

SEMPRE PIÙ ATTACCHI SUL WEB ARRIVANO GLI HACKER ETICI

I pirati hanno intensificato le intrusioni, in testa ci sono gli enti locali e la sanità: servono 100 mila posti di lavoro per la protezione informatica. Le iniziative per formare i cyberpoliziotti

Bastano dieci dollari per rubare i dati delle persone o delle aziende sul web. A fronteggiare gli attacchi arrivano ora gli hacker «etici». Ammonta a sei mila miliardi di dollari il danno che i pirati informatici hanno recato all'economia mondiale negli ultimi 12 mesi. Una cifra pari a tre volte il Pil italiano: la cybersecurity sta diventando una emergenza primaria. La stima arriva dall'ultimo rapporto Clusit (ottobre 2021), l'associazione italiana per la sicurezza informatica che ha fatto il punto sui settori nazionali più colpiti dalla pirateria informatica. Sono stati analizzati 1.053 attacchi, avvenuti a imprese pubbliche e private in Italia nel primo semestre 2021. In testa c'è la pubblica amministrazione con il 16%, seguita dalla salute con il 13%. I servizi informatici sono all'11%, l'istruzione al 10%, la finanza al 6% e i trasporti al 5%.

La pandemia

L'anno scorso è aumentato l'impegno per digitalizzare i servizi ai cittadini, ma con esso è cresciuta anche la vulnerabilità di app e programmi. Con la pandemia, i cybercriminali hanno attaccato a ripetizione i settori della sanità, compromettendo dati sensibili e informazioni personali. Emblematico l'assalto alle strutture informatiche della Regione Lazio del 30 luglio 2021, con i servizi alla salute messi in ginocchio per un mese, con richiesta di riscatto. Ma anche i settori dell'Ict (information communication technology), dell'istruzione e della finanza sono stati colpiti: «E con attacchi mirati — dice Gabriele Faggioli presidente del Clusit — che noi classifichiamo ad alto rischio, al secondo posto di pericolosità in una scala da uno a quattro». Se quest'anno potrebbe avere fine, o almeno affievolirsi, la pandemia da Covid, non accadrà lo stesso per i virus informatici. Lo dice il Security Report 2022 di Check Point Software. L'azienda israeliana ha rilevato un aumento settimanale del 50% dei cyber attacchi nel mondo, Italia compresa, a persone e aziende. Si prevede che quest'anno i bersagli saranno ancora i sof-

di **Umberto Torelli**

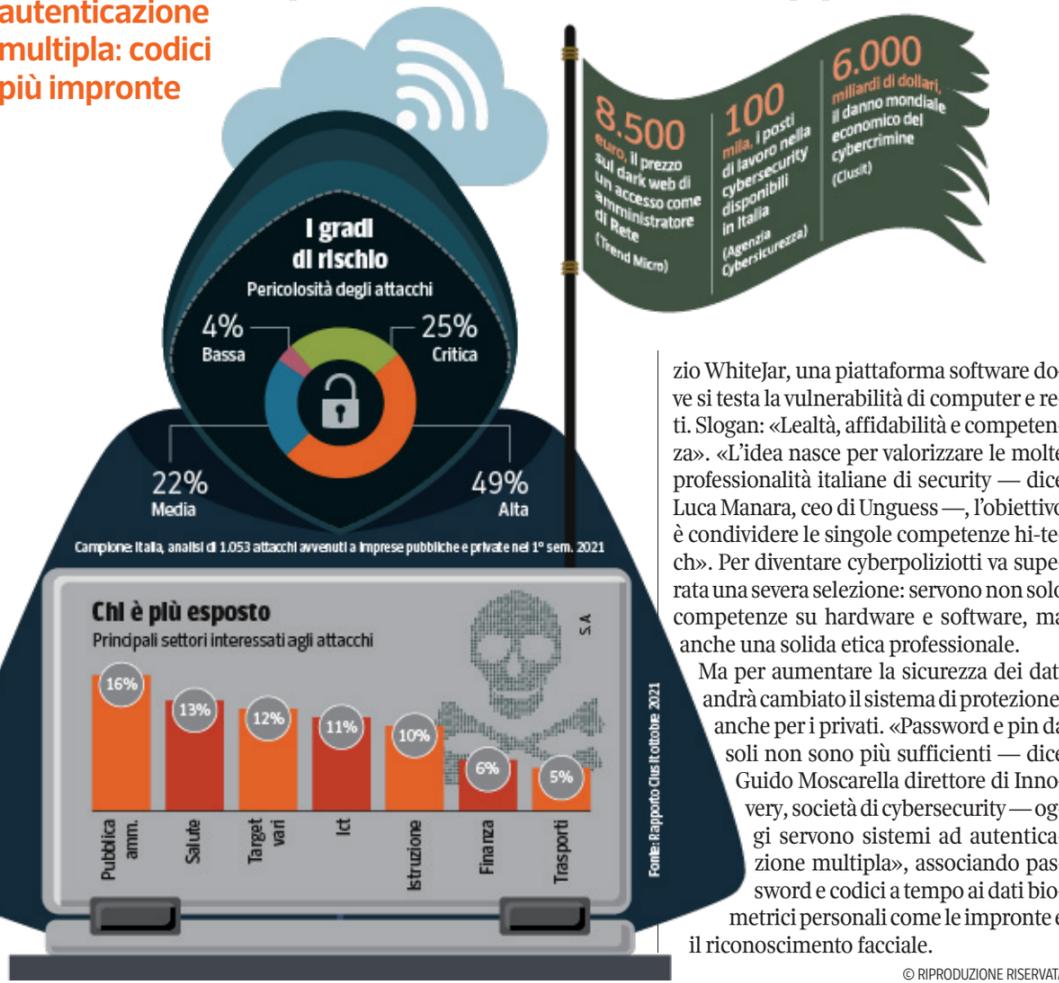
Password e pin da soli non bastano più, servono sistemi ad autenticazione multipla: codici più impronte

ware personali usati per lo smartworking, ma anche le informazioni archiviate sul cloud e il vasto mondo dell'Internet degli oggetti (Iot).

Esiste tanto di tariffario. Secondo Trend Micro, che nel 2021 ha bloccato 9,4 miliardi di intrusioni, un accesso semplice Rdp (Remote desk protocol) per violare la memoria di un computer è venduto nel dark web a dieci dollari. Si sale a 8.500 dollari per le credenziali di amministratore di reti aziendali per accedere a banche dati e hard disk.

Le attività

Secondo l'Agenzia nazionale per la cybersecurity, in Italia servono oltre 100 mila posizioni lavorative per la protezione informatica, per fronteggiare attacchi sempre più aggressivi. Mentre nascono iniziative per formare hacker «etici». Talent Garden e Var Group hanno promosso il Deep cybersecurity bootcamp, un percorso formativo di 14 settimane per diventare esperti del settore, mentre Unguess, un'azienda cremonese che raccoglie in Italia 500 esperti informatici, propone alle aziende il servi-



zio WhiteJar, una piattaforma software dove si testa la vulnerabilità di computer e reti. Slogan: «Lealtà, affidabilità e competenza». «L'idea nasce per valorizzare le molte professionalità italiane di security — dice Luca Manara, ceo di Unguess —, l'obiettivo è condividere le singole competenze hi-tech». Per diventare cyberpoliziotti va superata una severa selezione: servono non solo competenze su hardware e software, ma anche una solida etica professionale.

Ma per aumentare la sicurezza dei dati andrà cambiato il sistema di protezione, anche per i privati. «Password e pin da soli non sono più sufficienti — dice Guido Moscarella direttore di Innovery, società di cybersecurity — oggi servono sistemi ad autenticazione multipla», associando password e codici a tempo ai dati biometrici personali come le impronte e il riconoscimento facciale.

Tempi ultramoderni

Scrivere con il pensiero? Adesso si può fare

Hello, world! Short tweet. Monumental progress. Ciao mondo, breve tweet, progresso monumentale. È il primo messaggio scritto con il pensiero (o quasi) su un social network. L'ha inviato dall'Australia Philip O'Keefe, 63 anni, malato di Sla, la sclerosi laterale amiotrofica, costretto da anni all'immobilità.

Philip ha scritto il messaggio grazie a un nuovo dispositivo realizzato da Synchron, una startup statunitense che collabora con le più importanti università americane. È un passo in avanti verso la possibilità di tradurre le onde cerebrali in pensieri e parole, anche se nella pratica la tecnica realizzata non ha niente a che vedere con la telepatia. È infatti una forma avanzata di



Onde cerebrali

L'interfaccia cervello-computer inventata alla Stanford University, con l'intelligenza artificiale, scrive 90 caratteri al minuto senza che si guardi una tastiera

comunicazione oculare, una tecnica complessa che consente di tradurre in parole lo sguardo. Al paziente viene impiantato un dispositivo neurale nella parte della corteccia cerebrale dedicata all'attività motoria, poi gli viene chiesto di guardare uno schermo dove è proiettata una tastiera virtuale: il sistema traduce in lettere ciò che i suoi occhi vedono.

Comunicare con il pensiero resta un'utopia? Non esattamente. C'è una seconda scoperta. I ricercatori dell'Howard Hughes Medical Institute della Stanford University, negli Usa, hanno appena brevettato un'interfaccia cervello-computer composta da un centinaio di micro-elettrodi e un sistema di intelligenza artificiale. Se-

condo uno studio pubblicato su *Nature*, questa interfaccia riesce a far scrivere sino a 90 caratteri al minuto senza che si guardino tastiere vere o virtuali, dunque senza l'uso del tracciamento oculare. Gli errori, dicono, non superano il 5 per cento.

La nuova frontiera ha già scatenato l'interesse del mercato. Il miliardario Mark Zuckerberg, fondatore di Facebook, ha finanziato un progetto dell'università di San Francisco e anche Elon Musk, con la nuova azienda Neuralink, sta progettando chip neurali per tradurre in parole le onde cerebrali.

Marco Gasperetti
mgasperetti@corriere.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Pit Spot

**EMIRATES
PRENDE IL VOLO
SUL GRATTACIELO
DI DUBAI**



a cura di **Aldo Grasso**
pitspotcorriere@gmail.com
in collaborazione con
Massimo Scaglioni

Sul tetto del mondo, sulla cima del mitico Burj Khalifa, con una stuntman e un aereo che passa vicino. È spettacolare il nuovo film realizzato per Emirates, anche in occasione di Expo. La coraggiosa stuntman è ancora una volta sulla cima del Burj Khalifa di Emaar, sollevando dei cartelli con un invito a visitare il più grande spettacolo del mondo, Expo 2020 Dubai, sull'iconico Emirates A380, che è l'aereo che vedremo poco dopo. La nostra eroina fa un cenno al suo «amico», l'iconico A380 con la livrea Expo 2020 Dubai, che si libra con grazia sullo sfondo mentre la donna si erge saldamente sulla guglia dell'edificio più alto del mondo. L'annuncio presenta anche viste aeree dinamiche di Dubai e del suo iconico skyline e culmina in un passaggio di volo sull'imponente cupola di Al Wasl presso il sito dell'Expo 2020 di Dubai. Uno spot veramente mozzafiato: sembra tutto molto semplice, ma la realizzazione è stata molto complessa. Il flypast accuratamente coreografato ha coinvolto l'A380 che volava a una bassa quota di soli 2 mila 700 piedi, l'altezza esatta del Burj Khalifa di Emaar. L'aereo ha anche volato a una velocità molto bassa di 145 nodi. Per essere chiari, la velocità media di crociera di un A380 è di circa 480 nodi. La bassa velocità ha assicurato che l'aereo potesse girare in modo efficiente e continuo attorno al Burj Khalifa e raggiungere un raggio stretto senza allontanarsi. In totale, l'A380 ha fatto il giro del Burj Khalifa 11 volte per ottenere una giusta selezione di scatti per lo spot. Si è creata l'illusione che l'aereo volasse molto vicino alla stuntman mentre era in piedi sul Burj, quando in realtà era a più di mezzo miglio di distanza. La nuova campagna multicanale globale è disponibile in 12 lingue, debuttando in 19 paesi — tra cui l'Italia — coprendo piattaforme tv, cinema, digitali e social media. L'annuncio fa parte di un più ampio impegno da 20 milioni di dollari che Emirates ha preso per aiutare a creare consapevolezza, generare entusiasmo e, infine, aumentare le visite a Dubai e all'Expo 2020 Dubai. A partire dal tetto del mondo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA