



Biglietti per eventi sportivi su Internet, inganno facile



| Paolo Attivissimo

In occasione di ogni grande evento sportivo si scatena la caccia ai biglietti, specialmente se scontati, ma si scatenano anche i truffatori su Internet. Lo segnala un recente avviso dell'Ufficio federale per la cibersecurity (UFCS), che descrive in dettaglio il problema e offre soluzioni per evitarlo. Prima di tutto è importante ricordare che i truffatori non sono degli improvvisati: a modo loro, sono professionisti competenti, che tengono d'occhio i calendari sportivi di tutto il mondo e sanno realizzare trappole molto efficaci, su misura per ciascun evento, per approfittare della passione degli sportivi e della naturale speranza di fare un buon affare. Creano siti dall'aspetto molto serio e autorevole, sui quali dicono per esempio di vendere solo un numero limitato di biglietti speciali che non sono disponibili in circolazione e vengono offerti a prezzi scontati, per cui bisogna affrettarsi. Ma non è vero niente: sono tutte tecniche psicologiche per indurre la vittima a farsi prendere dall'entusiasmo, credendo di aver trovato un'occasione esclusiva da cogliere al volo, lasciando alla porta la prudenza. A prima vista sembrerebbe facile evitare queste trappole: basterebbe non visitare questi siti. Ma i criminali, nota l'UFCS, sono capaci di influenzare gli automatismi pubblici-

tari di Google così tanto da diventare addirittura il secondo risultato di ricerca che viene proposto se si immettono in Google le parole tipiche di ricerca di biglietti per un evento, come è successo per esempio per le recenti Olimpiadi parigine.

Moltissime persone si fidano dei risultati di Google e spesso non distinguono la differenza fra un sito proposto dal motore di ricerca per meriti effettivi e un sito che ha invece semplicemente pagato Google per far comparire la propria pubblicità. Ora che molti usano ChatGPT e le altre intelligenze artificiali per chiedere informazioni, l'inganno è ancora più facile, perché questi servizi "intelligenti" non fanno alcun controllo di qualità sulle proprie risposte. I siti dei truffatori, insomma, fanno di tutto per piazzarsi davanti ai nostri occhi e distrarci dai siti ufficiali di acquisto di biglietti. E per distinguere fra siti di criminali e siti autentici bisogna anche leggere bene le condizioni generali di contratto di ciascun sito, che sono piene di scappatoie legali o pseudolegali. Solo leggendo le frasi in piccolo ci si accorge che questi siti ingannevoli possono esistere ai margini della legalità e operare impunemente perché si presentano come "mercati" di compravendita e non come rivenditori ufficiali.

Consultare i siti di recensione, oppure cercare in Google il nome di un sito seguito dalla parola "recensione", come fanno in molti per informarsi sull'affidabilità di un sito che non conoscono, non è di grande aiuto, perché i truffatori professionisti creano siti pieni di recensioni fasulle e sanno come manipolare i siti di recensione autentici. Le autorità intervengono celermente e diffusamente: l'UFCS nota che la polizia francese ha individuato oltre 200 siti sospetti e ha ottenuto la chiusura di un quarto di essi, ammonendo gli altri. Anche Google agisce, classificando i siti ingannevoli come pericolosi e

togliendoli dai risultati di ricerca, ma lo fa solo dietro segnalazione. I truffatori approfittano dei giorni che passano inevitabilmente fra la comparsa del loro sito e la sua segnalazione alle autorità e cercano di ingannare il maggior numero possibile di vittime in quel breve intervallo di tempo, e quando un loro sito viene bloccato ne aprono un altro da un'altra parte con un altro nome. La collaborazione degli utenti è quindi fondamentale: si possono segnalare i siti sospetti o contraffatti all'UFCS con un apposito formulario (<https://www.report.ncsc.admin.ch/it>) e anche a Google (cliccando sui tre puntini accanto a un risultato sospetto) per evitare che altri utenti cadano in trappola, ma la cosa più semplice da fare è prendere l'abitudine di andare solo sui siti ufficiali delle specifiche manifestazioni, indicati nelle pubblicità su stampa o TV, oppure visitare solo rivenditori ben conosciuti invece di cercare a caso su Internet. E, come sempre, dubitare delle offerte troppo belle per essere vere.

- Se usate Google, fate attenzione alla differenza sottile fra risultato sponsorizzato e risultato elencato. L'etichetta "Sponsorizzato" o "Annuncio" è poco visibile e indica un'inserzione a pagamento che però somigliare molto a un risultato di ricerca, e i truffatori approfittano del facile equivoco.
- Non usate ChatGPT e servizi analoghi come servizio informazioni: spesso generano risultati inventati e inaffidabili.
- Scoprite il nome del sito ufficiale della manifestazione guardando le pubblicità sui giornali e in TV e usate solo quello per eventuali acquisti.