentale da Bologna e Verona per essere poi progressivamente esteso a tutto il territorio nazionale.

Queste nuove prestazioni sono state proposte dal CNIPA, che ne ha sostenuto anche l'applicazione, nell'ambito delle attività per favorire l'uso della CNS. Esse, in sostanza, integrano diversi strumenti di pagamento in un unico ambiente virtuale, offrendo così ai cittadini la possibilità di effettuare pagamenti telematici in totale sicurezza, in quanto con Bankpass Web i numeri delle carte di pagamento non 'viaggiano' mai su Internet. Questo rende possibili ed altrettanto sicuri gli acquisti effettuati anche con il PagoBancomat oltre che con le carte di credito.

I CELLULARI DOMINANO IL MERCATO ICT

L'informatica è ancora al palo, ma i "telefonini" crescono del 12,4% salvando tutto il settore, lo sostiene il Rapporto Assinform. Intanto l'UMTS si incaglia nei veti dei Comuni quali, ad esempio, Trieste e Ancona. Il veto dei due Comuni rischia, infatti, di rendere impossibile la copertura prevista dalle licenze che scade alla fine di giugno. Dopo l'annuncio di Tim e Vodafone l'UMTS scalda davvero i muscoli proponendosi due milioni di clienti come traguardo per la fine del 2004. Ma la scacchiera sarà al completo in autunno quando entrerà in gioco anche Wind.

Oggi TIM gioca la parte del leone con oltre 26 milioni di utenti, seguita da Vodafone con più di 21 milioni, in terza posizione Wind con 10,3 milioni di abbonati, mentre 3Tre annovera 1,3 milioni di utenti; per i prossimi anni non sono previsti sorpassi (vedi Tabella).

Lo scenario dell'ICT italiano

Il 35° Rapporto Assinform non lascia dubbi: l'informatica perde colpi da due anni e solo il boom dei cellulari ha consentito di chiudere il primo trimestre 2004 con una crescita dell'1,5%.

Nonostante la spinta della telefonia mobile, in poco più di due anni, siamo passati da crescita a due cifre ai dati odierni. E in effetti, nel 2003, il mercato aggregato dell'informatica e delle telecomunicazioni non è andato oltre ai 60.281 milioni di Euro, con un incremento quasi nullo (+0,1 %) rispetto al 2002 (già in calo dello 0,5 % sull'anno precedente).

«La spesa in informatica oggi non supera in percentuale il 2 per cento del PIL, contro il 3,8 degli Stati Uniti e il 3% circa di Germania, Regno Unito e Francia, e questo spiega in buona parte la perdita di competitività e di dinamismo del nostro sistema-paese – ha sottolineato Pierfilippo Roggero, Presidente di Assinform – e a quest'ultimo riguardo si pensi che in Italia ci sono circa 4,2 milioni di imprese e che, tolte le 22 mila che superano i 49 dipendenti, 2,5 milioni risultano informatizzate con investimenti mediamente molto contenuti (1.500 euro di media, per impresa), mentre ben 1,6 milioni di microimprese non risultano neppure informatizzate».

«Tutto questo si ripercuote a livello di sistema, con difficoltà d'interazione che riducono vieppiù i margini per crescere e investire. E' interesse di tutti che la domanda ICT riprenda e sia condivisa anche dalle imprese minori – ha conitnuato Roggero - E perché ciò avvenga è necessario creare nuove regole di accesso al credito, semplificare il ricorso ai finanziamenti pubblici, rivedere criteri impositivi penalizzanti, come quelli adottati per l'IRAP, favorire di più gli investimenti in formazione. E anche accelerare lo sviluppo dell'e government, che è centrale per la diffusione dell'ICT, ma che ancora non è oggetto di un volume d'investimenti commisurato alle sue reali potenzialità».

Nel 2003, **i segnali incoraggianti** non sono mancati. Sono venuti dal fronte dei contenuti e dei servizi multimediali. Nell'ambito dei servizi editoriali e nel 2003, gli organi di informazione on-line sono risultati 1382, in netto aumento sui 1141 del 2002 e i 412 del 1999. E per il 2004 si stima che i siti di informazione on line supereranno la soglia di 1600.

Molto interessante è anche la dinamica dei servizi di e-learning, cresciuti dai 108,4 milioni di Euro del 2002 ai 256,3 del 2003 (+ 136%). L'incidenza sul mercato totale della formazione è oramai importante (8% nel 2003 contro il 3,8% del 2002) ed attesa crescere ancora di molto nel 2004, sulla spinta della scelta delle imprese e dell'apertura all'e-learning del mondo accademico.

I "numeri" dell'ICT nel 2003...

Nel 2003, il mercato aggregato dell'ICT è risultato pari a 60.281 milioni di Euro, con un incremento quasi nullo (+0,1 %) rispetto al 2002 (già in calo dello 0,5 % sull'anno precedente).

Nel corso del 2003, il mercato italiano delle **telecomunicazioni** (apparati, terminali e servizi per reti fisse e mobili) ha generato un volume d'affari complessivo di 40.885 milioni di Euro, ed è risultato in leggera ripresa (+1,8%) sul 2002 (quando, invece era risultato sostanzialmente statico (+0,4%). La spinta è venuta dalla componente dei servizi su rete fissa e mobile, risultata pari a 31.900 milioni di Euro, in aumento del 5,1%), e che ha più che compensato lo scontato rallentamento degli investimenti infrastrutturali (-8,4%).

La performance dei servizi rimane comunque legata alla progressione di quelli su rete mobile, che nel 2003 sono risultati pari a 15.820 milioni (+ 11,1%). Le linee attive sono ancora cresciute (+ 4,7 %) risultando pari a 56,8 milioni (per 41,6 milioni di utenti effettivi), ma ha ovviamente conteso di più l'incremento della spesa annua per utente risultata pari a 380,2 Euro (+6,8%). Quest'ultima, oramai da un triennio, mostra una crescita apprezzabile, grazie al contributo dei servizi non voce (SMS, MMS e altri VAS), risultati pari a 2.135 milioni di Euro (+36,3% nel 2003), con una spesa pro-capite annua di 51,3 Euro (+31,2%).

I servizi su rete fissa hanno generato un mercato di 16.080 milioni, stabile rispetto al 2002. La componente voce è risultata di 10.260 milioni di Euro (-2,4%), mentre la restante componente, anche sulla spinta de traffico Internet, è cresciuta, raggiungendo i 5.820 milioni (+3,7%).

Il 2003 è stato anche l'anno del tanto atteso sorpasso della telefonia mobile sulla fissa. L'intera domanda di telefonia mobile (apparati+servizi+terminali) è infatti risultata pari a 21.041 milioni di Euro, in crescita del +6,7%, contro i 19.844 milioni della fissa, in calo del 3,0%.

Nel primo trimestre del 2004, l'intero comparto delle telecomunicazioni (apparati, terminali e servizi per reti fisse e mobili) è partito meglio rispetto allo scorso anno. Il volume d'affari complessivo è risultato pari a 9790 milioni di Euro, in crescita del 2,8 % sul periodo corrispondente del 2003, quando la crescita non era riuscita a superare l'1,6%. La spinta è venuta di fatto solo dalla componente dei servizi su rete mobile (+12,4%), visto che quelli su rete fissa sono risultati stabili, mentre gli investimenti in sistemi e terminali e in infrastrutture sono risultati in calo (rispettivamente - 5,7 e - 7,8%).

Nel 2003 e per l'**informatica**, i 19.396 milioni di Euro di volume d'affari indicano un ulteriore e più marcato calo di mercato (- 3,2%) rispetto all'anno precedente (-2,2%). La domanda delle famiglie è risultata pari a 791 milioni di Euro (-3,5%), quella delle piccole imprese a 3.633 milioni di Euro (-4,5%), quella delle medie a 4.513 (-3,0%) e quella delle grandi imprese a 10.459 (-2,8%). Andando a vedere i singoli settore d'utenza, emerge che è venuta a mancare la spinta delle banche (4.430 milioni di Euro, -4,9%), dell'industria (4.370, -6,6%) e della PA Centrale (1.730,-1,4%).

Anche l'andamento rilevato nei singoli comparti è eloquente. Nel 2003, le vendite di hardware, pari a 5.073 milioni di Euro, sono risultate in calo del 5,6%, soprattutto per effetto di un calo dei prezzi (downpricing), che nel caso dei PC ha addirittura cancellato gli effetti di un recupero in volumi del 9,8%; quelle dei servizi di assistenza tecnica, pari a 945 milioni di Euro sono risultate ancora in calo (-3,1%); mentre quelle di software e servizi, pari a 13.378 milioni di Euro sono per la prima volta regredite (-2,2%) dopo più di vent'anni di crescita costante.

La battuta d'arresto di quest'ultimo comparto ha contribuito in misura significativa alla contrazione dell'intero mercato IT. Più in particolare, la componente servizi (sviluppo applicativo, systems integration, servizi di elaborazione, consulenza, e così

via) ha fatto registrare un volume d'affari pari a 9.371 milioni di Euro (in calo del - 4 % sull'anno prima), mentre la componente software, si è attestata a 4.007 milioni, con una crescita del +2,2 %, vicina a quella dell'anno precedente (+3%).

...e nel primo trimestre 2004

Poco cambia nel primo trimestre 2004 per il mercato dell'informatica, stimato a 4542 milioni, in calo dell'1,4 % sul primo trimestre del 2003. E poco cambia anche nell'andamento delle sue componenti: hardware - 2,4% (nonostante un balzo delle vendite in volumi dei PC del 22%), assistenza tecnica -3,7% e servizi -1,6%, mentre la componente software fa rilevare una crescita dello 0,9%.

Il mercato della telefonia mobile

(Utenti italiani in migliaia)

Operatore	2004	2005	2006	2007
TIM	25.517	26.737	26.891	26.999
VODAFONE	21.116	21.361	21.511	21.617
WIND	10.300	10.500	10.640	10.738
3Tre	1.320	2.175	2.945	3.637

BANDA LARGA? IN EUROPA CONTINUA A CRESCERE

L'adozione dei collegamenti veloci nell'UE procede attualmente ad un ritmo più elevato rispetto agli Stati Uniti. Lo sostiene Erkki Liikanen, Commissario Europeo per la Società dell'Informazione e la Politica delle Imprese. In Italia servono 2,9 miliardi per poter garantire connessioni veloci al 95% della popolazione, lo sostiene Between, la società che cura l'Osservatorio Banda Larga dei Ministeri per l'Innovazione e le Tecnologie e delle Comunicazioni.

L'investimento servirebbe a garantire le infrastrutture, gli apparati e l'aggiornamento dell'attuale rete telefonica di accesso in rame.

Secondo Between, alla fine del 2003 la copertura nazionale raggiungeva il 75%, lasciando ancora scoperte numerose aree del Paese.

Lo studio Between ha disegnato un'Italia a tre velocità: una copertura oltre l'80% (Liguria, Emilia Romagna, Toscana e Lazio), tra il 70 e l'80% (Lombardia, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Marche, Campania, Puglia e Sicilia) e tra i 41 e il 70% (Valle d'Aosta, Piemonte, Trentino Alto Adige, Abruzzo, Molise, Basilicata, Calabria e Sardegna).

L'Osservatorio sulla Banda larga nasce a maggio 2002 su iniziativa di Between, azienda che offre servizi specialistici di consulenza strategica e tecnologica sull'ICT, in sinergia con le attività del Comitato Esecutivo per la Larga Banda istituito dal Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie e dal Ministero delle Comunicazioni.

L'obiettivo dell'Osservatorio è di realizzare un monitoraggio continuativo (nel triennio 2002-2005) della disponibilità di infrastrutture e servizi a banda larga nelle varie zone del paese, dei processi di adozione dei servizi innovativi (nelle famiglie, imprese e nella Pubblica Amministrazione) e dei modelli di sviluppo locali.

Oltre ai due Ministeri, Between ha riunito intorno al tavolo dell'Osservatorio importanti esponenti dei settori pubblico e privato, in grado di contribuire attivamente allo sviluppo della banda larga sul territorio: Albacom, Alcatel, ANCI, Confservizi, CRC-Formez, Elitel, Fastweb, HP, Italtel, Netsystem, Sielte, Siemens, Telecom Italia, Postecom (Gruppo Poste Italiane), RaiWay, Regione Emilia-Romagna, Teledife (Ministero della Difesa), Unioncamere, Wind.

...E in Europa

L'adozione dei collegamenti veloci nell'UE procede attualmente ad un ritmo più elevato rispetto agli Stati Uniti. Il numero di cittadini e imprese che accede a Internet con collegamenti ad alta velocità si legge nella relazione della Commissione Europea, è cresciuto di oltre l'80% tra il gennaio 2003 e il gennaio 2004.

Tutti gli Stati membri dell'UE15 hanno adottato strategie nazionali in materia di banda larga e i nuovi Stati membri presenteranno le loro rispettive strategie entro la fine del 2004. La crescita è stata più rapida nei paesi in cui la concorrenza, in particolare quella delle reti alternative, ha garantito la possibilità di scegliere tra diversi fornitori del servizio e ha abbassato i prezzi. Le autorità pubbliche, tuttavia, devono ancora intervenire ogniqualvolta i mercati non garantiscono gli investimenti necessari. Le strategie nazionali in materia di banda larga mirano, pertanto, ad assicurare una maggiore copertura delle zone ancora scarsamente servite e a stimolare la domanda. La relazione giunge alla conclusione che le strategie nazionali devono essere rivedute ed aggiornate durante il 2005 per tenere conto delle nuove tecniche per la connessione ad alta velocità e per apprendere dalle buone pratiche attuate da altri paesi.

«Un accesso più ampio e veloce a Internet è essenziale per mantenere pienamente le promesse della società dell'informazione. – sostiene Erkki Liikanen, commissario europeo per la Società dell'informazione e la politica delle imprese - Non si tratta di sistemi e di tecnologie, ma di fornire soluzioni ai cittadini, alle imprese e ai Governi. L'accesso ad Internet in banda larga può contribuire ad ampliare la scelta e a migliorare la produttività. Abbiamo assistito a tassi di crescita impressionanti, in particolare in alcuni degli Stati membri più grandi, come Francia e Italia, ma è necessario conservare lo slancio, in particolare garantendo mercati competitivi e un contesto normativo adeguato per gli investimenti».

Il piano d'azione

Nel quadro del piano d'azione e-Europe 2005 della Commissione, gli Stati membri hanno convenuto di estendere al massimo la disponibilità dell'accesso a banda larga ad Internet entro il 2005. Per contribuire a realizzare tale obiettivo essi hanno confermato l'intenzione di presentare strategie nazionali in materia di banda larga entro il 2004.

La forte crescita osservata nel corso degli ultimi diciotto mesi è stata dettata in larga misura dal mercato. Grazie ad essa, circa il 6% dei cittadini utilizza connessioni a banda larga per accedere a Internet. La velocità di adozione della banda larga è stata inoltre decisamente influenzata dal grado di concorrenza nei vari Stati membri - in particolare da parte delle altre reti, quali le reti televisive via cavo e dal prezzo dei servizi. Il livello della concorrenza nella banda larga sta migliorando, il che non fa che sottolineare l'importanza del rapido recepimento e della coerente attuazione del nuovo quadro normativo per le comunicazioni elettroniche in tutti gli Stati membri.

Le strategie nazionali mostrano come numerosi Stati membri stiano studiando in che modo contribuire a portare la banda larga nelle zone più remote e nelle zone rurali, spesso scarsamente servite, in alcuni casi facendo ricorso ai Fondi strutturali dell'UE. Un passo successivo per le autorità pubbliche consiste nell'"aggregare la domanda" garantendo che scuole, ospedali e biblioteche pubbliche in una determinata zona dispongano dell'accesso ad alta velocità. Ciò può contribuire a rendere economicamente vantaggiosi gli investimenti in queste zone e, una volta assicurato l'accesso a banda larga, la sua utilizzazione sarà possibile anche per le imprese e i singoli cittadini. Le autorità pubbliche stanno inoltre stimolando la domanda di banda larga fornendo un numero sempre maggiore dei loro servizi in linea: dalla presentazione delle dichiarazioni dei redditi alle ricerche nelle banche dati locali all'utilizzo della banda larga nell'istruzione o nell'assistenza sanitaria.

Le linee Adsl in Italia

Operatore	2003	2004	2005	2006
Telecom Italia	1.503.825	2.523.914	3.711.069	5.107.252
Fastweb	170.500	267.332	378.515	490.161
Wind	150.000	255.000	360.000	465.000
Tiscali	109.200	234.780	328.692	410.865
Altri	302.711	555.174	872.508	977.279
Totale	2.236.236	3.836.200	5.650.784	7.450.557

Fonte: Ubm

WORM SEMPRE PIÙ AGGRESSIVI

Circa 1.050 nuovi tipi di codice maligno nell'ultimo mese, in calo rispetto ai 1700 di aprile. E Idc prevede una crescita del 17% annuo del mercato della sicurezza informatica fino al 2007.

Il livello complessivo della minaccia, secondo le rilevazioni di Trend Micro, rimane comunque elevato: maggio ha visto, infatti, il primo allarme rosso come conseguenza dell'attacco del worm Sasser ai computer di tutto il mondo.

Scorrendo l'elenco (vedi tabella) delle prime 10 minacce di maggio è impossibile non notare come la maggior parte faccia ancora capo alla famiglia WORM_NETSKY, a testimonianza della ferocia della "guerra" in atto tra gli autori di Bagle e Netsky. In Germania, lo scorso 8 maggio, vi è stato l'arresto del sospetto creatore di Netsky e, a quanto si dice, anche di Sasser. È tuttavia possibile che questo individuo non sia l'unico responsabile di tutte le varianti del worm Netsky in circolazione, soprattutto considerando il fatto che alcune di esse hanno fatto la loro comparsa alcuni giorni dopo l'arresto del sospetto.

Le recenti minacce illustrano chiaramente l'importanza di mantenere aggiornati sistemi operativi e applicazioni, considerata la capacità di questi worm di sfruttare le vulnerabilità di Microsoft Outlook Express (WORM_WALLON.A) e Microsoft Windows Operating System (WORM_SASSER). Il modo migliore per proteggere i sistemi da questo tipo di codice maligno è quello di installare le patch di sicurezza rilasciate da Microsoft.

Gli antivirus tradizionali non bastano più

La famiglia WORM_SASSER è un ulteriore esempio della nuova generazione di codice pericoloso che, per diffondersi, richiede unicamente l'uso del protocollo TCP/IP. Similmente ad altri worm come Nimda, Code Red, WORM_SLAMMER, WORM_MSBLAST, anche la propagazione di WORM_SASSER non richiede vettori quali la posta elettronica, il Web o la condivisione di file. Chiunque si colleghi a Internet con un sistema operativo non protetto dalle patch necessarie è un potenziale bersaglio del worm SASSER.

Ancora una volta, secondo Trend Micro, ci troviamo di fronte al fatto che le soluzioni antivirus tradizionali, da sole, non sono più sufficienti a combattere questo tipo di minaccia che utilizza diversi meccanismi di propagazione, alcuni dei quali non richiedono neppure l'intervento dell'utente. Per combattere le moderne minacce, anziché pensare in termini di policy antivirus le aziende dovrebbero orientarsi verso soluzioni di sicurezza olistiche.

Mercato sicurezza in crescita fino al 2007

Virus più aggressivi, worm che si insinuano tra le maglie di Internet costituiscono una buona ragione per investire in sicurezza. La conferma viene da uno studio di IDC che stima per il mercato della sicurezza informatica una crescita del 17% annuo fino al 2007.

Secondo le previsioni di IDC, i 453 milioni di euro nel 2007, con un tasso di crescita medio annuo del 17%. Il segmento del mercato del Secure Content Management è quello per il quale IDC prevede una crescita maggiore, (+22% da qui al 2007) sostenuta anche dalla diffusione di device mobili sia in termini di mercato consumer che in termini di mercato business.

È questo il contesto in cui il settore delle soluzioni 3A (Authentication, Authorization, Administration) si posiziona come uno dei segmenti chiave nell'ambito del mercato del software per la sicurezza che fa un uso sempre più massiccio del concetto di Identity

Management: la gestione dell'identità dell'utente è fondamentale per permettere al mercato la massima evoluzione dei canali digitali.

Di tutto questo hanno parlato nel corso di un convegno ACTALIS, la security company nata per la realizzazione e la gestione di servizi di certificazione della firma digitale, IDC e BNL Direct Services, la società del Gruppo BNL che gestisce i canali diretti della Banca a Milano.

«Le aziende che focalizzeranno i nuovi investimenti verso una sempre più massiccia acquisizione di tecnologie 3° - ha spiegato Gianni Soreca, Consulting Director IDC Southern Europe - potranno vivere il passaggio concettuale della sicurezza intesa non più solo come protezione dalle bad actions ma come permission delle interazioni tra azienda e mercato».

La Top Ten dei virus di maggio

- | | |
|-----------------|------------------|
| 1.WORM_NETSKY.P | 6.PE_NIMDA.A |
| 2.WORM_MYDOOM.A | 7.WORM_NETSKY.Z |
| 3.HTML_NETSKY.P | 8.WORM_SASSER.E |
| 4.WORM_NETSKY.D | 9.WORM_NETSKY.Q |
| 5.WORM-NETSKY.B | 10.WORM_NETSKY.C |

STAMPARE IN RETE? CI PENSA SHARP

I nuovi modelli sono nati per soddisfare le esigenze delle moderne organizzazioni, rispondendo anche al bisogno del "print-on-demand".

I nuovi gioielli della collezione Sharp si chiamano , AR-M550U E AR-M620U.

Nata come "costola" della multifunzione AR-C260M Sharp, AR-C260P ha tutte le premesse per affermarsi con rapidità ai vertici del mercato delle printer a colori.



Modello AR-C260P

La stampante, intatti, utilizza una tecnologia d'avanguardia per il trattamento delle immagini e garantisce i più alti livelli di qualità e di performance; numerose opzioni di impostazione permettono di disporre di un sistema di stampa a colori in grado di soddisfare le esigenze dell'utente, mentre la gestione versatile della carta garantisce un'ampia gamma di applicazioni di stampa.

Compatibile con i sistemi operativi attualmente più diffusi, garantisce una stampa in rete ad elevata sicurezza. Integra, infatti, utili funzionalità per garantire la sicurezza anche in rete quali la Stampa riservata (codice PIN), funzioni di controllo del processo di stampa (Memorizza prima della stampa, Memorizza dopo la stampa, ecc.) e funzioni di auditing, grazie ai codici di conto. Inoltre, l'accesso può essere limitato in modo che soltanto i PC autorizzati utilizzino la stampante.

AR-C260P comprende anche la utility di amministrazione della stampante che ne semplifica la gestione in rete. Inoltre, aggiungendo il kit PostScript opzionale (oggi disponibile anche sulla AR-C260M), AR-C260P potrà supportare anche la stampa AppleTalk in ambiente Macintosh™.

La qualità delle immagini è garantita dall'esclusivo LED di elaborazione dell'immagine a 4 bit, AR-C260P riproduce 256 gradazioni per ogni colore CMYK e permette di creare stampe di alta qualità con dettagli cromatici fedeli e di grande impatto.

Il finitore con pinzatura a sella opzionale piega e pinza fascicoli permettendo di creare internamente opuscoli professionali. È poi possibile aggiungere un cassettone opzionale ad elevata capacità (3.000 fogli) e un modulo stand con 3 cassette da 500 fogli, in modo da consentire elevati volumi di lavoro in un'unica tiratura. AR-C260P è in grado stampare più originali su un unico foglio grazie alla funzione N-in-1. Si distingue anche per la funzione "Adatta alla pagina" e "Stampa di prova" che permette, in un lavoro di stampa multiplo, di stampare la prima copia del documento per verificarne la correttezza prima di stampare le restanti copie, in modo da evitare errori. AR-C260P supporta l'emulazione PCL5c ed è in grado di stampare in fronte-retro con il modulo fronte-retro opzionale e l'unità bypass/inverter.

AR-C260P è in grado di mantenere elevate velocità di stampa sia a colori che in bianco e nero: 26 pagine al minuto per la stampa a colori e 32 pagine al minuto per la stampa in bianco e nero. Proprio come succede nella stampa offset, i quattro tamburi in linea all'interno della stampante sono collocati uno vicino all'altro e quindi i quattro colori CMYK vengono stampati in sequenza.

La funzione ROPM (RIP-Once-print-Many) permette di salvare i file di stampa di grosse dimensioni sul disco fisso integrato, liberando la memoria del PC e riducendo il traffico di rete.

AR-C260P supporta l'emulazione PCL5c. Per una compatibilità con un numero maggiore di font e per una gestione migliore della grafica, con il kit opzionale AR-PK4 è disponibile l'emulazione PostScript 3 (preferibile la stampa ad 1 bit).

AR-M550U E AR-M620U



Modello AR-M550U

Studiate per soddisfare al meglio il Print-On-Demand, AR-M550U E AR-M620U sono parte della famiglia di multifunzione Dragon di Sharp, includono funzioni di copiatura e stampa ad alta velocità, scanner fra i più potenti del mercato ed alti livelli di sicurezza e consentono di controllare centralmente il completo flusso documentale dell'ufficio. Con la loro velocità, produttività e vasta funzionalità, grazie anche all'ampia gamma di accessori opzionali, i nuovi modelli multifunzione Sharp si collocano nel mercato dell'alto volume e del P.O.D. (Print-On-Demand); sono, infatti, ideali per le soluzioni di stampa centralizzata nei CRD (Centri Riprografici Dipartimentali), nei centri copia e stampa e per tutti gli uffici di dimensioni notevoli, dando la possibilità a numerosi utenti di sfruttare le capacità e le potenzialità di queste nuove copy-printer.



Modello AR-M620U

A completamento dell'offerta, le Dragon vantano soluzioni software tali da poter soddisfare la gestione del documento in tutte le sue parti anche per le strutture più complesse, semplificandone la gestione e garantendo la sicurezza dei dati trattati. Basti pensare che gli utenti, senza muoversi dalla propria scrivania, possono accedere via rete ad un sistema di archiviazione documentale di 16GB in grado di contenere fino a 30mila pagine, catalogate per utente in diverse directory; ove necessario l'accesso può essere protetto.

Fra le opzioni principali delle nuovissime multifunzione Dragon AR-M550 e AR-M620, vale la pena di segnalare: Sicurezza - oltre alla limitazione dell'accesso tramite codice PIN personale, il software opzionale Data Security Kit, offre una completa soluzione di security in grado di proteggere i documenti da accessi non autorizzati. Tutte le informazioni sono criptate con una chiave a 128 bit e cancellati dal disco fisso del sistema, garantendone così l'assoluta riservatezza e l'impossibilità di utilizzo da parte di personale non autorizzato; Finitura professionale dei documenti - la possibilità di inserimento delle copertine da un cassetto dedicato, unita alla fascicolazione elettronica e finitura evolute, consentono una produzione professionale dei documenti, sia che essi siano destinati a comunicazioni interne sia a presentazioni per clienti; e, infine, Copia Carbone - che permette di stampare documenti come fatture o ordini di acquisto o pagamento in più copie contemporaneamente, semplicemente prelevando dagli appositi cassettei il supporto precedentemente impostato.

Ma i vantaggi non finiscono certo qui. Infatti, i nuovi modelli copy-printer ad alto volume Sharp combinano l'alta tecnologia con l'estrema semplicità di utilizzo. Il pannello di controllo LCD intuitivo e touch-screen consente di accedere in modo semplice e veloce a tutte le funzionalità delle copy-printer Sharp, identificabili tramite

icone e sottomenù raggruppati in maniera logica ed intuitiva, di facile comprensione ed utilizzo anche per gli utenti meno esperti; il sistema interno di trasporto della carta, completamente riprogettato, consente un facile accesso da parte dell'operatore, riducendo drasticamente le probabilità di malfunzionamento; il nuovo tipo di toner, che utilizza un pigmento colorante di nuova concezione, consente, oltre ad un risparmio sulla quantità utilizzata una qualità nettamente superiore con un impatto ambientale decisamente inferiore; ed ancora, grazie alla funzione PDF-TIFF Direct Print è possibile stampare file in formato .pdf o .tiff senza disporre dell'applicativo software che lo ha generato.

ORDINARE E GESTIRE I...CONTATTI CARTACEI

Si chiama Bigliettini e consente di gestire al meglio i biglietti da visita accumulati nel corso dei mesi.

La gestione dei numerosi biglietti da visita accumulati nel corso dei mesi è un problema comune a professionisti, aziende ed Enti Pubblici. Per risolvere il problema, NICA ha sviluppato una soluzione efficace a un costo contenuto, il kit completo costa, infatti, 79 euro.

Nica Bigliettini, questo il nome della soluzione, è un sistema di scansione e gestione dei biglietti da visita. Grazie a uno scanner permette di acquisire immagini e testi dei biglietti; i dati vengono gestiti automaticamente per costruire una rubrica completa compatibile con Outlook e con i principali Data Base disponibili sul mercato. Il sistema consente una ricerca per azienda, per nome della persona e per indirizzo.