

E-BOOK

Katherine Albrecht - Liz McIntyre

SpyChips

Gruppo Editoriale Macro



Le multinazionali e i governi progettano di sorvegliare ogni nostra mossa. Ecco come.

Arianna Editrice

Una spia nelle tue scarpe

EQUIPAGGIARE DI CHIP TUTTI GLI OGGETTI D'USO QUOTIDIANO, COSÌ DA RACCOGLIERE INFORMAZIONI SUI LORO PROPRIETARI

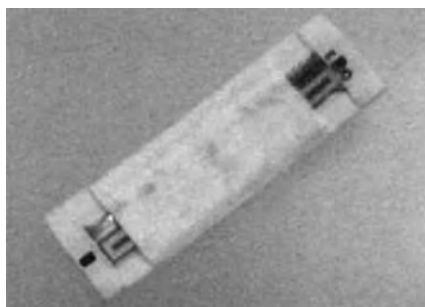
«L'uso diffuso dei tag RFID su merci come i capi di vestiario rende possibile la localizzazione di persone, animali e oggetti, che possono essere tracciati su scala globale, determinando così un'intrusione nella privacy di dimensioni orwelliane».

(Dalla richiesta di brevetto dell'IBM, depositata presso le autorità americane con il n. 20020116274¹)

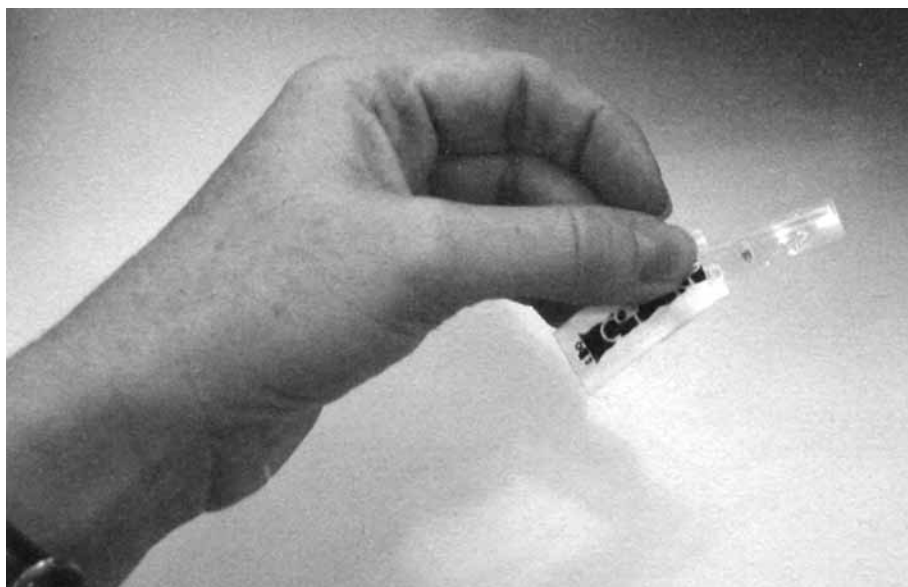
Chip spia sulle etichette dei capi di vestiario

I saloni dove vengono esposte le ultime novità in materia di RFID sono eventi imperdibili, per tutti gli addetti ai lavori e per i dirigenti d'azienda che intendono partecipare al progetto. È qui che i protagonisti dell'industria dei chip spia commerciano i loro ritrovati, vantano le loro ultime creazioni e permettono di sperimentare sul campo la loro tecnologia. Ovviamente, si tratta anche del posto migliore per coglierli con le mani nel sacco. L'autunno scorso ci siamo recate al palazzo dei congressi Navy Pier di Chicago, in occasione di una delle più importanti esposizioni dell'anno, la *Frontline Solutions*, per poterci rendere conto degli ultimi sviluppi in tema di RFID. Questa esposizione non manca mai di garantire sorprese e rivelazioni, e anche l'edizione del settembre del 2004 non ha tradito le attese. Il pezzo forte era un prototipo delle etichette *Checkpoint-RFID* per i capi di vestiario, che faceva sfrontatamente bella mostra di sé, infilato nelle "fodere" taggate che portavano i nomi di celebri produttori, come Calvin Klein, Champion, Carters e Abercrombie & Fitch, (come vedremo in seguito, la Checkpoint è uno dei principali produttori dei sistemi di tag antitaccheggio e, adesso, anche di tag RFID).

Questa etichetta in tessuto della Calvin Klein era tra il materiale esposto presso il banco della Checkpoint RFID. Vista di fronte, sembra una qualsiasi etichetta, come quelle che vengono cucite all'interno del collo di camicie e magliette.



Vista dal retro, ci si rende subito conto che l'etichetta contiene un congegno RFID nascosto (si noti l'antenna metallica che si protronde da ambo i lati).



Se poi apriamo l'etichetta, il congegno RFID può essere analizzato nei dettagli. Si noti il chip computerizzato al centro del tag e l'antenna metallica che si estende verso i lati. Il chip contiene un numero di identificazione unico, che può essere letto a distanza.

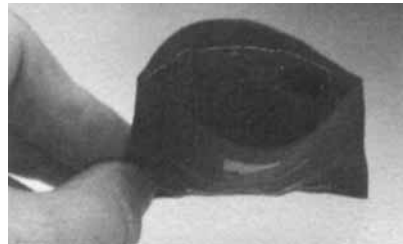


In occasione dell'esposizione Frontline del 2004, la Checkpoint ha rivelato che uno dei suoi principali clienti nel settore dell'abbigliamento stava segretamente lavorando a un progetto volto a introdurre la tecnologia RFID in ognuno dei suoi prodotti. Di chi si trattava? Abercrombie & Fitch? Old Navy? Calvin Klein? Carter's? Champion? A quanto pare, quella società non voleva che se ne parlasse troppo e i tizi della Checkpoint hanno tenuto la bocca ben cucita.



Quest'etichetta, che recita "Checkpoint Systems RFID" è stata cucita su un giubbino sportivo della Champion, in mostra presso lo stand della Checkpoint. La Champion è di proprietà della Sara Lee Corporation, che è stata una delle prime società a investire e nello sviluppo della tecnologia RFID.

L'interno di un'etichetta Checkpoint RFID per capi di vestiario. Si tratta dello stesso genere di etichetta cucita sul giubbino della Champion nella foto qui sopra. Sebbene da qui non si riesca a distinguerlo, la circuiteria è cucita all'interno di questo particolare taschino.



Come si può vedere dalle immagini, le etichette in tessuto sono in tutto e per tutto simili a quelle che possiamo trovare tra i capi nel nostro armadio, ben cucite sul collo della camicia, della giacchetta o del vestito del nostro bambino. Il cartellino che un giorno finirà per penzolare dai capi di queste marche potrebbe sembrare identico a quello che si ritrova in qualsiasi altro negozio al mondo, con le varie indicazioni, il prezzo eccetera. C'è però una differenza: questi tag sono truccati, arricchiti di un chip spia e tracciabili a distanza.

Si tratta di qualcosa di più di semplici prototipi: un rappresentante della Checkpoint ha affermato che una società di fama mondiale ha già in mente di sistemare il tag RFID della Checkpoint su tutti i capi in produzione. Benché non ne abbia voluto rivelare il nome, ha comunque fornito qualche indizio.

Abercrombie & Fitch?

Il rappresentante della Checkpoint ha fatto riferimento a una società «di primaria importanza nel campo del commercio al dettaglio». Tra gli altri indizi, ci sono stati due prototipi di tag di color blu scuro, i soli due mostrati al pubblico nei quali c'era un qualche tentativo di nascondere il nome della società. Con il senno di poi, si potrebbe peraltro pensare che il maldestro tentativo di impedire il riconoscimento del cliente, che comunque lasciava intravedere in un angolino il logo della Abercrombie & Fitch, potrebbe essere stato un semplice espediente della Checkpoint, tanto per aggiungere un po' di *suspence* alla presentazione.

Quando Liz ha preso tra le mani quel tag maldestramente mascherato e ha chiesto se per caso la società "misteriosa", che aveva in mente di taggare tutto quanto, fosse l'Abercrombie & Fitch, il tizio allo stand della Checkpoint non ha potuto trattenere un sorriso rivelatore. Sebbene non fossero autorizzati a dire di più, dal loro atteggiamento traspariva che l'intuizione di Liz era corretta.

Un tale progetto, peraltro, non è affatto in dissonanza con le caratteristiche dell'Abercrombie & Fitch. Si tratta della stessa ditta che ha

spacciato materiale “porno soft” ai ragazzini, celebrato le nudità degli adolescenti e inserito immagini di feste molto osé nelle loro campagne pubblicitarie. Proprio in virtù di questa loro propensione per la pornografia si sono guadagnati il boicottaggio di diverse organizzazioni cristiane, di associazioni asiatico-americane e persino quella dello Stato della Virginia Occidentale. Oltre a essersi serviti di immagini a sfondo esplicitamente sessuale per caratterizzare i loro capi di vestiario, hanno anche prodotto magliette con slogan di scarsa sensibilità culturale, del genere «*It's All Relative in West Virginia*», e «*Wong Brothers Laundry Service: Two Wongs Can Make It White*»*.

Le loro campagne pubblicitarie possono essere ritenute più o meno offensive, ma resta il fatto che nessuno può negare che in passato abbiano dimostrato di ignorare le opinioni dei consumatori. Capi di vestiario dotati di chip spia, ovvero una delle principali preoccupazioni dei consumatori, sarebbero assolutamente *nello stile* di questo produttore.

Com'era prevedibile, i nostri sospetti si sono rivelati fondati. Pochi mesi dopo, quel salone, Abercrombie & Fitch, ha svelato quella specie di segreto di pulcinella. In un articolo intitolato “*U.S. Clothes Firm Comes Clean on RFID Plans*” (letteralmente, “Un grande produttore di capi d'abbigliamento rivela i suoi piani in materia di RFID”), l'A&F ha finalmente ammesso di aver sperimentato la tecnologia RFID: «Sì, li stiamo provando», ha dichiarato un rappresentante della società produttrice a Jo Best, reporter della *Silicom.com*, «Abbiamo un paio di progetti e li stiamo studiando attentamente... Come del resto fanno tutti gli altri»².

Come dargli torto? Le principali multinazionali del settore, come Calvin Klein e Carter's, oltre a catene di rivenditori come Wal-Mart, Target e Tesco non vedono l'ora di poter imbottire di tag RFID magliette, pantaloni e persino scarpe, nonché qualsiasi altro prodotto in vendita, senza peraltro auspicare che i consumatori ne siano al corrente.

* Quest'ultima maglietta porta un disegno e la scritta indicata, interpretata come razzista nei confronti della comunità asiatica americana.

Si veda: <http://sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?file=/c/a/2002/04/18/MN109646.DTL>

Spargere la voce

Non appena tornate dal salone, abbiamo diffuso un comunicato stampa e messo in rete le scioccanti immagini relative ai tag RFID di prossimo inserimento nei capi di vestiario dei principali produttori, e questo ha avuto tutta una serie di conseguenze. Per ciò che concerne gli industriali, di certo nessuno di loro ha apprezzato. *Advanstar Communications*, la società che si era incaricata dell'organizzazione del salone *Frontline Solutions*, ci ha inviato un'e-mail, nella quale ha chiesto di

«... rimuovere tutte le immagini non autorizzate, ottenute presso il *Frontline Conferente & Expo*, dai siti web da voi gestiti e, per l'esattezza, www.spychips.com, www.spychips.org, www.nocards.com, www.nocard.com nonché qualsiasi altro sito web di vostra responsabilità in cui avessero fatto la loro comparsa. Siete inoltre pregate di astenervi dal rendere disponibili tali immagini a chiunque altro. Se tali foto non verranno rimosse, vi verrà vietato l'accesso al *Frontline* e a qualsiasi altro salone e conferenza in materia di RFID organizzato dalla *Advanstar*».

Malgrado le successive rivelazioni della Abercrombie, ovviamente l'industria degli RFID non gradiva che il resto del mondo venisse al corrente delle prove relative ai loro progetti segreti di *tracking* planetario. I consumatori, peraltro, avevano tutti i diritti di sapere cosa si preparava, cosicché abbiamo tenuto duro. Invece di piegarci alle richieste di censura, non solo abbiamo mantenuto le foto incriminate sul nostro sito, ma abbiamo anche emanato un comunicato stampa, nel quale abbiamo annunciato che avremmo reso disponibile ulteriore materiale relativo al salone, compreso tutto ciò che documentava i progetti relativi al *tracking* di ben precisi prodotti, come le salviettine Huggies per bambini, i pannolini Kimberley-Clark, i farmaci antinfluenzali Nyquil, le vitamine CVS, gli omogeneizzati Similac e le pomate Lanacane.

Ovviamente, ognuno di questi produttori temeva una violenta reazione dei consumatori, e ne aveva ben donde, visto l'insuccesso che nel 2003 ha costretto la Benetton a ritirare un progetto analogo.

United Colors of Benetton

La Benetton è un produttore italiano di capi d'abbigliamento che vende i suoi costosi prodotti in oltre cento Paesi di tutto il mondo, pubblicizzando il proprio marchio con il celebre slogan "United Colors of Benetton", presente in tutte le sue ricche pubblicità patinate. Ovviamente, è anche tristemente nota per la sua turpe campagna "United Killers of Benetton" di qualche anno fa, nella quale si è servita di detenuti condannati a morte per pubblicizzare le sue magliette e i suoi pullover coloratissimi. Ma quello era stato solo l'inizio di tutta una serie di guai.

A un certo punto, Katherine aveva sentito che la Benetton stava progettando di piazzare chip spia nei capi di vestiario della serie di prodotti Sisley (vestiti e biancheria intima), dedicata al pubblico femminile, e aveva subito messo la CASPIAN sul sentiero di guerra, rivolgendo un appello ai consumatori, affinché mettessero in atto un boicottaggio planetario.

La campagna della CASPIAN, significativamente battezzata "*I'd Rather Go Naked*" (letteralmente, "meglio andarsene in giro nude") è stata la prima a essere lanciata a difesa della *privacy*. Nel giro di qualche settimana soltanto, la faccenda aveva già acquisito grande popolarità su vari media, come le reti nazionali radiofoniche, *Business Week*, Reuters e dozzine di altre reti mediatiche nazionali. Il boicottaggio, però, avrebbe ben presto valicato anche i confini nazionali: ne avrebbero subito dato notizia l'*Hindustan Times*, *The Scotsman*, e altri organi d'informazione in Olanda, in Francia, in Germania e persino in Tasmania.

Vista l'ondata internazionale di proteste, la Benetton è stata costretta a cancellare i suoi progetti, in virtù dei quali sarebbero stati taggati oltre *quindici milioni* di capi, e ha subito provveduto a tranquillizzare i suoi clienti, assicurando che nessun chip spia sarebbe stato applicato. Tale vittoria è stata accolta da tutti i consumatori come un autentico trionfo. Eravamo riusciti a fermare, almeno temporaneamente, uno dei progetti che miravano a violare la nostra *privacy* grazie all'introduzione generalizzata di chip spia.