



# Web e legalità: la reputazione aziendale

## Il caso eni

Massimo Mantovani  
Chief Legal & Regulatory Affairs

Roma, 16 aprile 2015

[eni.com](http://eni.com)

# Identità e reputazione

---



*“Tra i simboli più amati dagli italiani vi sono il tricolore,  
la nazionale di calcio e il cane a sei zampe”*

(Italia - Geografia di E. Biagi, 1975)

- La reputazione eni viene da lontano, preesiste al *web*
- La *brand reputation* (percezione e fiducia degli *stakeholder* nella capacità di conseguire risultati positivi creando valore) è strettamente correlata alla *identity* (missione, visione, valori, norme, competenze, esperienze, segni distintivi)
- E' difficile avere una buona reputazione, se non si ha una forte identità e viceversa
- Per costruire una solida reputazione ci vogliono anni, per distruggerla bastano pochi minuti



# I rischi reputazionali web 2.0

---

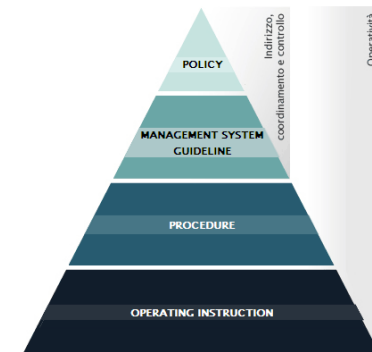


- La rete è accessibile a tutti
- Non esistono regole condivise di *governance*
- Il diritto all'oblio è spesso una chimera: quanto pubblicato resta *on line*, è difficile da cancellare e può essere usato per compromettere la reputazione di un singolo o di una azienda
- Eni è un *player* internazionale: il nostro paese è il mondo
- Aumentano pertanto a livello esponenziale i rischi *web 2.0* di attacchi informatici e tentativi di truffa che mirano a sfruttare la credibilità e la notorietà di cui eni gode



# Le azioni di prevenzione all'interno

- Monitoraggio *online* di marchi, domini e contenuti internet (*blog* e canali *social* in generale) con software dedicati e un team dedicato all'analisi del contenuto e alla valutazione del rischio
- Creazione di un sistema di regole aziendali sui rapporti con i media e sui comportamenti che le persone eni devono rispettare (Codice Etico, Modello 231, *Policies* e *Management System Guidelines* di comunicazione esterna e di Identity Management, Procedura di Assegnazione e Regole di Uso delle risorse ICT ad uso individuale)
- Lancio di un piano di comunicazione con news, siti dedicati, video tutorial, quiz sull'intranet myeni, con uno stile comunicativo semplice e user friendly, per favorire la diffusione degli accorgimenti essenziali nell'uso dei social media



## Alcuni esempi di regole pratiche per le persone eni

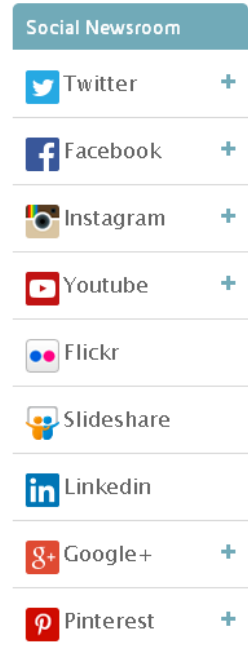
---

- Impostare con attenzione le opzioni di privacy nei propri account per proteggere i dati personali
- Attenersi alle regole di comportamento dei social media
- Accertarsi di avere l'autorizzazione dei soggetti fotografati o filmati
- Rispettare le leggi sulla tutela del marchio, sulla privacy o sul copyright
- Non divulgare informazioni confidenziali, documenti aziendali, nomi di clienti e fornitori o altri dati sensibili
- Non inserire i segni distintivi aziendali nei propri profili, in quanto rappresentano l'identità e la firma di eni
- Non usare l'e-mail aziendale per attività esterne
- Non pubblicare foto e video che riguardano la propria vita lavorativa
- Non commentare, twittare, pubblicare in nome e per conto di eni, se non si è autorizzati a farlo. Specificare senza equivoci che le opinioni sono espresse "a titolo personale"



# Le azioni di prevenzione all'esterno

- Definizione di una strategia di registrazione dei marchi e dei domini per assicurarne la protezione nei diversi Paesi in cui opera (più di 70)
- Predisposizione di termini, condizioni, *netiquette* all'interno dei propri siti web
- Costante aggiornamento sulle tematiche inerenti la tutela del diritto d'autore, anche attraverso la propria controllata AGI SpA
- Definizione di linee guida digitali per favorire la riconoscibilità dei canali istituzionali eni, creando pagine ufficiali sui principali social media per:
  - incanalare l'opinione del pubblico su prodotti/servizi/eventi,
  - incoraggiare i commenti, promuovendo l'interazione diretta con gli stakeholder in un'ottica di massima trasparenza;
  - informare gli utenti dei soli siti internet ufficiali e -al contrario- dei canali *fake* o delle truffe, di cui eni è a conoscenza



# Le strategie contro possibili lesioni online della reputazione

---

- Attivazione di una Task Force operativa che, oltre alla Direzione Legale, coinvolge le strutture di Sicurezza Informatica, Comunicazione Esterna e Interna



- Sinergia tra le varie competenze interessate, rapidità di intervento sono un fattore chiave di successo contro gli attacchi fraudolenti a mezzo web:
  - Ad es. in un caso di phishing a seguito di segnalazioni da canali interni e/o esterni, sono state espletate urgenti verifiche tecniche
  - eni ha denunciato immediatamente gli attacchi all'autorità giudiziaria competente, ottenendo in tempi molto brevi il c.d. "oscuramento" (eseguito dalla Polizia Postale tramite internet service provider italiani) di tutte le pagine web di volta in volta create per eludere le indagini
  - grazie ad un provvedimento di sequestro "aperto", inerente anche siti alias delle pagine web, che erano già state oggetto di denuncia da parte di eni. Spesso, infatti, vengono creati nomi di dominio simili che si discostano per l'aggiunta di una lettera (www.agipcz.com), di un trattino (www.eni-suiss.com) o di un'estensione non di interesse (www.agip.ws).



# Alcuni esempi di frode digitale

- *Phishing* avente ad oggetto una presunta commercializzazione di carburante da parte di eni/agip a 1 euro litro

**un 1 euro a litro di benzine <universalcom@eni.it>**

A: info@fashionclubs.it

Buoni Benzina - Diesel a un euro

Visita il nostro sito per l'acquisto

<http://www.shopagip.net>

- Frode su presunte offerte di lavoro di Eni in Nigeria, previo versamento di un cospicuo anticipo di qualche centinaia di dollari, o in Italia

collaborazione per mandato Eni consumer e business

Tipo commerciale: **agenti/rappresentanti**  
Contratto: **tempo indeterminato**  
Disponibilità: **full time**  
Città: **Torino**

Facebook Like 0 Tweet 0



ANNUNCIO RIVOLTO AD AGENZIE, CONSULENTI E TEAM DI COMMERCIALI

WINNING NETWORK PARTNER ENI LUCE & GAS SELEZIONA AGENZIE E TEAM DI CONSULENTI A CUI OFFRIRE UN MANDATO DI COLLABORAZIONE ENI DIVISIONE CONSUMER E BUSINESS.

OFFRIAMO: Pagamenti il 20 di ogni mese, anticipi sulle provvigioni, Piano Remunerativo fuori dall'ordinale, Report e Pannello di inserimento per una totale trasparenza.

Inoltre OFFRIAMO E PRETENDIAMO: TRASPARENZA, PUNTUALITÀ, PROFESSIONALITÀ

VERRANNO PRESE IN CONSIDERAZIONE SOLO LE CANDIDATURE DI PERSONE CON ESPERIENZA NEL SETTORE DELLA VENDITA DIRETTA ENERGIA/GAS E TELECOMUNICAZIONI. Se in possesso di tali requisiti iniziare candidatura con recapito telefonico a:

info@winningnetwork.it

WWW.WINNINGNETWORK.IT





# Alcuni esempi di frode digitale

---

- Sfruttamento del periodo di crisi per proporre finte iniziative “eni” per l’acquisto di buoni carburanti a prezzi scontati
- Invio di *email*, provenienti dall’indirizzo [bolletta@eni.com](mailto:bolletta@eni.com) o [fatture@eni.com](mailto:fatture@eni.com) che comunicavano l’emissione di fatture invitando l’utente al download delle stesse tramite URL
  - con il download veniva scaricato un virus, riconosciuto successivamente come “Trojan”, che si installava nel computer attivando il controllo in remoto del pc dell’utente per l’utilizzo illecito anche di dati personali e credenziali

Con il nuovo DECRETO-LEGGE 8 aprile 2013, n. 35 che lo Stato anticipa i pagamenti alle P.A. e aiuti per le famiglie,

Agip gruppo Eni ti consente di acquistare la carta carburante di 500 Euro al prezzo di 100 Euro (80% rimborsato dal Ministero dello Sviluppo Economico).

segui le indicazioni su :

[Ministero Sviluppo Economico](#)

Eni & Agip spa

---

Ministero dello Sviluppo Economico  
Partita IVA 80230390587

From: [fatture@eni.com](mailto:fatture@eni.com)  
To: [etomesa](mailto:etomesa)  
Sent: Friday, October 18, 2013 5:24 AM  
Subject: Nuova Fattura Emessa : Rif 61991

Gentile cliente,

La sua fattura e' disponibile. Potra' visualizzarla e scaricarla cliccando il link in basso.

<http://www.eni.com>"

ENI. Tutti i diritti riservati.



# Alcuni esempi di frode digitale

- *Phishing* collegato alla nuova funzionalità "chiamate vocali" del servizio di messaggistica istantanea *Whatsapp*

Da: <donotreply@eni.com>

Data: 03 aprile 2015 18:22:38 CEST

A: <massimo.mantovani@eni.com>

Oggetto: Chiamate vocali Whatsapp, attenti alla truffa online

Gentile collega,

E' in corso un'attività fraudolenta legata alla nuova funzionalità 'chiamate vocali' del servizio di messaggistica istantanea Whatsapp. Se ricevi via Whatsapp questo messaggio 'Congratulazioni! Sei stato invitato a provare WhatsApp Chiamate, invita 10 amici per attivare le chiamate gratuite di WhatsApp', cancellalo o comunque non procedere ulteriormente. Si tratta infatti di un phishing (truffa online) che attiva in automatico dei servizi a pagamento senza il consenso dell'utente. Difendersi e difendere la propria azienda dalle truffe online è molto importante. Ti invitiamo pertanto a prestare attenzione, a diffidare dei mittenti sconosciuti e a non cliccare sui link sospetti. Per maggiori informazioni contatta il Service Desk oppure leggi la news su myeni e visita la sezione dedicata a web, social media e phishing.

Cordiali Saluti,

Sicurezza Informatica eni

- Vendita *online* di falsi prodotti "eni", attraverso la manipolazione del marchio, l'utilizzo di una denominazione sociale simile, di colori simili e identiche brochure (in Cina)
  - in tale occasione sono state adite le sole vie legali presso le autorità locali competenti

Ecco come si presenta la truffa Whatsapp voce

