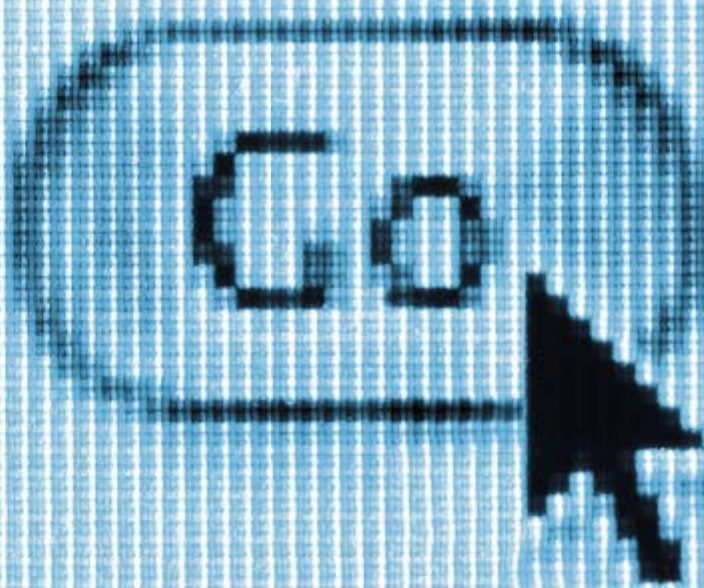


CREDIT SUISSE 



# Internet

Pagina 04 **Direct Net** Buon compleanno! | Pagina 08 **Sicurezza** A pesca di password | Pagina 10 **SCOCI** Giri di ronda su Internet | Pagina 12 **Fund Lab** Cliccando s'investe | Pagina 14 **Accessibilità** Addio alle barriere | Pagina 15 **Lavoro cercasi** C'è un'e-mail per te | Pagina 17 **Business** Internet a gonfie vele | Pagina 18 **Cyberspazio** La vita in rete

# bulletin

plus

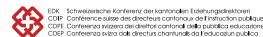
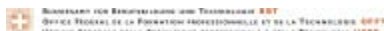
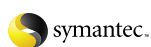
# I vostri figli conoscono i rischi del mondo online?



Security4kids aiuta in modo interattivo e divertente i genitori, i bambini e gli insegnanti a gestire correttamente i rischi di Internet e a navigare in modo sicuro e responsabile nel mondo online. I partner dell'iniziativa propongono inoltre ad allievi e docenti numerose informazioni e offerte formative. Per saperne di più visitate



con la vostra famiglia o la vostra classe il sito [www.security4kids.ch](http://www.security4kids.ch).



Editoriale **Hanspeter Kurzmeyer**  
Responsabile Clientela privata  
Svizzera



### Quando Internet era ancora in fasce

Quanto tempo è passato da quando la maggior parte della gente andava in posta a fare i pagamenti con il libretto giallo? O da quando si comunicava prevalentemente per telefono, lettera o fax e bisognava attendere giornate intere prima di ricevere una risposta? O da quando le vacanze potevano essere prenotate solo in agenzia, si cercavano i numeri di telefono e gli indirizzi nell'elenco telefonico e per comparare i prezzi di un prodotto si pellegrinava da un negozio all'altro? La risposta potrebbe sorprendere, perché ciò che sembra quasi preistoria risale solo a poco più di un decennio fa.

Per il Credit Suisse l'avventura in rete iniziò a metà degli anni Novanta. Internet era sulla bocca di tutti, anche se prevaleva ancora lo scetticismo. Infine, nel 1995, il Credit Suisse osò quello che nessun'altra banca svizzera aveva ancora osato, ossia il lancio di un sito web. Poco meno di due anni dopo, nel 1997, il Credit Suisse mise in rete il primo applicativo di online banking della Svizzera, Direct Net, dando il via a una corsa sfrenata tra i maggiori istituti di credito elvetici. Seguì un periodo di enormi progressi in ambito tecnologico e un vero e proprio boom di Internet. All'inizio del nuovo millennio l'entusiasmo ebbe una battuta d'arresto, peraltro di breve durata, e il trend riprese rapidamente l'andamento al rialzo. Nel frattempo Internet ha conquistato di diritto lo statuto di piattaforma globale di informazione e comunicazione. Grazie al web l'utente può cercare informazioni, effettuare le sue operazioni bancarie o prenotare un volo in tutta rapidità e 24 ore su 24. In altre parole: al giorno d'oggi vivere senza Internet è pressoché impensabile.

Le nuove tecnologie evolvono a ritmo frenetico, così come i requisiti posti alle innovazioni. In quest'ottica anche il Credit Suisse non può adagiarsi sugli allori se vuole imporsi tra i migliori del ramo. Il banking in rete è ormai diventato un canale privilegiato della consulenza globale, sottoposto ad adeguamenti costanti per rispondere in maniera ottimale alle esigenze della clientela. Così, in occasione del decimo anniversario, anche Direct Net si presenta in una nuova veste, arricchita da aggiornatissimi risultati di ricerca sulle borse e i mercati. Nel presente inserto del Bulletin vi sveleremo di più su tali novità, ma vi forniremo anche interessanti informazioni su Internet, la sicurezza, la ricerca di un impiego, gli investimenti e la realtà dei mondi virtuali paralleli. Auguriamo a tutti una lettura piacevole e stimolante.



# Buon compleanno, Direct Net!

Direct Net, l'offerta di online banking del Credit Suisse, compie dieci anni e sorprende tutti con un nuovo look and feel: una struttura snella, servizi ampliati e una nuova veste grafica. Auguri!

«Benvenuto a New York». La signora alla reception dell'albergo ha appena registrato il signor Pozzi. Fuori è ormai buio. Pozzi guarda l'orologio. Quasi mezzanotte. Mancano otto ore al suo importante meeting in cui discuterà di ingenti investimenti.

Pozzi controlla ancora una volta la situazione patrimoniale della sua azienda servendosi di Direct Net: quanti sono i mezzi liberi disponibili e quali sono gli impegni della ditta a medio e lungo termine? Per finire una rapida occhiata a SecureMail, la mailbox codificata della sua banca, dove trova un messaggio del suo consulente: «Buongiorno signor Pozzi. Il Credit Suisse lancia Living Plus, un nuovo fondo immobiliare. Il prodotto si addice in maniera ottimale alla sua personale strategia d'investimento e dovrebbe interessarla anche in qualità di cliente commerciale. Importanti cifre e fatti sono disponibili in Direct Net sotto Dati di mercato & Analisi. Cordiali saluti, S. Bianchi». Pozzi non vuole decidere subito e preferisce prima osservare l'andamento del fondo Living Plus. «Buonase- ra signor Bianchi. Offerta interessante. Trasferirò il fondo immobiliare nel portafoglio virtuale. Le darò notizia appena avrò deciso. Saluti – U. Pozzi».

Un esempio fittizio di come utilizzare Direct Net? Sì e no. Michel Gaillard è a capo del comparto Online Banking del Credit Suisse da oltre un anno. Ha portato a termine molti progetti e introdotto nuovi servizi sul mercato. Parlando con noi ci illustra tutte le possibilità offerte da Direct Net e ci spiega in che direzione si muove la tendenza. Ma andiamo per ordine.

Il primo passo verso l'online banking è stato compiuto nel 1995, quando il Credit Suisse ha sorpreso tutti diventando la prima banca svizzera dotata di un sito Internet. Due anni più tardi, e quindi esattamente dieci anni fa, i clienti della banca potevano già pagare le loro fatture e acquistare titoli online. Un servizio davvero pionieristico. La rinomata società di consulting Lafferty Group ha addirittura premiato il sito web come «migliore offerta Internet di tutte le banche europee». Sono stati lanciati nuovi prodotti, mentre altri servizi sono stati esclusi dall'offerta. Con Fund Lab, ad esempio, la banca offriva trasparenza al cliente nell'universo dei fondi. Il Credit Suisse pubblicava non solo le proprie soluzioni d'investimento, bensì anche i migliori fondi offerti da altri istituti: un po' come acquistare prodotti Coop alla Migros. Questa architettura aperta veniva allora considerata molto innovativa. Oggi il cliente può scegliere tra circa 2500 fondi d'investimento di oltre 60 società di gestione.

## Una piattaforma per tutte le esigenze

Youtrade è stata una rivoluzione: il primo discount broker online in Svizzera. Lanciato nel 1999 e poi soppresso nel 2003. «Youtrade è stato sviluppato su una piattaforma diversa da quella della negoziazione titoli in Direct Net», così Gaillard motiva la decisione di allora. «La gestione di diverse piattaforme Internet non era più in linea con la nostra strategia. Volevamo che il cliente potesse muoversi in un unico ambiente, senza dover accedere al sistema più volte e con diverse password». Youtrade è stato quindi tolto

dal mercato e molte delle sue funzioni sono state integrate in Direct Net.

La strategia è ancora oggi la stessa: una piattaforma per tutte le applicazioni. Grazie a questa coerenza il Credit Suisse è in grado di reagire rapidamente e allo stesso tempo di ridurre i costi per lo sviluppo. Come si articola la struttura odierna? L'online banking è suddiviso in due zone: una «customer zone» e una «public zone». Ciascuna zona ha una serie di applicazioni orientate alle esigenze del cliente. I «customer» possono ad esempio avvalersi del lavoro di un reparto professionale di ricerca o consultare le quotazioni di borsa in tempo reale. Gli utenti della «public zone» hanno solo un accesso limitato a tali servizi.

Il Credit Suisse sta integrando passo dopo passo in Direct Net le applicazioni della «customer zone», affinché ciascun «customer» abbia lo stesso accesso centrale a tutte le informazioni e a tutti i servizi. La vasta gamma di prestazioni e funzioni richiede una struttura chiara e una semplice gestione dei menu. Altrimenti come ci si potrebbe orientare nella giungla delle informazioni? «Oggi Direct Net è meglio ritagliato su misura dei diversi segmenti di clientela. I clienti commerciali hanno infatti esigenze diverse da quelle dei clienti privati. È inoltre più chiaro e può essere utilizzato anche in modo intuitivo», così Gaillard descrive il nuovo look and feel.

## Mezzo milione di clienti Direct Net

A marzo di quest'anno il numero dei clienti Direct Net ha raggiunto quota 500 000. Nel 2006 gli utenti Direct Net hanno effettuato non meno di 43 milioni di trasferimenti di denaro. Due clienti privati su tre utilizzano l'online banking settimanalmente o mensilmente. Circa due terzi di tutti i clienti commerciali addirittura ogni giorno.

Ma con il numero di utenti crescono anche le aspettative che il prodotto deve soddisfare. Per essere all'altezza della fama di «piattaforma di transazioni» globale deve offrire più servizi. Ad esempio ➤

**CREDIT SUISSE DIRECT NET**

Guida | Hotline | Il mio profilo | Contratti | Uscita

**CONTO & PATRIMONIO** | PAGAMENTI | NEGOZIAZIONE TITOLI | DATI DI MERCATO & ANALISI | MESSAGE BOX

**Lista dei conti** PDF Esportare

**Lista dei conti** Data attuale 31.02.2022, 10:15 CET

Raggruppare la lista dei conti in base a: **Titolare** Go

Conto	Banca	Descrizione	Titolare	Mon.	Saldo
39999999-30	CREDIT SUISSE	Conto privato	Giovanna Esempio	CHF	2'335.35
39999999-30-1	CREDIT SUISSE	Conto di risparmio	Giovanna Esempio	CHF	12'000.15
39999999-31	CREDIT SUISSE	Conto corrente	Giovanna Esempio	CHF	13'135.35

**Totale saldo per moneta**

Moneta	Totale
CHF	27'770.65

PDF Esportare

[Guida](#) | [Hotline](#) | [Feedback](#) | [Accessibilità](#) | [Mappa del sito](#)

La nuova veste di Direct Net colpisce per la chiarezza della sua struttura: con pochi clic del mouse l'utente può controllare la sua situazione patrimoniale, inviare ordini di pagamento, acquistare titoli, consultare dati di mercato o ricevere documenti elettronici.

**CREDIT SUISSE DIRECT NET**

Guida | Hotline | Il mio profilo | Contratti | Uscita

**CONTO & PATRIMONIO** | **PAGAMENTI** | **NEGOZIAZIONE TITOLI** | **DATI DI MERCATO & ANALISI** | MESSAGE BOX

**Panoramica**

**Selezione diretta del titolo**

Criteri di ricerca:

Genere dei criteri di ricerca: **No. Valore**

Ricerca delle quotazioni Ricerca estesa

**Indici**

Nome	Last	Change
SMI UNADJ. FOR DIV.	8'299.00	0.10%
DAKIND	5'281.37	0.50%
FTSE 100 INDEX	5'240.10	0.59%
DJ EURO STOCK50	3'688.56	-0.21%
DJ. INDUSTRIAL INDEX	9'333.78	-0.07%

Continuare

**Vincitori del giorno SMI**

Nome	Last	Change
ADECO N	1'372.00	3.00%
NOVARTIS N	2'525.00	2.19%
CIBA SPECIAL N	102.25	0.25%
SWATCH GROUP I	2097.00	-0.14%

Continuare

**Quotes** Quotes

Accesso ai dati di mercato senza limiti di tempo.

**Notizie**

31.02.2022, 11:47 CET  
Firm eurostocks on Fed watch; BP deflates  
Continuare

31.02.2022, 11:47 CET  
European stocks hit fresh 2022 highs; Vivendi up  
Continuare

31.02.2022, 11:39 CET  
Euro extends losses vs yen, at 8-week low  
Continuare

**Research** Research

Previsioni grafico analisi tecnica (titoli Asia / Pacific)  
Continuare

**Grafici internazionali**  
Continuare

**MOTOROLA**  
Continuare

**SMI UNADJ. FOR DIV.**

Last: 8'299 (30.02., 11:00)  
Change: 12.00 (0.15%) ▲  
Open: 8'287 (30.02., 09:00)  
Close: 8'289 (29.02.2022)

Grafico del 30.02.2022, 11:00 CET

**Divide e centesimi correnti**

Mon.	Coppia	Acquisto	Vendita
CHF	USD	1.4610	1.5010
	EUR	1.4400	1.5300
	GBP	1.2220	1.3620
	JPY	1.1615	1.2655

Continuare

Attualizzare

L'ambito «Dati di mercato & Analisi» fornisce una panoramica completa dell'attuale situazione sui mercati. Esclusivi studi redatti dal comparto Credit Suisse Research offrono inoltre preziose informazioni di base per il proprio investimento finanziario.

la possibilità di consultare tutte le situazioni patrimoniali in un colpo d'occhio, con dettagli e grafici su tutti i conti e titoli, disponibili sempre aggiornati in qualsiasi momento e in tutto il mondo. Oppure raccomandazioni in tema di negoziazione e analisi esaustive di mercati e prodotti, riassunte in modo chiaro. Perché non tutti sono abili agenti di borsa. E non tutti gli esperti sono necessariamente analisti.

### Portafoglio virtuale e e-documenti

Il Credit Suisse, spiega Gaillard, tiene conto di tutte queste esigenze ed è addirittura andato oltre. Con «oltre» Gaillard intende ad esempio il portafoglio virtuale: un deposito fittizio per monitorare in borsa i propri titoli preferiti. Su richiesta le quotazioni di borsa aggiornate vengono inviate anche via SMS o e-mail. Un'altra funzione aggiuntiva è il recapito elettronico in Direct Net dei giustificativi bancari (ad esempio estratti conto, giustificativi titoli, avvisi di bonifico), i cosiddetti e-documenti. I documenti con firma digitale sono giuridicamente validi e possono essere salvati e inoltrati. «I documenti elettronici consentono di risparmiare tempo e denaro. E in questo modo contribuiamo attivamente anche alla salvaguardia dell'ambiente».

Gaillard conosce i bisogni dei clienti. Il suo team osserva il comportamento degli utenti online. Dietro ogni nuova applicazione ci sono anche innumerevoli test con le relative valutazioni. Oggi l'online banking è ancora prevalentemente una piattaforma di negoziazione e di pagamento, ma la consulenza diventa sempre più importante.

Sbaglia dunque chi teme che il colloquio di consulenza passerà in secondo piano o, con la stretta interazione tra uomo e computer, finirà addirittura per scomparire. Direct Net non è tuttavia uno strumento adatto per gli intraday trader, che svolgono le loro operazioni di borsa nell'arco di un giorno sfruttando le oscillazioni quotidiane dei corsi. Il gruppo target è chiaramente costituito da inve-

### E-documenti

**Visualizzare ed elaborare i documenti in formato elettronico.**

Il nuovo e pratico servizio del Credit Suisse per i clienti Direct Net: i giustificativi bancari su conti, traffico dei pagamenti e titoli possono essere consultati, visualizzati ed elaborati direttamente online.

#### I principali vantaggi in sintesi

- I documenti elettronici sono facili da trovare, salvare, copiare e inoltrare.
- Rapida disponibilità dei documenti, in quanto la spedizione postale viene meno.
- Minor consumo di carta a tutto vantaggio dell'ambiente.
- I documenti elettronici sono provvisti di firma digitale e sono giuridicamente validi.
- Servizio gratuito.
- Possono essere richiamati velocemente in qualsiasi momento.
- I documenti restano a disposizione in forma elettronica per 24 mesi, a condizione che il cliente non li cancelli prima.

Ulteriori informazioni all'indirizzo [www.credit-suisse.com/documentielettronici](http://www.credit-suisse.com/documentielettronici)

### E-fatture

**Inviare e ricevere le fatture in forma elettronica.**

Le e-fatture vengono emesse in formato elettronico dal creditore attraverso un apposito sistema di fatturazione, il circuito PayNet, e recapitate direttamente in Direct Net, sostituendo le fatture convenzionali in formato cartaceo.

#### I principali vantaggi in sintesi

- Potete verificare le vostre fatture in Direct Net, elaborarle e autorizzarne il pagamento.
- Non dovete più inserire i dettagli di pagamento a mano; in questo modo risparmiate tempo ed evitate errori.
- Potete accedere alle vostre fatture elettroniche indipendentemente da dove vi trovate e autorizzarne il pagamento.
- Decidete voi da quali emittenti ricevere le fatture in formato elettronico.

Ulteriori informazioni all'indirizzo [www.e-fattura.ch](http://www.e-fattura.ch)

stitori che operano nel medio e lungo termine. Lo scambio di opinioni tra consulente e cliente è quindi di centrale importanza. «Il Credit Suisse intende differenziarsi con una consulenza globale. Per questo stiamo lavorando per ampliare Direct Net con una componente di consulenza. Non per rimpiazzare il colloquio personale, bensì per integrarlo», precisa Gaillard.

#### Una consulenza più mirata

Pozzi conosce i vantaggi e ne fruisce con profitto. Il suo modo di operare è all'avanguardia. In Direct Net ha già descritto il proprio profilo: propensione al rischio, impegni finanziari e obiettivi d'investimento. Successivamente ha elaborato una strategia d'investimento con il suo consulente. Bianchi adesso sa cosa Pozzi vuole e gli può offrire la propria consulenza in ogni momento tramite Direct Net. L'online banking diventa così sempre di più un importante canale complementare per tutte le operazioni bancarie. In ultima analisi ogni cliente usufruisce di un ampio know-how e di raccomandazioni individuali, orientate alla sua strategia d'investimento. Gaillard parla a tal proposito di «piattaforma integrata di consulenza e interazione».

Pozzi è tornato da tempo da New York. Ha alle spalle una frenetica giornata di lavoro. Prima di lasciare l'ufficio scrive ancora un breve messaggio al suo consulente via SecureMail. «Buonasera signor Bianchi. Ho investito 10 000 franchi nel fondo Living Plus. Splendida performance. Grazie per il consiglio. Saluti, U. Pozzi».

fva



Michel Gaillard  
Responsabile Online Banking presso  
il Credit Suisse

**«Direct Net ha ora una struttura molto più chiara.»**

## «La soluzione giusta per ciascun segmento di clientela»

Fatture elettroniche, rapporti di ricerca, analisi dettagliata della performance, portafogli virtuali: Direct Net ha arricchito la propria offerta. Michel Gaillard spiega ciò che attende i clienti.

**Bulletin: Signor Gaillard, con il nuovo look and feel il Credit Suisse ha migliorato molte funzioni e ne ha create di nuove. Cosa la rende particolarmente fiero?**

Michel Gaillard: Con il nuovo Direct Net abbiamo sviluppato l'intera applicazione in base alle norme internazionali per la creazione di cosiddetti siti web privi di barriere. Grazie a uno speciale software, anche i non vedenti o le persone con deficit visivi possono utilizzare Direct Net. Per questo sito privo di barriere siamo stati la prima banca in Svizzera a ottenere il rating AA (certificazione di accessibilità). Abbiamo inoltre adeguato la gestione del menu alle esigenze dei nostri clienti. Direct Net ha ora una struttura più chiara ed è più facile da usare.

**Ci dica qualcosa di più sull'applicazione SecureMail.**

SecureMail è un canale di comunicazione sicuro tra i clienti private banking e i loro interlocutori presso la banca. Un normale scambio di e-mail non è codificato e può essere letto da qualsiasi pro-

vider o hacker. SecureMail, invece, utilizza le stesse caratteristiche di sicurezza dell'online banking. Nessuno al di fuori del mittente e del destinatario può leggere il messaggio. Stiamo pensando di rendere accessibile in futuro SecureMail anche ad altri segmenti di clientela.

**Quali servizi offre Direct Net al cliente?**

Direct Net offre una vasta gamma di funzioni sia per clienti privati che per clienti commerciali o istituzionali. Oltre agli abituali ambiti come conto, deposito, pagamenti, negoziazione titoli o borsa ci sono fatture elettroniche, giustificativi bancari in forma elettronica, analisi dettagliata della performance, rapporti di ricerca, portafogli virtuali e altro ancora. In altre parole: la soluzione giusta per ciascun segmento di clientela.

**Quali nuovi progetti avete in cantiere?**

Lavoriamo su diversi fronti. Al momento stiamo integrando in Direct Net l'Investors' Circle, un'applicazione specifica riservata ai clienti private banking. >

Diamo grande importanza anche al traffico dei pagamenti, soprattutto per aziende e istituzioni. Attraverso «customer panel» regolari, con 25 aziende selezionate, ci proponiamo di migliorare le operazioni di pagamento e la gestione del portafoglio. Curiamo dunque il contatto stretto con i nostri clienti in modo da ampliare l'offerta in base alle loro esigenze.

**Dal mese di maggio sono visibili i dettagli dei pagamenti. Quando saranno disponibili anche i dettagli relativi alle carte di credito?**

È vero, al momento i nostri clienti non possono ancora visualizzare in Direct Net i dettagli relativi alle carte di credito. La sfida che dobbiamo affrontare consiste nel conciliare i sistemi del Credit Suisse e della Swisscard. Si sono già svolti i primi colloqui in tal senso.

**Quanto è sicuro l'online banking?**

In via di massima l'online banking è sicuro. Forniamo la massima sicurezza ai clienti già al momento del login mediante un'identificazione a più livelli. I dati per la trasmissione sono inoltre codificati con le più moderne tecnologie e non possono essere visualizzati su Internet da persone non autorizzate. Ciascun utente deve però, nel proprio interesse, adottare una giusta dose di cautela. All'indirizzo [www.credit-suisse.com/sicurezza](http://www.credit-suisse.com/sicurezza) forniamo ai clienti utili consigli in tema di protezione del proprio PC e dei propri dati. fva

## Online banking: priorità assoluta alla sicurezza!

Il Credit Suisse provvede affinché vengano rispettati i massimi standard di sicurezza nelle operazioni online e sfodera gli artigli per proteggere il sistema informatico della banca e il trasferimento elettronico dei dati.

A livello planetario centinaia di milioni di utenti sono uniti grazie a Internet, cui si aggiungono giornalmente nuovi computer. Un terreno assai fertile per gli hacker, che sferrano i loro attacchi in modo sempre più mirato e professionale. Gli istituti di credito sono in costante allerta poiché il denaro è una calamita per i malintenzionati, sia nelle filiali che nei centri commerciali o, appunto, su Internet.

«Impieghiamo moltissime risorse in termini finanziari e di personale per garantire il miglior livello di sicurezza possibile», sottolinea Johannes Hennekeuser, responsabile Security Technologies presso il Credit Suisse. Per «migliore possibile» il Credit Suisse intende una custodia sicura dei dati, un trasferimento codificato degli stessi come pure un accesso protetto ai conti. Se un cliente vuole accedere alla banca deve identificarsi a tre livelli: con il codice utente, la parola d'ordine e la SecurID, vale a dire un numero a sei cifre generato elettronicamente e che cambia ogni minuto. Il sistema iden-

tifica l'utente in base a questi dati. Inoltre, per la prima transazione occorre immettere anche un ulteriore numero SecurID. Con questo accesso multilivello il sistema garantisce la miglior protezione possibile dalle operazioni fraudolente.

### La frode del phishing

Chi naviga su Internet si espone giocoforza a innumerevoli pericoli. E nelle operazioni bancarie in rete uno di essi potrebbe essere la manipolazione dei conti. Ma chi sono i «truffatori» e come riescono a sottrarre il denaro? Per esempio con il phishing. Dall'inglese «password» e «fishing», letteralmente significa «adescare le parole d'ordine». Facciamo un esempio: tramite posta elettronica il truffatore attira gli utenti Internet su siti contraffatti, dove vengono richiesti parole d'ordine, codici NIP e altri dati riservati. Visto che l'utente crede di essere «al sicuro» non ha nessuna ritrosia e inserisce i dati. Tuttavia il link non rimanda alla homepage originale del rispettivo



Johannes Hennekeuser  
Responsabile Security Technologies  
presso il Credit Suisse

**«Impieghiamo moltissime risorse in termini finanziari e di personale per garantire il miglior livello di sicurezza possibile.»**



operatore, bensì a un sito analogo contraffatto.

Nella sua retrospettiva annuale, il Servizio nazionale di coordinazione per la lotta contro la criminalità su Internet (SCOCI) documenta il costante aumento dei casi di phishing nella criminalità economica.

#### **Fidarsi è bene, non fidarsi è meglio**

I produttori di software tentano di proteggere gli utenti dagli attacchi truffaldini grazie a web browser di nuova generazione. Uno di essi è Internet Explorer 7 di Microsoft, con funzioni avanzate in grado di localizzare i tentativi di phishing con maggior facilità. Su ogni pagina, anche un semplice menu popup, viene mostrato in sovrapposizione l'indirizzo web. In tal modo si riducono al minimo i tentativi di caricare il sito originale sullo sfondo di quello contraffatto. Tuttavia è pur sempre l'utente a doversi avvedere della probabile truffa.


Una delle regole di sicurezza recita infatti: «Non credere ciecamente a Inter-

net, ma dotarsi di un sano scetticismo». Ogni utente deve agire in piena consapevolezza quando rivela dei dati riservati. Hennekeuser aggiunge: «Concretamente il Credit Suisse non richiede mai informazioni personali o dati confidenziali tramite e-mail o per telefono». Vale quindi il principio: per nessun motivo rivelare parole d'ordine e nomi di utente. Il rischio maggiore rimane tuttavia il PC del cliente. La sicurezza dei dati, la protezione virus, i firewall e l'aggiornamento degli applicativi sono misure indispensabili per ogni utente, come concordano gli esperti. La consapevolezza di un uso sicuro delle informazioni elettroniche non è ancora sufficientemente ancorata nella popolazione. Con la sua campagna di sensibilizzazione il Credit Suisse si rivolge anche ai giovani e giovanissimi. Un esempio in tal senso è l'iniziativa «Security for Kids». Il sito [security4kids.ch](http://security4kids.ch) è nato dalla collaborazione tra vari partner del settore dell'istruzione, Microsoft, Symantec, lo SCOCI e il Credit Suisse. Si rivolge sia agli alunni che agli insegnanti e ai geni-

tori e presenta una serie di suggerimenti pratici per assicurare la protezione dei giovani utenti durante la navigazione su Internet. In ultima analisi si mira ad automatizzare l'osservanza delle regole di sicurezza per ogni utente. «Chi impara presto a destreggiarsi con circospezione nel mondo virtuale non ha nulla da temere», commenta Hennekeuser. Una cosa è certa: un atteggiamento responsabile giova sia al cliente che alla banca. **fva**

→ **Sicurezza a tutto link:**  
[www.credit-suisse.com/sicurezza](http://www.credit-suisse.com/sicurezza)  
[www.melani.admin.ch](http://www.melani.admin.ch)  
[www.scoci.ch](http://www.scoci.ch)  
[www.security4kids.ch](http://www.security4kids.ch)  
[www.infosurance.ch](http://www.infosurance.ch)  
[www.symantec.com](http://www.symantec.com)  
[www.mcafee.com](http://www.mcafee.com)  
[www.antiphishing.org](http://www.antiphishing.org)

### **Tutelatevi dagli accessi non autorizzati: le dieci regole del banking in rete**

**1.** Con un doppio clic su  accertatevi che il certificato verta effettivamente su [cs.directnet.com](http://cs.directnet.com). In tal modo vi assicurate di non essere arrivati sul sito Internet di un malintenzionato.

**2.** Le parole d'ordine non vanno memorizzate sul computer, né sul disco duro, né su un foglietto attaccato allo schermo.

**3.** Evitate di creare una parola d'ordine con la data di nascita, il numero di telefono o addirittura il nome. L'ideale è inventarne una composta da lettere maiuscole e minuscole nonché cifre.

**4.** Installate e aggiornate regolarmente i software di protezione (protezione virus e firewall).

**5.** Connettetevi direttamente con il server del Credit Suisse e durante l'allacciamento non aprite altre pagine web.

**6.** Non cliccate sui link inviati tramite posta elettronica allo scopo di connettervi direttamente con la vostra banca.

**7.** Non comunicate mai i dati d'accesso al vostro online banking al telefono o per e-mail. La vostra banca non segue questa procedura!

**8.** Se durante la connessione online crolla il sistema o compaiono degli strani messaggi d'errore, uscite immediatamente e informate gli specialisti del Credit Suisse (numero di telefono 0844 800 888).

**9.** Abbandonate la vostra postazione soltanto dopo aver concluso il collegamento all'online banking. Direct Net va sempre chiuso con l'apposita funzione «Uscita» e non semplicemente spegnendo il computer.

**10.** Dopo aver concluso le vostre operazioni online vuotate la cartella temporanea (cache) del browser Internet nonché l'intera cronologia. Per informazioni al riguardo vi rimandiamo al sito [www.credit-suisse.com/sicurezza](http://www.credit-suisse.com/sicurezza).

# Gli Sherlock Holmes della rete

Presente in rete dal 1° gennaio 2003, il Servizio di coordinazione per la lotta contro la criminalità su Internet (SCOCI) è a disposizione del pubblico, delle autorità e dei fornitori di servizi Internet in qualità di centro di competenza per questioni di natura giuridica, tecnica e criminale. La prassi ne conferma la validità.

Ufficio federale di polizia, divisione IMC, sezione OSINT/Monitoring SCOCI. Il nome sembra un codice criptato. È in un edificio poco appariscente di un quartiere residenziale di Berna, nei pressi dello Stade de Suisse, che lo SCOCI ha eletto il suo domicilio. Chi vuole entrare deve esibire un permesso speciale perché qui si indaga, a porte chiuse, sugli oscuri meandri di Internet.

Nel mirino dello SCOCI: i contenuti web perseguibili penalmente, quali la diffusione della pornografia dura e delle manifestazioni violente, estremiste o razziste, i reati economici, le violazioni dei diritti d'autore, il traffico illegale di armi o, dal 1° aprile 2007, l'invio di e-mail indesiderate (spam).

## Reati economici in aumento

Nel 2006 lo SCOCI ha ricevuto 6300 segnalazioni da parte della popolazione. Il 24,3 per cento verteva sulla pornografia dura e infantile, il 23,8 per cento sulle e-mail indesiderate, il 9,6 per cento sulla pornografia in generale, il 4,4 per cento sui reati economici, il 2,2 per cento sugli stupefacenti e il traffico di medicinali e il 2,1 per cento sulla discriminazione razziale.

Colpisce in particolare il costante aumento dei reati di natura economica, il cui numero raddoppia di anno in anno. Questo tipo di criminalità su Internet può assumere diverse forme: phishing, riciclaggio di denaro, servizi fraudolenti con cosiddetti terzi di fiducia (imprese Escrow), abuso di carte di credito, acquisizione illecita di dati e via dicendo. Tutti questi espedienti hanno un unico obiettivo:

spiare gli internauti per arricchirsi finanziariamente.

Nove collaboratori del Servizio di coordinazione sono incaricati di intercettare i siti illegali. Suddivisi in tre unità – Monitoring, Clearing e Analisi – possono contare sull'aiuto di tutti coloro che, tramite il modulo online, segnalano contenuti web sospetti.

Il 23 per cento circa dei moduli pervenuti riguarda gli invii di spam. Queste e-mail non vengono utilizzate solo per pubblicizzare prodotti di massa ma – e la tendenza è in crescita – anche per attività illegali come il phishing o la diffusione della pedopornografia. Per questo tipo di reati, sul sito scoci.ch è ora disponibile un sistema di analisi in grado di identificare con un semplice clic del mouse il provider Internet responsabile. Se quest'ultimo ha la propria sede in Svizzera, ad esempio la Cablecom, il destinatario dello spam può segnalargli il caso direttamente, in quanto la legge obbliga gli offerenti di servizi Internet a tutelare i

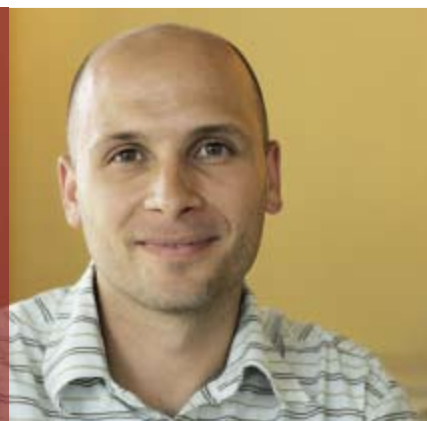
propri clienti dall'invio di messaggi indesiderati. «Con questo tool di analisi diamo all'utente la possibilità di difendersi e lo indirizziamo verso l'interlocutore che potrà aiutarlo», spiega Roger Küffer, responsabile dell'unità Monitoring. Può inoltre capitare che, a loro insaputa, le vittime diventino a loro volta autori. Basta che il loro computer venga infettato da un virus o da un cavallo di Troia perché si metta a inviare automaticamente spam ogni volta che viene acceso. Questi computer comandati a distanza sono anche noti con il nome di «zombie».

## Giri di ronda su Internet

Il nome «servizio di coordinazione» non rende del tutto giustizia allo SCOCI. «La maggior parte del nostro lavoro consiste nell'indagare su casi concreti», afferma Roger Küffer. Ciò significa passare in rassegna i vari siti Internet alla ricerca di attività criminali. Il tema d'investigazione è stato chiaramente definito dal comitato direttivo: la pornografia infantile. «Sappiamo esattamente cosa cercare e dove», aggiunge Küffer. Gli investigatori, però, non hanno carta bianca: il monitoraggio è infatti limitato agli ambiti pubblici della rete, cosa che esclude le pagine protette da password. Le provocazioni o le inchieste sotto falsi pretesti sono anch'esse vietate. La sorveglianza dei forum chat richiede quindi tempo e una certa sensibilità. «Abbiamo constatato che proprio nelle chat si riscontrano numerosissimi

Roger Küffer  
Responsabile dell'unità Monitoring  
dello SCOCI

**«Abbiamo constatato che proprio nelle chat si riscontrano numerosissimi comportamenti criminali e abbiamo quindi instaurato una stretta collaborazione con i rispettivi operatori.»**



comportamenti criminali e abbiamo quindi instaurato una stretta collaborazione con i rispettivi operatori. Alla Bluewin, ad esempio, più di 300 collaboratori volontari monitorano intensamente le conversazioni degli utenti di chat». I casi sospetti vengono poi notificati allo SCOCI.

Ma dove si concentrano questi casi? «Principalmente nelle reti peer-to-peer, come Gnutella, Fast Track o eDonkey». Su queste «autostrade dell'informazione» vengono trasmesse moltissime informazioni e immagini, tra cui anche foto di pedopornografia. «Filtriamo tra i 30 e i 40 casi al mese». Una dimostrazione di Roger Küffer permette di constatare la rapidità e l'efficacia del motore di ricerca, nonostante nello stesso istante milioni di utenti siano in rete: una volta ristretta la ricerca alla Svizzera e inserita una parola chiave – che tiene segreta, è un'informazione riservata – ottiene una lunga lista che a prima vista può trarre in inganno, dato che non dietro a ogni nome si nasconde un criminale. Scovare e stanare i cattivi fa parte del mestiere e in questo caso l'esperienza aiuta.

### Il sospetto c'è, e ora?

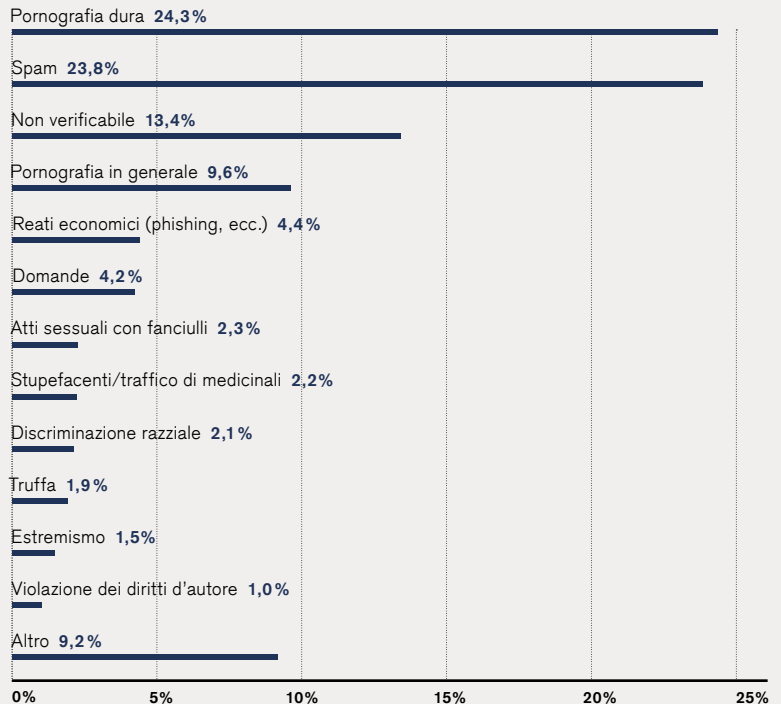
Una volta salvate tutte le piste e i sospetti concernenti la Svizzera, utilizzabili come prova, i dossier vengono trasmessi all'unità Clearing dello SCOCI. Se dalle analisi svolte emergono contenuti rilevanti sul piano penale, i casi sospetti vengono poi inoltrati alle autorità di perseguimento penale dei rispettivi cantoni.

Lo scorso anno lo SCOCI ha indagato su 259 casi sospetti. Ogni anno la polizia riesce a dare un nome e un volto al 75–80 per cento dei casi di sospetto, arrestando in media circa 200 persone. In altre parole: i nove collaboratori dello SCOCI smascherano un criminale ogni due giorni. Un lavoro da certosino che dà i suoi frutti.

fva

## Segnalazioni della popolazione allo SCOCI (2006)

Le tendenze del 2005 hanno trovato conferma anche nel 2006: la pornografia infantile e le spam costituiscono circa la metà dei casi segnalati. Fonte: SCOCI



### I principali termini in sintesi

**Spam** Invio in massa automatizzato di messaggi di posta elettronica non richiesti. Il termine spam designa anche l'e-mail stessa. L'invio automatizzato consente di raggiungere un vasto numero di destinatari in tempi brevi e a costi ridotti.

**Phishing** Il termine phishing – che deriva dall'unione delle parole inglesi «password» e «fishing» – indica i tentativi dei truffatori di accedere ai dati confidenziali di ignari internauti.

**Sistema a piramide** È un sistema di guadagni per gradi. L'idea di base consiste nell'ottenere versamenti di denaro in favore della «generazione» attuale tramite il reclutamento ininterrotto di nuovi membri, incaricati a loro volta di trovare i membri della nuova generazione.

**Truffa** Il fenomeno delle truffe dell'anticipo è apparso all'inizio degli anni Ottanta. Tramite e-mail, fax o lettere personali, alle vittime vengono promessi notevoli guadagni finanziari.

**Escrow** Le imprese Escrow sono un tramite di fiducia che funge da mediatore e amministratore di pagamenti, soprattutto per le imprese web, dove non è possibile stabilire un contatto fisico tra acquirente e venditore.

→ **Maggiori informazioni e il modulo per segnalare contenuti web sospetti** figurano al sito [www.scoci.ch](http://www.scoci.ch)

# Cliccando s'investe

Per non perdersi nell'universo dei fondi d'investimento bisogna essere specialisti o, in alternativa, conoscere il giusto sito web. Con Fund Lab si diventa esperti in un batter d'occhio.

Dall'inizio degli anni Novanta l'universo dei fondi d'investimento è andato sempre più diversificandosi. Oggi esistono migliaia di fondi, emessi da diverse società di gestione a beneficio di una clientela variegata. Il solo patrimonio di fondi gestito dal Credit Suisse si aggira attualmente intorno ai 60 miliardi di franchi svizzeri.

Il pensiero alla base di ogni fondo d'investimento è quello del collocamento collettivo degli averi, affidati sia da privati sia da imprese e casse pensioni. Il patrimonio così riunito viene investito professionalmente – a seconda della strategia del fondo – in azioni, obbligazioni, titoli del mercato monetario, immobili e investimenti alternativi. O in un mix di queste categorie. La strategia d'investimento definisce pure in quali settori, regioni, paesi, monete o temi il fondo impiega il patrimonio raccolto.

In un portafoglio diversificato il rischio complessivo viene ridotto grazie alla minore correlazione fra i singoli investimenti: il portafoglio è composto in modo tale che frutti un rendimento possibilmente elevato a fronte di un rischio possibilmente contenuto.

## In ogni fondo vi è molto know-how

Per formare il giusto paniere di un fondo bisogna conoscere le condizioni dei mercati e i loro andamenti, nonché dedicare molto tempo all'attività di analisi. Gli specialisti dei mercati finanziari visitano le imprese analizzandone lo sviluppo. Per sostenere le sue decisioni d'investimento il gestore del fondo può ricorrere ad analisti ed economisti, i quali esaminano costantemente i mercati finanziari e van-

tano un approfondito know-how su specifici settori. In tal modo il gestore dispone delle necessarie e aggiornate informazioni per decidere se acquistare o vendere determinati titoli.

Negli ultimi anni il mercato dei fondi d'investimento è cresciuto in tutto il mondo dando vita a una moltitudine di prodotti per ogni categoria d'investimento, settore e regione. I fondi d'investimento sono disponibili pressoché per ogni paese e sfera tematica. Il motivo di questo boom risiede in primis negli indubbi vantaggi offerti dai fondi d'investimento: diversificazione del rischio, rendimenti allettanti a lungo termine e flessibilità.

## Fund Lab agevola la selezione

Per scremare il meglio dell'offerta globale di fondi, nel 1999 il Credit Suisse ha lanciato Fund Lab, una banca dati interattiva gestita su Internet che copre un ampio spettro di fondi, provenienti da numerosi offerenti che condividono una caratteristica: la solidità e forza dei loro prodotti. Oggi Fund Lab conta oltre

2600 fondi di 60 offerenti, fra cui quasi tutti i grandi nomi del settore ma anche molti esponenti di nicchia innovativi.

Fund Lab è sinonimo di apertura. La banca dati, liberamente accessibile all'indirizzo [credit-suisse.com/fundlab](http://credit-suisse.com/fundlab), presenta su un'unica piattaforma tutte le informazioni rilevanti e consente un confronto dei dati, aggiornati a flusso continuo. Con pochi clic del mouse si può ottenere una panoramica del mondo dei fondi d'investimento. In breve: con Fund Lab, il Credit Suisse propone un'architettura di vendita aperta con lo scopo di creare valore aggiunto. La piattaforma viene correntemente ampliata dal Credit Suisse in base a criteri qualitativi e quantitativi. Per essere ammessa a Fund Lab una società di gestione deve avere esperienza, una solida reputazione, una determinata dimensione e un management solido. Altri criteri sono la presenza di una vasta gamma di fondi, un reporting regolare, la notifica di dati di performance e di altro genere, necessari alla trasparenza e alla comparabilità dei dati. Per quanto riguarda i dati viene peraltro fatto ricorso anche a fornitori esterni; infatti, è solo su una base di dati stabile e affidabile che è possibile ottenere confronti rappresentativi a tutto vantaggio della trasparenza. I singoli fondi dell'universo di Fund Lab sono inoltre regolarmente valutati da qualificati team di analisti.

A cadenza mensile, per ogni fondo vengono realizzati dei rapporti (fact sheet) in

Julian Köhler  
Responsabile Product Management  
Investment Funds Private Banking

**«Con Fund Lab, il Credit Suisse propone un'architettura di vendita aperta con lo scopo di creare valore aggiunto.»**





cui sono documentati l'andamento della performance e l'attuale composizione del portafoglio. L'onere per questa trasparenza è enorme: ogni mese, nella banca dati vengono fra l'altro aggiornati circa 50 000 fact sheet in formato PDF.

In Svizzera tutti i fondi offerti in Fund Lab possono essere acquistati alle stesse condizioni a prescindere dall'offerente. La commissione di emissione ammonta allo 0,5-0,2 per cento per i fondi del mercato monetario (graduata secondo l'importo investito), all'1 per cento per i fondi obbligazionari e al 2 per cento per i fondi azionari e Portfolio. Per l'emissione di tutti i fondi contenuti in Fund Lab viene applicata una commissione minima di 50 franchi. Il riscatto delle parti è esente da commissione. Per tutti gli switch all'interno dell'universo Fund Lab, oltre che di uno sconto del 30 per cento sui propri diritti di custodia gli investitori beneficiano di uno sconto del 30 per cento sulle commissioni di emissione.

La funzione Buy & Sell consente agli investitori di acquistare o vendere i fondi selezionati attraverso Direct Net, l'applicazione di online banking del Credit Suisse. Inoltre segnala il limite temporale per il collocamento dell'ordine, l'ultimo prezzo e il numero di valore del fondo in questione. Chi acquista parti di un fondo tramite Direct Net riceve uno sconto di 25 franchi per ogni ordine.

Con Fund Lab sarà possibile anche in futuro soddisfare nel migliore dei modi le più disparate esigenze di un'ampia base di clientela.

Julian Köhler, responsabile Product Management  
Investment Funds Private Banking

CREDIT SUISSE

Fund Lab

www.credit-suisse.com/fundlab

## FF Malaysia Fund Fondi azionari: Capitalizzazione - forte

### Fatti e cifre

**Obiettivo d'investimento**  
Il fondo si pone l'obiettivo di una crescita del capitale sul lungo periodo, tramite investimenti in titoli azionari ed altri titoli quotati per lo più alla Borsa di Kuala Lumpur. In più il fondo può investire in società quotate, anche non Malesi, che abbiano concreti interessi in Malesia.

**Distributore**  
Fidelity Funds  
**Domicilio del fondo**  
Lussemburgo  
**Data di lancio**  
01 ott. 1990  
**Moneta del fondo**  
USD  
**Valore**  
207 544  
**ISIN**  
LU0 048 587 868  
**Benchmark**  
Kuala Lumpur SE Composite CR  
**Totale patrimonio del fondo 30 apr.**  
504,0 mio. USD  
**Valore d'inventario (prezzo) 05 giu.**  
34,77 USD  
**Importo della distribuzione 01 ago. 2005**  
0,25 USD

**Tariffe**  
**Commissione d'emissione**  
2,0%  
**Commissione di gestione**  
1,5% p.a.  
**Total expense ratio (TER)**  
1,96%

**Ratings**  
**Benchmark Rating**  
5.9  
**Morningstar Rating**  
★★★★  
31 mar. 2007  
**Morningstar Style Box**  
31 ott. 2006  
Dimensioni  
Large  
Med  
Small  
Value Blend Growth  
Style  
Copyright 2003 Morningstar Discretionary GmbH.

Evoluzione (Calcolo in moneta del fondo USD al giorno 30 apr. 2007)



Rendimento/Rischio: Grado di rischio - Bilanciato

	Fondo	Benchmark
Media annuale su 3 anni	22,99%	20,55%
Media annuale su 5 anni	16,10%	13,08%
Scarto standard triennale	13,47	11,83
Beta	1,1	

Posizioni principali (al giorno 30 apr. 2007)

MALAYAN BANKING (MY)	7,10%
TENAGA NASIONAL	6,30%
GENTING (MALAY)	5,70%
BUMIPUTRA-COMMERCE HOLDINGS	5,60%
PUBLIC BANK (F) (MY)	5,60%
IOI	4,50%
TELEKOM MALAYSIA	4,30%
MAXIS COMMUNICATIONS	3,20%
DIGI.COM	3,10%
GAMUDA	3,00%
Sub totale	48,40%

Asset allocation (al giorno 30 apr. 2007)

Settori	Paesi
Valori finanziari	30,48%
Valori industriali	18,43%
Beni di consumo ciclici	12,00%
Servizi Telecom	10,64%
Beni di consumo	9,41%
Altri	19,04%

Il presente "Fact Sheet" non costituisce né un'offerta né un invito da parte del Credit Suisse all'acquisto o alla vendita di parti di questo fondo. I dati sulla performance non tengono in considerazione le commissioni e i costi applicati all'emissione e al riscatto delle quote. Il Credit Suisse non offre nessuna garanzia (né si assume alcuna responsabilità nei confronti di terzi) sull'esattezza, l'affidabilità e la completezza delle informazioni. Per informazioni dettagliate sulle restrizioni di vendita si prega di leggere il prospetto di vendita del fondo in questione. Credit Suisse può ricevere a titolo di compensazione da terzi una remunerazione per la distribuzione oppure altri servizi a compenso unico o ricorrente (ad es. commissioni di collocamento o commissioni di distribuzione). Il Credit Suisse è una banca svizzera.

Ogni mese, nella banca dati di Fund Lab vengono aggiornati circa 50 000 fact sheet in formato PDF.

→ Nel Fund Lab del Credit Suisse gli investitori trovano una panoramica di oltre 2500 fondi emessi da oltre 60 società di gestione.

Maggiori informazioni al sito  
[www.credit-suisse.com/fundlab](http://www.credit-suisse.com/fundlab).

## Direct Net per tutti!

Il Credit Suisse è la prima banca svizzera ad aver strutturato tutte le sue applicazioni di online banking secondo le norme internazionali di accessibilità. Il 26 aprile 2007 ha ottenuto il marchio di certificazione AA. Direct Net è accessibile da subito anche alle persone disabili.

Lo sviluppo di Internet è certamente una delle maggiori conquiste tecnologiche dell'ultimo secolo. Il cyberspazio ci permette di svolgere molte attività quotidiane dal computer di casa in modo più semplice, rapido e soprattutto comodo. Un grande vantaggio in particolare per le persone più anziane o disabili. Ma non sempre: sul piano pratico, infatti, le cose stanno purtroppo diversamente. In Svizzera, viaggiare nel mondo virtuale risulta problematico per circa 700 000 persone. Una capacità visiva molto ridotta, disturbi cognitivi e motori o altri tipi di disabilità rendono più difficile l'accesso al mondo della rete. Anche questi clienti desiderano tuttavia sbrigare le loro operazioni bancarie in modo autonomo. All'inizio del 2007 il Credit Suisse ha pertanto creato un servizio che si occupa in modo specifico delle esigenze di questi clienti, al fine di facilitare loro l'accesso ai prodotti e servizi della banca.

### Il Credit Suisse elimina le barriere

Il Credit Suisse ha fatto il primo passo in questa direzione con Direct Net, la sua applicazione di online banking. In collaborazione con la fondazione «Accesso per tutti», con sede a Zurigo, è stato analizzato lo stato attuale dell'applicazione in merito all'osservazione delle norme internazionali di accessibilità. A tal fine, le pagine rappresentative di Direct Net sono state controllate da persone ipovedenti o affette da un altro disturbo cognitivo. L'obiettivo era quello di scoprire le lacune, nonché adottare le misure necessarie alla loro eliminazione, in vista di una certificazione di accessibilità da parte della

citata fondazione. Questa certificazione, ovvero un marchio di qualità rilasciato da un ufficio di certificazione riconosciuto su scala nazionale, conferma che Direct Net osserva le norme internazionali di accessibilità al web. Il 26 aprile il Credit Suisse ha infine ricevuto, come prima banca svizzera, il certificato di accessibilità. Fra le altre cose sono stati migliorati i seguenti punti.

- Il contrasto delle pagine può essere aumentato per una maggiore leggibilità.
- Tutte le immagini sono state dotate di parole chiave così da essere riconosciute anche da persone con capacità visive molto ridotte.

- La funzione di ingrandimento del browser permette una visione più chiara di Direct Net.

- Tutti i titoli di tabelle e colonne sono stati ottimizzati appositamente per lo screen reader. Questo strumento di software trasmette le informazioni normalmente riportate sullo schermo con l'aiuto di dispositivi non visuali, vale a dire in forma sonora o tattile tramite una barra braille.

Hanspeter Kurzmeyer, responsabile Clientela privata Svizzera, si è detto particolarmente felice che il Credit Suisse svolga in Svizzera un ruolo pionieristico anche in tema di web senza barriere. «Rendendo accessibili i propri prodotti e servizi alle persone disabili, il Credit Suisse contribuisce a una maggiore integrazione di queste persone e si assume così la propria responsabilità sociale». **ad**

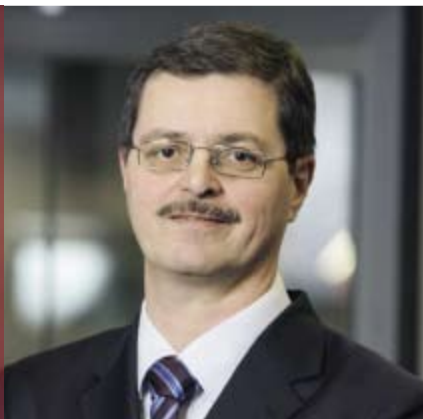
→ **Maggiori informazioni al sito**  
[www.credit-suisse.com/directnet](http://www.credit-suisse.com/directnet).



**I clienti con una forte riduzione della capacità visiva possono usare l'online banking del Credit Suisse grazie a speciali strumenti di navigazione.**

Daniel Hippenmeyer  
Responsabile Recruiting Svizzera

«Il 25 per cento di chi si candida per un posto al Credit Suisse lo fa tramite Internet.»



## Il lavoro dei sogni pescato in rete

Chi cerca un posto di lavoro su Internet ha buone possibilità di successo. Il segreto non sta tanto nel cercare, bensì nel farsi trovare. Jobmail rende la ricerca più comoda ed efficiente.

Il mercato del lavoro online è in piena espansione. Centinaia di borse lavoro affollano Internet alla caccia dei migliori talenti. Oggi, ad esempio, chi si candida per un impiego al Credit Suisse in Svizzera ha maggiori probabilità di successo se utilizza il canale online. Solo i candidati interni o chi è proposto dalla linea ha opportunità migliori. «Lo scorso anno il 25 per cento circa di tutte le nostre assunzioni esterne è stato effettuato tramite i sistemi telematici», conferma Daniel Hippenmeyer, responsabile Recruiting Svizzera al Credit Suisse. E la tendenza è in aumento.

A chi cerca lavoro, come pure alle aziende, Internet offre indubbi vantaggi, primo fra tutti il risparmio di tempo e denaro. Gli annunci su Internet costano una frazione di quelli nei giornali, mentre raggiungono un pubblico infinitamente più vasto rispetto alla cerchia dei lettori di una sola testata. Proprio in un mercato a corto di risorse, come quello attuale, un'ampia diffusione è oltremodo importante. Nel contempo però l'offerta di un impiego su Internet comporta

il pericolo di una peggiore qualità delle candidature.

### La qualità deve essere garantita

Una soluzione per assicurare la qualità è l'assessment online. Tramite un link il candidato riceve uno speciale elenco di domande, volto a metterne in risalto le competenze. Ai datori di lavoro ciò permette di offrire ai candidati un collocamento idoneo in azienda e uno sviluppo consono alle loro capacità. Oggi gli assessment online rappresentano una componente rilevante del processo di reclutamento. «L'assessment online ci offre un aiuto importante nell'inquadramento dei candidati e favorisce la realizzazione della nostra strategia aziendale», spiega Erich Grimm che, come responsabile del Recruiting Uetlihof, ha una visione d'insieme di gran parte delle assunzioni in Svizzera.

Un'altra possibilità per assicurare la qualità è rappresentata dalle domande a filtro, che mettono in evidenza le competenze dei candidati, per esempio particolari conoscenze linguistiche oppure

l'esperienza bancaria. Questo metodo è già applicato da alcune borse lavoro e aiuta le aziende, in quanto struttura sommarariamente l'elenco dei candidati per ogni posizione. Con oltre 4000 candidature al mese, tale iter può notevolmente ridurre i tempi della ricerca.

### Chi bene cerca è a metà dell'opera

A chi è alla ricerca di un lavoro, Internet offre la possibilità di selezionare gli impieghi che corrispondono ai propri desideri. A tal fine la società TopJobsScout24 gestisce due portali contemporaneamente: il sito jobscout.ch, che si rivolge a tutti coloro che cercano un lavoro, e topjobs.ch, una piattaforma per il personale specializzato e dirigente. Nel solo settore finanziario su queste due piattaforme vengono offerti in Svizzera oltre 900 posti di lavoro al mese. Una simile suddivisione dell'offerta favorisce la visione d'insieme ai potenziali candidati: «Gli utenti devono potersi orientare rapidamente nella giungla delle offerte online», giustifica la strategia a due canali Urs Lüchinger, direttore della TopJobsScout24: «Se si punta a una determinata posizione oppure a una certa funzione, non ha molto senso esaminare oltre 1000 posti di lavoro al mese». TopJobsScout24 è una delle borse lavoro che non solo pubblicano offerte d'impiego, ma rispondono anche a nuovi requisiti del reclutamento: «Per le aziende con un marchio forte è importante figurare in questi portali per la selezione del personale con il proprio brand», spiega Lüchinger. «Una volta immessi i loro criteri di ricerca, i candidati vengono incanalati non solo verso determinati posti, ma direttamente verso l'azienda che offre l'impiego corrispondente». L'utente arriva dunque direttamente nel portale delle offerte di lavoro della società che interessa e può farsene una prima idea. Ormai quasi ogni impresa ha un proprio mercato online dei posti di lavoro. Per Daniel Hippenmeyer, responsabile Recruiting al Credit Suisse, la presenza delle società nelle borse lavoro offre un chiaro vantaggio: «Per trovare >

i migliori talenti le società devono essere più innovative e posizionarsi attivamente come aziende e come datori di lavoro».

### Jobmail: la chiave del successo

Ovviamente non tutte le offerte d'impiego sono pubblicate sull'insieme delle piattaforme. Per i potenziali candidati la ricerca quotidiana nelle varie borse lavoro, tra le offerte delle aziende e sui giornali può diventare una fatica immane. Oltre alla suddivisione tra posizioni generiche e dirette esistono piattaforme online specializzate su determinati gruppi di professioni, per esempio nel campo del marketing e della comunicazione. Un candidato dovrebbe dunque sapere esattamente in quale settore cerca un posto e filtrare specifici offerenti, in modo da circoscrivere la ricerca a pochi siti Internet al giorno. In virtù della loro specializzazione, i singoli portali offrono spesso posti di lavoro più interessanti delle borse online generiche.

Ma che cosa succede se si cerca un posto presso un determinato datore di lavoro? Mentre in passato i potenziali candidati svolgevano lunghe ricerche e si proponevano a un'azienda con una candidatura spontanea, oggi esistono metodi di gran lunga migliori, tra cui l'abbonamento a Jobmail. Questo strumento è assai popolare poiché si basa su un'idea semplice ed efficace: nel sito Internet di una società basta ordinare un abbonamento per i posti vacanti e immettere i propri criteri di ricerca come in una borsa lavoro, ed ecco che ogni offerta d'impiego nel settore auspicato della stessa società viene recapitata direttamente per posta elettronica. Le informazioni arrivano dunque contemporaneamente all'utente, alle borse lavoro e ai giornali. Gli interessati hanno così un vantaggio in termini di tempo e possono candidarsi in modo mirato. «Questo metodo è molto più proficuo di una candidatura spontanea», spiega Hippenmeyer. In realtà negli ultimi anni le candidature spontanee sono diminuite. Se nel 2005 oltre 10 000 persone si erano candidate

spontaneamente al Credit Suisse, non avendo quindi risposto a un'offerta d'impiego specifica, lo scorso anno sono scese a poco meno di 7000. E la flessione tende a continuare, perché le domande di lavoro spontanee comportano un impegno notevole e le statistiche rivelano una percentuale di successo del 5 per cento appena. «La candidatura mirata a un posto di lavoro pubblicato è più proficua per entrambe le parti in causa», afferma Hippenmeyer confermando questo trend. «L'abbonamento a Jobmail supera tutte le nostre aspettative». Nel mese di aprile di quest'anno il Credit Suisse ha raggiunto quota 2800 sottoscrizioni, più del doppio del previsto. Nel «mondo

offline» vi erano quindi 2800 persone interessate a un posto al Credit Suisse e in attesa di trovare l'impiego auspicato. Nel frattempo tale cifra è notevolmente aumentata. Il servizio Jobmail è inoltre utilizzato volentieri dalle agenzie che si sono specializzate su determinati profili professionali e possono così rimanere automaticamente aggiornate nel loro settore.

La ricerca online dell'impiego può dunque avvalersi di numerosi canali, e l'abbonamento a Jobmail è uno dei metodi più efficienti per trovare i posti vacanti. Una volta contattato in questo modo il datore di lavoro preferito si è già a buon punto. Poi non resta che attendere!

jb

**Chi cerca un lavoro su Internet può inserire le proprie esigenze come la sfera d'attività, il grado di occupazione e le condizioni contrattuali. Il computer si assume il lavoro dell'utente e indica i posti di lavoro corrispondenti. In tutta semplicità e rapidità.**



# L'e-business continuerà a fiorire grazie alla banda larga

L'e-business continua a far registrare tassi di crescita sostenuti in tutto il mondo, sulla spinta del miglioramento di modalità di accesso, servizi e contenuti. La contrazione del costo della banda larga dovrebbe incentivare ulteriormente il tasso di penetrazione di Internet, con un conseguente aumento del tempo di navigazione e degli acquisti effettuati online. In base alle stime del Credit Suisse, entro il 2010 le spese effettuate in rete passeranno dai 170 miliardi di dollari del 2006 a 263 miliardi.

Il numero degli utenti attivi di Internet in tutto il mondo ha raggiunto a marzo 2007 la soglia dei 763 milioni, come rilevato da comScore, azienda specializzata in statistiche del traffico web. Nel solo mese di marzo tali utenti hanno visualizzato più di 2000 miliardi di pagine, pari a un incremento del 9 per cento rispetto al mese precedente. Stati Uniti ed Europa rimangono i maggiori mercati, ma le aree geografiche con i tassi di crescita più sostenuti sono America Latina e Asia-Pacifico. Uno studio di PricewaterhouseCoopers (PwC) prevede che fra il 2005 e il 2010 la spesa pubblicitaria globale su Internet e il mercato degli accessi registreranno un tasso di crescita annuo del 13 per cento.

## La banda larga come catalizzatore

Nei prossimi anni il settore di Internet si espanderà di pari passo con la progressiva conquista di quote di mercato delle connessioni a banda larga. «La crescente penetrazione della banda larga, che non mostra segnali di rallentamento, fungerà da catalizzatore per l'intero settore», spiega Heath Terry, analista Internet del Credit Suisse. «La diminuzione dei costi della banda larga e le connessioni sempre più veloci dovrebbero incentivare l'impiego di Internet e delle sue varie applicazioni». Secondo lo studio PwC, il tasso globale di penetrazione Internet a livello di famiglie dovrebbe raggiungere il 47 per cento entro il 2010, in netto progresso rispetto all'ancora modesto 17 per

cento del 2001 e al 34 per cento dello scorso anno.

Attualmente i motori di ricerca fanno la parte del leone per quanto concerne le visite sul web. E l'attrattiva del web continuerà a crescere di pari passo con l'ulteriore miglioramento delle tecnologie: non a caso, da uno studio di Nielsen//NetRatings risulta che i motori di ricerca sono regolarmente visitati da circa l'80 per cento degli internauti.

## Boom della pubblicità online

La pubblicità è chiamata ad adeguarsi a questo trend ponendo un accento sempre più marcato sul web. Il Credit Suisse stima che nel 2006 la spesa pubblicitaria online sia cresciuta del 35 per cento su base annua, raggiungendo la considerevole cifra di 17 miliardi di dollari. Secondo PwC, entro il 2010 la spesa pubblicitaria

sul web aumenterà fino a 51,6 miliardi di dollari. Un tasso di crescita altrettanto sostenuto è registrato dall'e-commerce, ossia la vendita di beni e servizi in cui un ordine è conferito dall'acquirente o un prezzo viene negoziato via Internet o e-mail. In base ai dati dello U.S. Census Bureau, negli Stati Uniti si stima che nel 2006 le vendite di e-commerce siano ammontate al 2,8 per cento (pari a 109 miliardi di dollari) delle vendite totali al dettaglio, con un incremento del 24 per cento rispetto all'anno precedente.

## Utenti sempre più a loro agio

«Il segmento dell'e-commerce rappresenta il fenomeno di crescita più costante in ambito Internet, con un incremento di quasi il 25 per cento annuo nel corso degli ultimi quattro anni», spiega Heath Terry. «Riteniamo che questo trend proseguirà anche in futuro, poiché gli acquirenti saranno sempre più a loro agio nella conduzione di transazioni online di importi anche notevoli. Aziende come eBay, Amazon e operatori retail tradizionali con una forte presenza sul web continueranno quindi a beneficiare di questa crescita. Attualmente i titoli del segmento e-commerce quotano con multipli di 29 volte l'utile per azione stimato per il 2008, leggermente a premio rispetto al settore Internet complessivo; riteniamo pertanto che questi livelli di valutazione siano particolarmente interessanti in rapporto al tasso di crescita», precisa Heath Terry. **de**

Heath Terry  
Analista Internet presso il Credit Suisse

**«La crescente penetrazione della banda larga, che non mostra segnali di rallentamento, fungerà da catalizzatore per l'intero settore».**



# Una nuova vita nel cyberspazio

Fare shopping senza dover trascinare pesanti sporte della spesa. Ballare tutta la notte senza doversi svegliare la mattina seguente con il mal di testa. Nella seconda vita virtuale è possibile. Ma nel mondo online di «Second Life» ancora non riesco a trovare una filiale della mia banca. Un mondo virtuale in combinazione con una grande banca? Ma non esisteva già?

Corre l'anno 2002. Nella cornice idilliaca del lago di Bienne, nel bel mezzo dell'ar-teplage della città omonima, si trova il padiglione di Cyberhelvetia, un progetto di Expo.02. L'ambiente della città Internet «Cy», il mondo virtuale parallelo al padiglione reale, è decisamente meno imponente ed è ospitato nei server del Credit Suisse. L'idea della prima città virtuale della Confederazione è audace. Le persone si scelgono un'identità a loro piacimento e si riuniscono in una comunità che si autoorganizza. L'infrastruttura è scarsa, di canalizzazioni e ospedali nemmeno l'ombra. La città è ridotta all'essenziale, tuttavia vi si insediano circa 33 000 abitanti per conquistare il mondo virtuale. Trasferirvi è facile. Non servono né ditte di traslochi né licenze edilizie. La naturalizzazione avviene con pochi clic del mouse e nella scelta dei nomi non sono posti limiti alla fantasia. L'unica condizione da rispettare è che il nome non sia già utilizzato da un altro inCyder. Poi tra circa 100 modelli si sceglie un avatar, ossia un'immagine virtuale, e si parte alla ricerca di una casa adeguata. La vita virtuale può cominciare. Proprio come nella vita reale si deve costruire e curare una rete di amicizie. La community di Internet dispone addirittura di un proprio giornale, il «CyPress». Oltre a insediarsi nella città virtuale Cy, vi è la possibilità di farsi immortalare da trenta robot-fotografi davanti ad apposite finestre. Complessivamente vengono raccolti oltre un milione di scatti. Al termine dell'esposizione nazionale il progetto

Cyberhelvetia, di durata limitata, è portato avanti autonomamente da alcune centinaia di appassionati inCyder. Solo dopo qualche anno si capisce davvero l'importanza pionieristica del lavoro svolto allora dal Credit Suisse.

## Il fulmineo sviluppo di Internet

Nel frattempo è trascorso qualche anno. Nuove tecnologie hanno permesso la realizzazione di nuovi progetti web. Ma le idee su cui si basano sono tutt'altro che inedite. Proprio Cyberhelvetia e diversi altri progetti degli albori di Internet dimostrano che già ai tempi della new economy esistevano idee che somigliavano molto agli attuali modelli di successo. Allora l'euforia per Internet fu seguita da una grande delusione. Le azioni delle aziende dotcom crollarono drasticamente. A uno sguardo più attento appare evidente che le idee di quegli anni precorrevano spesso i tempi. Sul piano tecnico le condizioni quadro non erano ancora quelle giuste. Ci voleva un'eternità persino per fare le cose più semplici, come ordinare una pizza online: dapprima bisognava connettersi con il modem, poi eseguire la procedura di ordinazione navigando a una velocità decisamente ridotta, e pagare i lunghi tempi di attesa in termini di stress e di elevati costi di connessione.

## L'interattività è sempre più importante

Le cose sono cambiate con l'introduzione delle tariffe flat, che prevedono il pagamento di un determinato prezzo indipendentemente dalla durata e dalla frequen-

za della navigazione. Solo la disponibilità di rapidi e convenienti accessi a banda larga ha reso possibile l'utilizzo di diverse applicazioni web, sancendo il definitivo trionfo di Internet. E si è cominciato a rispolverare diverse vecchie idee, a modificarle leggermente per poi lanciarle di nuovo. E improvvisamente ci si è accorti che funzionavano. Un esempio paradigmatico è rappresentato dal portale video Youtube. L'idea è semplice, il successo travolgente: gli utenti caricano i loro video e li mettono a disposizione della community. L'attenzione del grande pubblico ha il suo prezzo: di recente i due fondatori hanno venduto Youtube a Google per 1,65 miliardi di dollari. Cinque anni prima progetti analoghi non avevano avuto successo. Gli ostacoli tecnici e di conseguenza finanziari per il consumatore medio erano troppo elevati.

Internet diventa sempre più interattiva, e milioni di blog conquistano il cyberspazio. Oltre al vantaggio dello scarso onere di gestione, i blog offrono spesso la possibilità di scrivere commenti. Si può fare così direttamente riferimento a un articolo. Il lettore si trasforma in autore. Questa idea di community è tipica della maggior parte dei cosiddetti progetti web2.0. Su di essa si basano anche i vari wiki. Le pagine di questi vocabolari online vengono scritte e modificate dai lettori, consentendo di raccogliere un enorme sapere e renderlo accessibile al grande pubblico. Ma accanto ai molti vantaggi questo nuovo modo di diffondere la conoscenza nasconde anche dei rischi. I wiki sono infatti soggetti a manipolazioni. E tuttavia il codice di autoregolamentazione funziona sorprendentemente bene. In ultima analisi i lettori possono colmare eventuali lacune nei testi e correggere da soli gli errori.

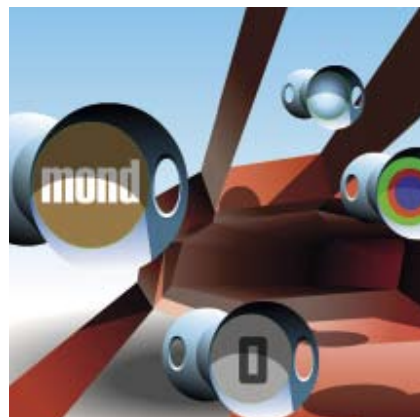
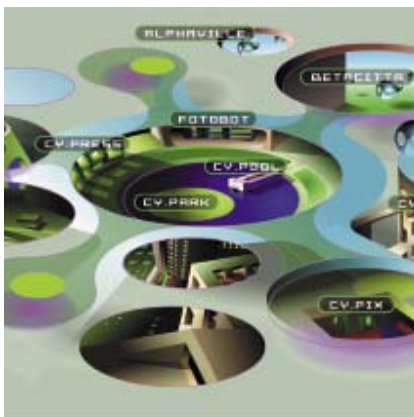
Un nuovo progetto di autorealizzazione virtuale attualmente sulla bocca di tutti è Second Life. A ben guardare, i paralleli con Cyberhelvetia sono evidenti. Anche qui, infatti, ci si può costruire da soli il proprio avatar e crearsi una casa virtuale. Dopo aver scaricato il soft-

ware necessario ci si può immergere subito nel mondo virtuale tridimensionale.

Ma anche su questo fronte il progresso tecnologico ha lasciato il segno. Second Life offre funzionalità decisamente più avanzate, ad esempio consentendo di creare case e vestiti su misura o di costruire succursali virtuali della propria azienda. L'affitto o l'acquisto del terreno si paga in dollari Linden, moneta virtuale che può essere acquistata sborsando dollari reali. Nonostante tutta l'euforia e il tam tam dei media, rispetto ai sei milioni di utenti registrati i 30 000 user che partecipano ogni giorno al gioco non sono certo un numero entusiasmante.

#### Ingresso in una nuova dimensione

Da questo punto di vista, quindi, Second Life sembra rappresentare piuttosto un gioco, in quanto non offre funzionalità sostanzialmente nuove. Di reti di contatti ne esistono già a bizzeffe, e su Internet non mancano nemmeno altre possibilità di comunicazione. La tradizionale pubblicità tramite banner, gli online shop e i siti aziendali si sono già affermati come piattaforme di marketing online. La novità di Second Life è soprattutto la tridimensionalità: abbinata al nuovo sistema operativo Vista, questa potrebbe aprire la strada a una nuova tendenza anche per altre applicazioni web. Una cosa è certa: Internet non ha ancora trovato la sua forma definitiva. Chissà, forse dopo Cyberhelvetia e Second Life un giorno arriverà anche la «terza vita» virtuale. sds



**Cy**, parte integrante del progetto Cyberhelvetia gestito dal Credit Suisse a Expo.02, è stata la prima città virtuale della Svizzera (immagini in alto). Ciò che allora era considerata un'idea pionieristica, oggi – grazie al mondo virtuale di Second Life – fa ormai quasi parte della vita quotidiana (immagini in basso).

#### Sigla editoriale

**Editore** Credit Suisse, Casella postale 2, 8070 Zurigo **Redazione** Andreas Thomann (ath) (direzione del progetto), Joy Bolli (jb), Alireza Darvishy (ad), Dorothee Enskog (de), Tanya Fritsche (tf), Mandana Razavi (mr), Sebastian Schiendorfer (sds), Franziska Vonaesch (fva) **Internet** [www.credit-suisse.com/infocus](http://www.credit-suisse.com/infocus) > Dossiers > Internet **Marketing** Veronica Zimmic **Progetto grafico** Arnold Design AG, Uerikon ZH: Daniel Peterhans, Monika Häfliger, Michele Iseppi, Urs Arnold, Petra Feusi (gestione del progetto) **Lay-out e composizione** Arnold Design AG, Uerikon ZH **Stampa** NZZ Fretz AG, Schlieren **Traduzione italiana** Servizio linguistico del Credit Suisse: Francesco Di Lena, Michele Bruno, Deborah Cometti, Alessandra Maiocchi, Antonella Montesi **Fotografie** John Abbott, pagina 17; Andreas Hofer, pagina 19; Jan Potente, Das Fotoarchiv, pagina 14; Martin Stollenwerk, pagine 3, 7, 8, 10, 12, 15; [www.coproduktion.ch](http://www.coproduktion.ch), copertina.

# TOP OF SWITZERLAND

N2O Informatique Sarl, Grand-Rue 9, **1180** Rolle [www.n2oinformatique.ch](http://www.n2oinformatique.ch) • Idea Systems, Route des Avouillons 6, **1196** Gland, [www.ideasystems.ch](http://www.ideasystems.ch) • VnV computer, Zennaro & Cie, Daniel-Jeanrichard 30, **2400** Le Locle, [www.vnv-computer.ch](http://www.vnv-computer.ch) • PC Lotus GmbH, Neumarktstr. 9, **2502** Biel/Bienne, [www.pc-lotus.ch](http://www.pc-lotus.ch) • B&C Computer GmbH, Lagerhausweg 30, **3018** Bern, [www.bc-computer.ch](http://www.bc-computer.ch) • Netchange Informatik GmbH, Dorfstr. 12, **3084** Wabern, [www.netchange.ch](http://www.netchange.ch) • Netchange Informatik GmbH, Bernstr. 3-5, **3421** Lyssach, [www.netchange.ch](http://www.netchange.ch) • APS Informatik GmbH, Schlossstr. 1, **3550** Langnau i. E., [www.aps-informatik.ch](http://www.aps-informatik.ch) • BEO-Computer GmbH, Frutigenstr. 6, **3600** Thun, [www.beo-computer.ch](http://www.beo-computer.ch) • PC-Center, Petersgraben 21, **4051** Basel, [www.pccenter-basel.ch](http://www.pccenter-basel.ch) • PCI Computer Systems AG, Mühlemattstr. 48, **4104** Oberwil BL, [www.pcicomputer.ch](http://www.pcicomputer.ch) • RS Computer GmbH, Luzernerstr. 1, **5630** Muri AG, [www.rscomputer.ch](http://www.rscomputer.ch) • Walker Radio TV und PC GmbH, Attinghauserstr. 130, **6460** Altdorf, [www.walkerpc.ch](http://www.walkerpc.ch) • Comptel Sagl, Via al Ticino 19, **6514** Sementina, [www.comptel.ch](http://www.comptel.ch) • Foletti Computer, Via Cantonale 16B, **6928** Manno, [www.foletti.com](http://www.foletti.com) • PC-help.ch GmbH, Richtstr. 19, **7000** Chur, [www.pc-help.ch](http://www.pc-help.ch) • Diversimex GmbH, Seestr. 330, **8038** Zürich, [www.diversimex.ch](http://www.diversimex.ch) • Syntron Elektronik & PC, Schützengraben 24, **8200** Schaffhausen • Bacher Data AG, Ferrachstr. 35, **8630** Rüti ZH, [www.bacherdata.ch](http://www.bacherdata.ch) • MS Informatik GmbH, Lands-gemeindeweg 14, **8853** Lachen, [www.ms-informatik.ch](http://www.ms-informatik.ch) • MS Informatik GmbH, Zielstr. 25, **9050** Appenzell, [www.ms-informatik.ch](http://www.ms-informatik.ch) • Computer Direct SG AG, Zürcherstr. 6, **9500** Wil SG, [www.computerdirect.ch](http://www.computerdirect.ch)

Ulteriori fonti d'acquisto: [www.littlebit.ch](http://www.littlebit.ch)



LA SVIZZERA E LITTLEBIT: DUE, PER IL  
MASSIMO DELLA QUALITÀ.



littlebit  
NOTEBOOK  
[www.littlebit.ch](http://www.littlebit.ch)



## Stingray Z84

Processor: Intel® Core™ 2 Duo Processor T7300 •  
Memory: 1 GB • Graphic: nVidia Geforce 8600M GS,  
512 MB • Harddisk: 120 GB SATA • Optical: DVD+/-RW  
8x DL • Operating System: Microsoft® Windows®  
Vista Premium

sFr. 1'990.- IVA incl.