

## Il commercio elettronico

Uno degli argomenti che più si sta discutendo tra gli "addetti ai lavori" a proposito di Internet. Dall'invenzione del World Wide Web e dei protocolli relativi, dalla versione 1.0 di Mosaic, si parla della vendita via Rete. Un paragone che si faceva qualche anno fa era quello della scoperta del Far West: per primi iniziano ad arrivare i coloni, filosofi alla ricerca della libertà, ma poi... immediatamente arrivano i cercatori d'oro ed assieme ad essi i fuorilegge e la prostituzione. Poi arrivano i giocatori d'azzardo e gli sceriffi, poi i ranger ovvero gli sceriffi del governo, ed assieme a loro le banche. Ecco che il modello economico del Far West è costruito, i territori conquistati, il business partito e... sono nati gli Stati Uniti d'America, una federazione legata da interessi economici, tra un mare e l'altro.

Prima puntata

di Sergio Pillon

Ecco che, per chi segue Internet da prima dell'evoluzione del WWW, il modello fino ad oggi è chiaro. Solo che in quattro anni è successo quello che nel Far West ha avuto bisogno di circa un secolo, e la "federazione" non è ancora completa. Che succederà della Comunità Economica Europea? Riuscirà a mantenersi tale in un mondo, come ha recentemente detto Talbot del DGIII (il gruppo della Comunità Europea che segue Internet), dove il concetto stesso di "vicini" scompare? Il vicino oggi è colui che è raggiungibile per e-mail, gli altri sono lontani; il telefono con la teleselezione continuava a selezionare tra business vicini e lontani, ma adesso?

Nei giorni in cui scrivo, dal 7 al 9 aprile, si è tenuto a Bonn il primo incontro sul commercio elettronico dei G7, i sette "grandi" del mondo, a dimostrazione dell'interesse che suscita l'argomento. In contemporanea partono una sperimentazione sul GSM per le transazioni

commerciali, due studi pilota sui mezzi di pagamento via Internet, e le banche stanno già attivandosi. Il '97 rischia insomma di essere l'anno del commercio elettronico.

Vorrei darvi una panoramica di quello che sta succedendo, senza nessuna pretesa di fare una lezione ma solo un panorama per poi dare a chi ha un'azienda gli elementi per pensare, e a chi sta cercando un lavoro, chissà, il modo di farsi venire un'idea...

### I consumatori

Quando si parla di mercato la prima cosa su cui riflettere è: "Chi è il mio acquirente? A chi vendo?". Era facile aprendo un negozio di alimentari in una strada: si analizzava il livello economico del quartiere, gli abitanti, i concorrenti, ed ecco che si sapeva già molto. Aprendo un ipermercato le cose sono più

complesse, ma sempre legate a fenomeni di questo tipo. Su Internet i survey danno una sensazione del mercato, almeno questo, ed è quasi l'unica cosa facile. I più recenti sono quello delle GVU, Grafic, Visualization ed Usability Group, [http://www.cc.gatech.edu/gvu/user\\_surveys/](http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/), che assieme ad altri ha realizzato un rapporto mettendo un questionario sulla Rete. Il primo limite è quindi che il rapporto non indica quelle che sono le reali percezioni della gente ma solo di coloro che navigano su Internet. Il vantaggio è che è il sesto, e quindi permette una analisi delle tendenze della Rete, completato alla fine del '96 dove 15.000 persone hanno risposto a domande sia "demografiche" che rivolte ad una analisi di consumo.

È sponsorizzato dal W3C, il consorzio per la definizione degli standard del WWW, e da INRIA, la struttura che ospita il W3C al CERN di Ginevra, dove è stato "inventato" il WWW. A proposito,

il mio primo impatto con Mosaic lo devo ad Alberto Berretti, professore alla II Università di Roma che, al ritorno da un incontro al CERN, mi presentò Mosaic, appena uscito in versione beta. Sembrano secoli, erano solo 4-5 anni fa!

Ma torniamo ai risultati del survey.

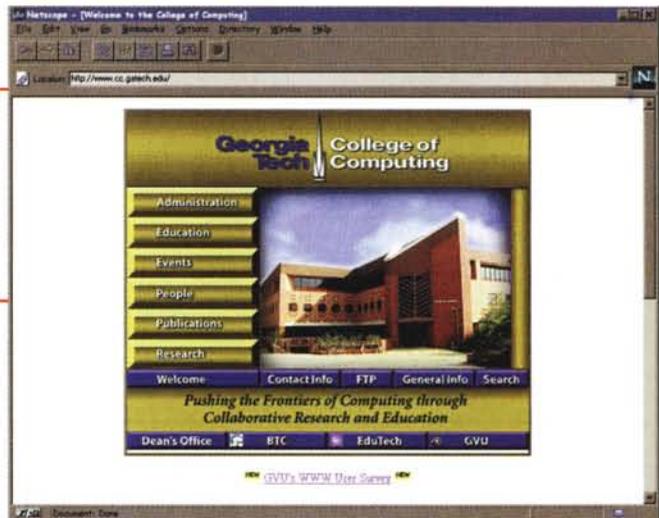
## L'impatto sulla società e sulla cultura

Il 36% ritiene che la censura sia uno dei principali problemi con cui si debba misurare Internet, il 26% la riservatezza delle informazioni ed il 14% la navigabilità di Internet. Tra gli europei invece la navigabilità è al secondo posto, prima della riservatezza. Tra le donne al primo posto la riservatezza, tra i giovani la censura, tra i più anziani la navigabilità.

*Figura 2 - Un dato interessante: nel periodo settembre/novembre 1996 chi ha risposto al questionario si aspettava nell'80% dei casi di usare Netscape Navigator nei prossimi 12 mesi. Attualmente i dati più prudenti danno Internet Explorer al 30% del concorrente, quelli Microsoft al 40%. La campagna condotta ha davvero modificato le forze in campo!...*

Un primo commento è che quando il questionario è stato realizzato era ancora forte l'eco del tentativo del congresso americano di mettere un "controllo" sulla Rete. Personalmente non scom-

*Figura 1 - Il sito del College of Computing, della Georgia Tech. University. Merita davvero una visita, è pieno di informazioni, veloce e soprattutto ci trovate dei dati veri, di valore, sulla Rete.*



metterei oggi che la censura si piazzerebbe al primo posto...

Che cosa pensa la Rete del dominio della lingua inglese? Il 59% concorda che i vantaggi di un'unica lingua superano di molto gli svantaggi. Le persone oltre i 50 anni sono molto più concordi nell'affermare i vantaggi della unicità della lingua, i più giovani temono una perdita di identità nazionale.

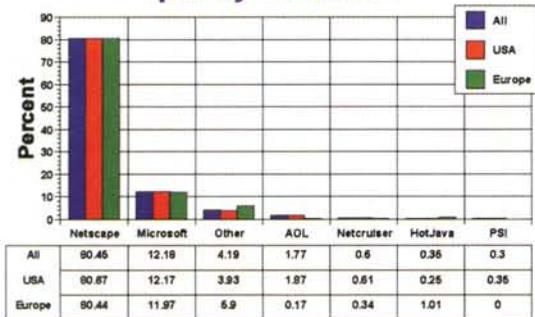
Strano? Non tanto. Non è la prima volta che i giovani fanno la figura dei conservatori, mentre i più anziani sono più "rivoluzionari"...

Il 46% sente che da quando usa la Rete è meno solo, che condivide maggiormente gli stessi interessi con altre

persone, e questo è un dato molto importante, indicando, e di commercio stiamo parlando, che la Rete viene vista con un luogo di condivisione di interessi oltre che una fonte di informazioni, per la realizzazione di comunità basate sugli interessi comuni piuttosto che sulla posizione geografica. Insomma la rivoluzione continua e farne parte lo trovo un'esperienza emozionante.

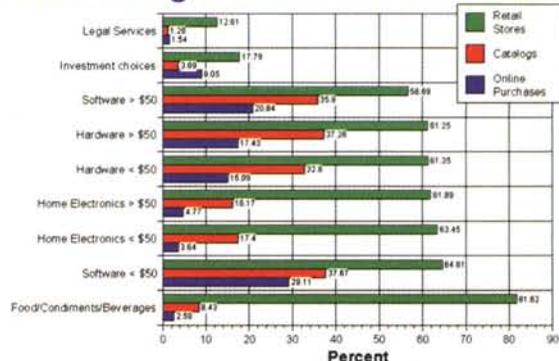
*Figura 3 - Il prodotto più acquistato, ovviamente, dai navigatori è il cibo. Ma ben pochi lo cercano sulla rete. Per cui www.salami.com non dovrebbe neppure esistere, altro che guadagnarci. In realtà si tratta sempre di un mercato "generale" dove gli spazi di nicchie esistono sempre. Certo, oggi io investirei in servizi via Rete..*

### Browser Expected to Use in 12 Months split by Location



Source: GVU's Sixth WWW User Survey™ (Conducted October 1996)  
 <URL:http://www.cc.gatech.edu/gvu/user\_surveys>  
 Copyright 1996 GTRC - ALL RIGHTS RESERVED  
 Contact: www-survey@cc.gatech.edu

### Purchasing Behavior in Past 6 Months



Source: GVU's Sixth WWW User Survey™ (Conducted October 1996)  
 <URL:http://www.cc.gatech.edu/gvu/user\_surveys>  
 Copyright 1996 GTRC - ALL RIGHTS RESERVED  
 Contact: www-survey@cc.gatech.edu

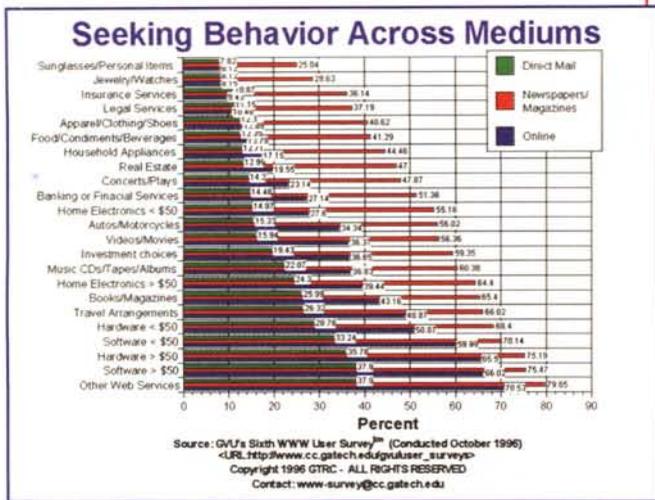


Figura 4 - Cosa cercano sui vari mezzi? La diapositiva mi sembra esplicita.

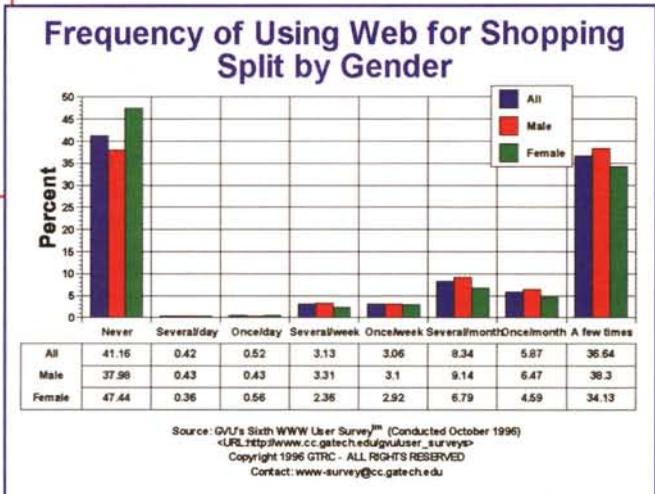
Per il tipo di lavoro svolto sostanzialmente c'è l'eguaglianza uomo/donna su Internet, e chi naviga ha tra i 26 ed i 50 anni e lavora soprattutto nel campo dell'informatica.

## Quali sono le idee sul pagamento dei servizi Web?

Il 68% non pagherebbe per avere servizi via Web, ma chi ha analizzato le risposte ritiene che si tratti più della percezione che i servizi attuali non meritino il pagamento.

Un'altra ipotesi vede nel fatto che la maggior parte degli utenti paghi un fornitore di accesso la ragione della risposta, visto che percepirebbe come un "secondo pagamento" quello dei servizi. Chi è disposto a pagare preferisce una iscrizione piuttosto che un pagamento a collegamento, ovviamente i giovani sono meno disposti a pagare ma anche le donne (il modello della donna di casa economica che gestisce il portafoglio esiste anche sulla Rete? Scherzavo, non intasatemi la mailbox!).

Figura 5 - Non sono molti quelli che acquistano tra i navigatori e non è neppure vero che le donne siano quelle che spendono...



## La politica

Il 38% sono di centro, 27% liberali di sinistra (socialisti) e 25% "liberisti", cioè coloro che ritengono che il governo debba servire solo per proteggere dalla violenza e dalla coercizione; oltre il 50% ha votato nelle ultime elezioni.

## Dati demografici

L'età media del sesto survey è di 35 anni, con un aumento dell'età media lento ma continuo: nel quarto 32,7, nel quinto 33. In media le donne sulla Rete sono più giovani degli uomini e gli europei più giovani degli americani. La "vecchia" Europa è poco tecnologica? Temo proprio di sì!

Il rapporto maschi/femmine si è stabilizzato, il 32,4% femmine, il 68,6% maschi. In Europa le cose sono diverse, 80% maschi, un lieve aumento delle donne in generale oltre i 50 (da 24,7% a 27,1%).

Speriamo che anche da noi le cose cambino con l'evoluzione della Rete, fino al terzo survey anche in USA le donne erano solo il 18%!

Per valutare questi dati bisogna an-

che tenere presente che l'83% di coloro che hanno risposto al survey viene dagli Stati Uniti: perché lo studio non è stato ben condotto in Europa (magari il questionario era su siti poco "visti" dagli europei oppure in genere da noi non si risponde..) o perché il WWW è ancora un fenomeno in cui gli americani hanno una prevalenza schiacciante?

Intanto nell'ultimo rapporto CENSIS si stimano in oltre 600.000 gli utenti Italiani del WWW.

Il 45,7% di coloro che hanno risposto sono sposati, il 36,7% single (ed il 17,6 cosa sono? Cosa avete capito, convinti!). I tre quarti di quelli tra i 19 ed i 26 anni sono single ed i tre quarti di coloro che hanno più di 50 anni sono sposati. Mi sembra una buona indicazione che tutti gli strati sociali siano rappresentati.

## Quanto spesso forniscono dati falsi sulla Rete?

Un problema importante. Il 63% non lo ha mai fatto, il 33% lo ha fatto qualche volta, il 4% preferisce non rispondere; come da aspettativa si riduce con l'età il numero di coloro che qualche volta barano. Insomma, le informazioni raccolte via Web hanno il 37% di probabilità di essere false! Attenzione...

I navigatori non si registrano se richiesto dal sito (nel 70% dei casi) perché non è spiegato chiaramente che uso si farà dei dati raccolti, ed inoltre nel 70% dei casi ritengono che per accedere ad un sito non debba servire fornire dati

personali. Inoltre il livello di fiducia in chi raccoglie le informazioni è davvero basso: nel 62% dei casi non credono nei siti che le raccolgono.

Un problema importante è il tempo richiesto per completare il questionario (costituisce il problema per il 38% dei navigatori): il 45% non si registra se si chiede l'indirizzo postale, il 31% perché si chiede il nome e cognome, il 22% perché si chiede l'indirizzo di posta elettronica.

Pensate, e questo è un dato veramente su cui riflettere, che solo il 27% ritiene che quando si esegue una transazione si debba registrare l'indirizzo IP del computer ed il sistema operativo, il 21% l'e-mail ed il luogo da cui ci si collega. Solo il 19% accetterebbe di avere un identificativo univoco se fosse possibile. Di fatto si tratta di un esempio di come la comunità accetti ben poco l'uso dei cookie che servono per questo scopo. D'altro canto non è strano, con quale fastidio accetteremmo che ci venisse chiesto un controllo del documento se dovessimo entrare in un negozio?

La posta elettronica non richiesta e la pubblicità non vengono viste con favore, ma non in modo assoluto. Viene ben percepita la richiesta di registrazione per ricevere informazioni, ma solo il 6% vota a favore di provvedimenti che rendano illegali gli invii non richiesti (spamming).

## Collegamenti

I due terzi si collegano da casa, in Europa solo un terzo, ma il 77% di quelli che hanno più di 50 anni si collega da casa. In media uno su cinque si collega oltre 20 ore la settimana, uno su tre da 10 a 20 ore, il 17% da 7 a 9 ore ed un altro 17% da 4 a 6 ore. In 18 mesi, come risulta da un altro rapporto analogo, il tempo di collegamento medio analizzato è raddoppiato!

Pensate, Telecom, pensate. Se ieri la famiglia media si collegava 20 minuti al giorno, oggi la famiglia con Internet si collega 1 ora e 20 al giorno! Si tratta di triplicare gli incassi, non so se mi spiego, ce lo fate un altro sconticino? Se Telecom Italia non ci pensa chissà che non ci pensino British Telecom o France Telecom...

Purtroppo per i venditori attuali il 78% si collega solo per gironzolare, il 63% per divertirsi, per imparare il 54% e per lavorare il 50%. Insomma la forza che muove la Rete è il divertimento, ma an-

Figura 6 - Cosa acquistano e cosa cercano? Ecco qui.

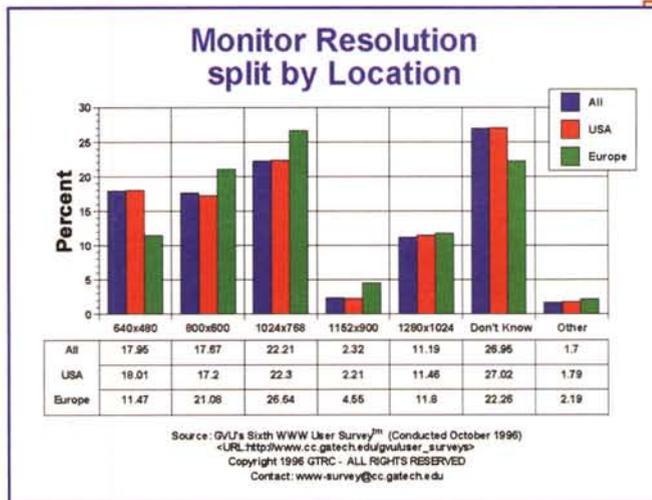


Figura 9 - Infine per chi sviluppa sul Web: in Europa sicuramente almeno 800x600, in USA, attenzione, ancora molti usano 640x480.

che il lavoro ha un grosso spazio.

Per i tre quarti dei navigatori la velocità è il problema principale, anche se sta migliorando: dall'80% che avevano problemi 6 mesi fa al 69% di oggi. Immediatamente dopo è quello di trovare informazioni.

## Web-Televisione è davvero un match impari?

Recentemente leggevo un articolo dove grandi esperti analizzavano la caduta di ascolti televisivi nel "prime time" che va dal 3 al 10%! In particolare i giovani, con grandi pensieri, chissà, forse escono la sera, meglio... bah!

Guarda caso gli utenti Internet sono al massimo proprio nel prime time ed è ben noto che se si naviga sulla Rete difficilmente si guarda la TV, ed in quelle ore si trova la linea del provider sempre occupata. Meditate gente, meditate. Se avessi una società di produzione televisiva inizierei ad esplorare la conversione: il 37% dei navigatori va sul Web piuttosto che guardare la TV quotidianamente, ed un altro 23% lo fa settimanalmente.

## Acquisti e venditori

È aumentato molto l'uso del Web come strumento di ricerca ed informazione sui prodotti da acquistare, in particolare per prodotti "informatici", software ed hardware, in particolare per oggetti

che costano più di 50 dollari, con una percentuale tra il 15 ed il 30% dei navigatori che ha fatto acquisti nel settore. Altri settori di vendita sono le combinazioni di viaggi (49% ha cercato ed il 20,1% acquistato), libri e riviste (43% ha cercato, il 18% ha acquistato) e prodotti musicali, CD, cassette, ecc. (36% ha cercato, 14% acquistato) (Fig. 3).

In pratica l'acquisto di viaggi è stato il doppio dello scorso anno, ma solo il 6% in più di dischi, il 4% di libri; grossolanamente, come è apparso dall'uso del Web, un utente su 5 acquista via Internet. La conclusione è che la crescita del commercio è ancora lenta ma ormai è un dato certo.

Quanto hanno speso e quanto spenderanno nei prossimi sei mesi? Il 36% meno di 17.000 lire, oltre il 20% tra 17.000 e 170.000, ed un altro 30% oltre 170.000, con una crescita dell'8% tra coloro che spendono oltre 170.000. Quanto spenderanno è risultato finora sovrastimato dai dati raccolti nei survey precedenti ma il 32% dichiara che spenderà oltre 170.000 lire nei prossimi 6 mesi.

L'uso della carta di credito via Web è considerato più rischioso che via telefono, via fax o ad un negozio sconosciuto. Una paura forse irrazionale ma con la quale fare i conti, aumentata oltretutto rispetto alle analisi precedenti.

Si compra via Web perché le informazioni sul prodotto sono buone, si compra se c'è sicurezza, per ricevere prima ed a casa gli oggetti ma è sorprendente come i motivi di minore importanza siano il prezzo inferiore e la semplicità di pagamento.

È per questo, la sicurezza, seguita dalla difficoltà di riavere i soldi se ci sono problemi, dalla semplicità di cancellare gli ordini, dall'affidabilità e dal customer service che la gente preferisce i venditori tradizionali. Quelli via Web sono semplici da contattare, hanno prezzi inferiori, molte informazioni e semplicità di ordinazione.

Insomma se su Internet arriva il nuovo protocollo VISA, Mastercard, Amex e banche, il SET con la sicurezza delle transazioni, le cose potrebbero cambiare profondamente. Ad aprile-maggio partirà il primo progetto pilota, assieme

ne partiranno altri, di cui uno italiano. Hanno sei mesi di tempo per verificare i problemi e fornire una prima valutazione, vedremo.

## La Nielsen

Quella con la I, non il sapone per i piatti. Ha un accordo con commerce.net ed ha realizzato uno studio sull'uso commerciale della Rete. È in vendita per alcuni milioni (8 all'incirca), <http://www.nielsenmedia.com>, ma il riassunto è disponibile al pubblico, con la caratteristica interessante di essere fatto su una analisi condotta per la strada, anche se solo tra le persone maggiori di 16 anni in America e Canada, con un protocollo rigido e scientifico di raccolta e distribuzione dei dati, in modo da poter fare una proiezione attendibile. In realtà si tratta di due studi diversi, il primo fatto ricontattando quelli che avevano risposto nel '95 ed uno nuovo, ed è possibile fare i primi paragoni con quello dell'agosto '95.

Tra questo gruppo di persone

## JAVA

**M**erita un discorso a parte: decolla, non decolla, si ferma. Microsoft spinge ActiveX mentre W3C, Sun e Netscape spingono Java, assieme ad Apple che però ha un sistema operativo che rende l'uso di Java complesso e soprattutto lentissimo.

Nel survey un capitolo a parte è stato dedicato a Java, gli autori di siti Web che lo hanno usato sono passati dal 17 al 24% negli ultimi 6 mesi, più gli Europei degli Americani (!). Non è chiara la per-

cezione del futuro, di conseguenza chi risponde non sa indicare chiaramente se lo userà nei prossimi 6 mesi.

### Quali sono i vantaggi principali di Java?

Si poteva scegliere tra più di una risposta, oltre il 50% ritiene che l'indipendenza dalla piattaforma sia il vantaggio principale, 1/3 che il fatto di non richiedere permessi particolari sia uno svantaggio im-

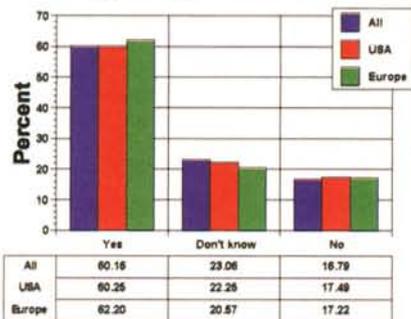
portante (diversamente dal CGI) ed il 22% ritiene che il buon livello di interattività che fornisce sia un vantaggio. Sono più gli Europei degli Americani a vederne i vantaggi.

### Quale è la conoscenza e la percezione della sicurezza di Java?

Il 45% dichiara di non sapere quanto sia sicuro Java, tra coloro che assegnano un punteggio l'8% ritiene sia molto insicuro, il 28% abbastanza insicuro, il 54% abbastanza sicuro, il 9% molto sicuro.

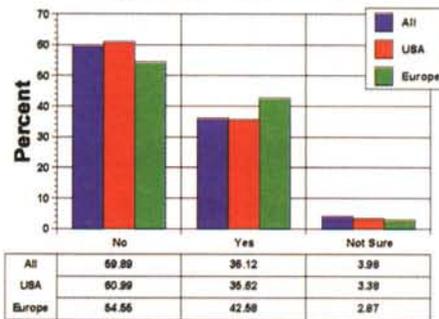
Rispetto al precedente survey c'è sotto un buon incremento verso la percezione della sicurezza di Java.

Plans to Use Java Split by Location



Source: GVU's Sixth WWW User Survey™ (Conducted October 1996)  
 <URL: [http://www.cc.gatech.edu/gvu/user\\_surveys](http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys)>  
 Copyright 1996 GTRC - ALL RIGHTS RESERVED  
 Contact: [www-survey@cc.gatech.edu](mailto:www-survey@cc.gatech.edu)

Use of Ready Made Java Applets Split by Location



Source: GVU's Sixth WWW User Survey™ (Conducted October 1996)  
 <URL: [http://www.cc.gatech.edu/gvu/user\\_surveys](http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys)>  
 Copyright 1996 GTRC - ALL RIGHTS RESERVED  
 Contact: [www-survey@cc.gatech.edu](mailto:www-survey@cc.gatech.edu)

## Le URLa del mese

**L**o spazio questo mese è poco ma due siti italiani vanno segnalati: <http://www.virgilio.it> è il primo. I ragazzi di Matrix stanno facendo un buon lavoro. Certo, ci sono i soldi di Telecom dietro, ma bisogna essere obiettivi. Si tratta di un sito che è davvero cresciuto, bello anche se con poca grafica e ben fatto. All'inizio ha avuto problemi di gioventù ma ora e specialmente dopo l'accordo con Infoseek è uno dei migliori sulla Rete in assoluto e non solo perché è in Italiano. Le ricerche sono assistite, trova quanti Link ci sono nel mondo al tuo sito, quante pagine ha il tuo sito e così via. Veramente semplice e ben



fatto. Poca grafica, come si conviene ad un sito di servizio, veloce, una redazione con la quale si può o no essere d'accordo ma attenta a quello che succede sulla Rete. Merita davvero la URL del mese. Sarebbe da dire che è un peccato che sia solo in Italiano!

<http://www.fiscalnet.it/fiscalnet/fnet.htm> per un aiuto fiscale. Questo sì che doveva essere in Italiano, le tasse così combinate sono solo nostre. Non credo che farete a meno del commercialista ma un aiuto importante si può trovare anche qui.

Che nasca il commercialista telematico? Il mio è già telefonico, penso che non sarebbe complesso farlo diventare telematico, ci sarebbe sempre il problema delle firme ma magari lui mi compila un 740 elettronico da stampare a casa... chissà.



nell'agosto '95 il 16% aveva accesso ad Internet, il 10% aveva usato Internet negli ultimi 3 mesi e l'8% aveva usato il WWW negli ultimi 3 mesi. Sono state reintervistate le stesse persone. La crescita dell'accesso è stata del 50%, il 24% ha accesso alla Rete dopo 6 mesi dal primo survey, il 17% ha usato Internet negli ultimi 6 mesi ed il 13% ha usato il WWW.

Nello studio '96 sempre tra i maggiori di 16 anni il 23% sta usando Internet, il 17% è sul WWW ed il 73% di coloro che usano il WWW lo usa per ricerche su prodotti e servizi. Praticamente 5,6 milioni di utenti (od il 15% dei nordamericani) hanno fatto acquisti sulla Rete!

Tanti o pochi? Pochi se si fa il paragone con i 220 milioni di abitanti, tanti se si pensa alla crescita che sta avendo il settore.

La sicurezza nel pagamento elettronico è, anche secondo la Nielsen, il motivo principale che frena gli acquisti sulla

Rete.

Gli utenti sono principalmente manager e professionisti, meno che nel survey precedente, erano il 50% ora sono il 39%, ma sempre più della media della popolazione, dove sono il 25%. Il 53% dei "navigatori" dichiara di aver usato il Web per scegliere il prodotto da acquistare, con una crescita rispetto allo studio precedente del 60% in 6 mesi.

I maschi sono il 58% ma sono anche i migliori acquirenti via Rete, molto più delle donne.

Ci fermiamo qui, con un senso di fastidio. Pensate che questo rapporto è stato commissionato da Commerce.net alla Nielsen, pagato, immagino, e viene venduto ancora per 8.000.000 di lire.

La mia impressione è che la Nielsen, o Commerce.net, nonostante gli studi, abbia capito ben poco delle filosofie della Rete, di condivisione delle informazioni e del profitto "giusto". Credo

che spendere forse una sessantina di milioni, mi rifiuto di credere che sia costato di più, per un rapporto commissionato e poi venderlo ancora a 5000 \$, senza mettere in linea neppure l'executive summary, sia veramente un segno di protervia da parte di chi è pagato dal governo per diffondere il commercio sulla Rete; inoltre il rapporto su CD e quindi in formato elettronico non costa meno, ma 700.000 lire di più! Quando poi ne esiste un altro gratuito, con tutti i set di dati liberi, credo sia uno spreco comprarlo, mi dispiace per le teste pensanti della Nielsen ma i rapporti del GVV hanno una analisi davvero ben fatta dietro, siamo al sesto, per la Nielsen solo al secondo.

Nella prossima puntata il denaro elettronico, i server per le transazioni commerciali, le banche, esempi e studi. Al prossimo mese.

MC