

Il commercio Elettronico

Abbiamo fatto una panoramica "informativa" sulla strada del commercio. Ora molte altre parti rimangono, come si compra, come si paga, chi, cosa, gli altri, quanto... insomma migliaia di domande. Al convegno di settembre sulle tecnologie dell'informazione europee la Harvard Business School, una delle maggiori scuole del mondo per Manager (<http://www.hbs.harvard.edu>), dichiarava: Internet è una rivoluzione, fare le previsioni su una rivoluzione? Da pazzi... Non sono certo più bravo di loro, ma ora il panorama si è maggiormente chiarito. Nei 10 mesi passati, 3 anni/Internet secondo la definizione di Netscape, le cose sembrano più chiare. Ecco la seconda puntata: se diventerete ricchi... fatemelo sapere, se perderete soldi, l'avevo detto di non credermi!

Seconda puntata

di Sergio Pillon

I consumatori

Che cosa fanno? Il procedimento di selezione ed acquisto è sempre lo stesso, secondo Deloitte & Touche, una grande agenzia di consulenza aziendale che propone una sigla almeno suggestiva: Computer Interactive Based Electronic Retailing, CIBER.

Uno scenario di domani: una mamma, con due bambini, che lavora part time:

- Inizia la giornata con un "quick boot" del computer, che si avvia con la stessa velocità della televisione...
- Sente un beep che la avvisa che il compleanno del figlio piccolo sarà tra due settimane e che oggi è il giorno della spesa dei viveri.
- Si collega con il negozio on-line di alimentari preferito e seleziona il suo nome. Le appaiono gli elenchi delle cose che acquista settimanalmente, modifica

la lista di base, aggiunge qualche altra cosa...

- Sceglie in un elenco di doni suggeriti per il compleanno del figlio, selezionati dall'agente intelligente che ha navigato sulla rete. Ne sceglie alcuni e li acquista on-line.
- Chiude il collegamento ed ha un riasunto delle spese e del conto corrente, spegne il computer.
- È ora di andare a scuola!

Non so se questo scenario, ripreso fedelmente da uno studio Deloitte & Touche, "Electronic Consumerism: the Consumer is Winning!", deve far venire i brividi o far gioire, certo è che per questo gruppo è uno scenario fortemente probabile di qui a poco.

Alcuni fattori stanno emergendo secondo questo studio:

Cresce il potere del consumatore, che sta diventando sempre più forte. Chiede qualità, riduzione dei prezzi,

maggiore informazione, servizi migliori.

La piccola distribuzione per via elettronica offre tutto questo e potrebbe essere un'alternativa forte al commercio tradizionale.

Crescono le tecnologie chiave che permettono il consumo elettronico anche al di fuori di un'élite intellettuale, verso la massa delle famiglie. Queste tecnologie combinate sono più semplici da usare, più economiche, meglio standardizzate e con contenuti sempre più ricchi.

Le aziende

Consumatori che chiedono sempre di più, maggiormente informati, "rinforzati" dalla tecnologia sono una sfida sempre maggiore per i commercianti. Inoltre, i consumatori hanno un'influenza sempre maggiore ed anche recente-

mente la possibilità di controllare anche parti della distribuzione all'ingrosso. In America i gruppi di consumatori trattano direttamente con le case produttrici!

Si passa dal caveat emptor al caveat vendor, in cui le aziende debbono "proteggersi", sempre secondo il rapporto, dai consumatori.

I manager delle aziende debbono porsi due domande chiave:

**Possiamo essere coinvolti dal "Consumismo Elettronico"?
Se sì, come?**

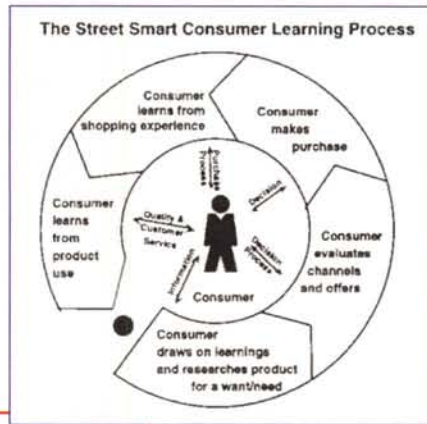
In ultimo, alcune affermazioni conclusive, che mi sembrano interessanti; ve le metto così come sono, in ordine sparso:

- CIBER sta arrivando, ma non è ancora arrivato.
- Non sostituirà il commercio tradizionale.
- Alla fine sarà comunque un grosso catalogo.
- I consumatori sono perplessi a sufficienza della vendita nei negozi per tentare l'acquisto on-line.
- Sicuramente interromperà le catene di distribuzione tradizionali.
- Sarà una sfida il disegnarlo ed implementarlo.

The game is afoot! How will you play? (Il gioco è in preparazione! Come vorrai giocarlo?) è la conclusione.

La Rete delle reti...

Certo è che anche dai risultati del questionario presentati il mese scorso la domanda di acquisti via rete sembra crescere; è più facile, economico, divertente, esiste un customer care... Insomma a parte alcuni piccoli particolari, quando decidiamo un acquisto il processo è sempre lo stesso, davvero: in genere parte dall'individuazione di un'esigenza, come ad esempio un tavolo nuovo, un gioco, ecc. Poi facciamo un giro di ricognizione, per vedere cosa offre il mercato dei tavoli, ne scegliamo uno, quello che sembra il migliore. Prendiamo informazioni e decidiamo che sì, è proprio lui. Si passa a decidere da chi comprarlo e si fa un'indagine sui prezzi e sugli sconti, si trova il negozio



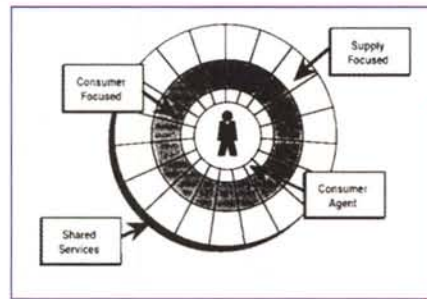
Il percorso del consumatore, secondo Deloitte & Touche. In Inglese, ma per chi naviga sulla Rete non credo ci siano problemi...

giusto e via...
Il via in effetti è costituito da due azioni: l'esborso dei soldi ed il ritiro del tavolo. I primi possono essere contanti,

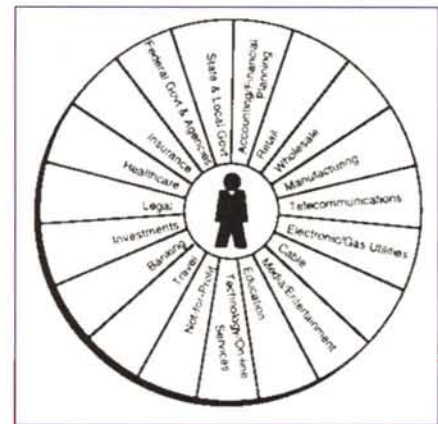
ed allora probabilmente a nessuno verrà in mente di chiederci chi siamo, ma si può anche coinvolgere una banca, usando una carta di credito od un assegno. Il negoziante farà la verifica, coinvolgendo una struttura per autorizzare l'assegno o la carta di credito, ci consegna il tavolo. Subito, oppure tra qualche giorno lasciando un anticipo, o lo invia a casa.

Una volta era finito qui il tutto, ma ora esiste una fase in più: il customer care, potremmo avere bisogno di un altro mobile simile, potrebbe esserci un difetto, ecc.

Alla fine del processo non siamo quelli di prima: siamo esperti di acquisti di tavoli e parleremo agli amici della nostra esperienza, invitandoli a ripeterla



Il modello proposto da Internet: il mercato è a cerchi concentrici, ognuno si appoggia sul successivo e sul precedente. Un buon modo di rappresentare un modello, con il quale concordo in pieno.



Il mercato come si presenta oggi: il consumatore è al centro ed ogni settore si muove in modo verticale per raggiungerlo, una serie di spicchi che costringono le aziende a fare azioni simili ma non uguali.

consigliando e sconsigliando.
Non è certo ad un esperto navigatore che debbo dire come Internet entra in tutto questo, ma un ripasso generale è utile.

La pubblicità, quella tradizionale o sulla rete, è fatta per far venire voglia. Mio figlio **assolutamente** non può vivere senza i pattini in linea ed ecco che faccio un giro sulla rete con la voce "pattini in linea", rollerblade.

In pochi minuti sono un esperto di pattini in linea e so quali debbo acquistare per un bambino, ma il bello è che la ricerca in rete in realtà l'ha già fatta da solo e mi ha stampato le informazioni (8 anni e mezz'ora di Internet al giorno, abbiamo dovuto mettere dei limiti...).

Mi sono collegato con i siti di chi li costruisce ed ho deciso quali acquistare. Posso scrivere, chiedere ulteriori informazioni,

trovare chi ha le offerte migliori. Per ora il limite è nell'acquisto, ma si tratta di un limite destinato ad essere superato in breve tempo.

Il denaro

Da oltre un anno è nato un consorzio tra i gestori delle principali carte di credito per realizzare un protocollo che coordini il gestore della carta, il cliente (o Titolare, come dice qualcuno) e la banca.

Il protocollo, SET, per la transazione elettronica sicura è ormai pronto.

Non entro nei dettagli, dal sito della VISA potrete scoprirne di più (<http://www.visa.com>), ma si tratta praticamente di avere un "codice" della transazione composto di tre parti: una generata dal cliente, direttamente dal browser che sta usando, un'altra attribuita dal negoziante ed una terza dalla banca stessa. Le informazioni fanno un giro assieme e compongono un'"autorizzazione" che torna al server. In que-

sto modo la garanzia è massima... per la banca!

In effetti, e, per carità, è la mia opinione personale, credo che le tutele che si stanno cercando in questo protocollo siano principalmente dei gestori delle carte di credito, per evitare di trovarsi a pagare milioni di dollari quando qualcuno farà acquisti che poi potrà negare in qualsiasi momento di aver fatto, visto che non ha mai firmato nulla.

In questo modo invece la firma elettronica c'è eccome e non potremo negare di aver comprato il prodotto. Certo, si dice che ora in teoria i numeri potrebbero essere intercettati via rete, ma basterebbe criptarli, ed ecco che i server sicuri sono già pronti, ma il problema è più vasto. Sono le banche che vogliono essere sicure!

Stanno partendo in questi mesi due

esperimenti importanti, quello di VISA Mastercard, AMEX e quello europeo di Europay (il 60% del pagamento elettronico europeo). Si concluderanno verso la fine dell'anno e vedremo i risultati. Per ora quello che ho visto non sembra affatto incoraggiante. Si parla di gestire un proprio portafoglio elettronico su HD (con l'affidabilità dei sistemi operativi attuali non affiderei mai dei soldi ad un errore su disco e non credo che si possano fare copie di backup dei soldi elettronici...) ma io già faccio acquisti da un paio d'anni con la carta di credito ed i server sicuri e non ho neppure sentito mai parlare di problemi. La poca serietà del venditore elettronico può essere un problema, ma quello della truffa del negoziante non è certo qualcosa che Internet potrà risolvere.

Semplicemente si venderà il Colos-

La rete civica di Vicenza

Questo mese si va al nord, nel Veneto, in questi giorni sotto gli occhi della stampa. La curiosità di vedere nei comuni qualche segno di questo nord-est delle mie origini (non pensavate mica che il cognome Pillon fosse francese?), che sta protestando per avere una politica che abbia maggiori attenzioni per le realtà industriali locali, che non siano solo quelle del 740.

Un sito veloce da scorrere, sia per un uso non esasperato della grafica, come dovrebbe essere per tutti i siti di servizio, che per una buona raggiungibilità attraverso i provider.

Semplice da consultare, soprattutto un servizio per i cittadini, le informazioni presenti sono orientate chiaramente alla cittadinanza vicentina, molto meno per far conoscere all'estero la città.

La prima cosa che ho notato è stata la pagina della qualità dell'aria, con in bella evidenza i dati odierni. Oggi si respira a Vicenza. L'effetto di questa pagina è stato sicuramente di traspa-

renza, non tanto perché l'aria lo fosse, ma perché sotto sotto ho sempre avuto il dubbio che i dati della qualità dell'aria siano usati da qualche amministrazione come merce di scambio per i negozianti. Per carità, non sarà senz'altro così, ma è difficile vederli in quasi tempo reale tutti i giorni.

Inoltre se fossi un insegnante magari farei fare qualche ricerca ai ragazzi sulla città, usando quei dati proprio come parametro delle iniziative e delle attività cittadine. Divertente da vedere nelle giornate di pioggia, di caldo, di vento, ma anche utile per fare una vera educazione a non inquinare.

Immediatamente dopo sono andato a curiosare nello spazio che sembra un'indigestione, l'URP, ufficio rapporti con il pubblico. Si vede che a Vicenza non credono che Internet sia un mezzo per comunicare con l'ufficio rapporti con il cittadino, è presente solo una pagina di informazioni e numeri di telefono, un depliant in-



Dati di QUALITÀ dell'ARIA rilevati dalle ore 8.00 del 25/5/1997 alle ore 7.00 del 26/5/1997 (ora solare)

| Tipo di inquinante | Biossido di azoto (NO ₂ in µg/m ³) | | Monossido di carbonio (CO in mg/m ³) | | Ozono (O ₃ in µg/m ³) | |
|----------------------|---|---------------------------------------|--|---------------------------------------|--|---------------------------------------|
| | limite | | limite | | limite | |
| | Limite di attenzione 200 | | Limite di attenzione 15 | | Limite di attenzione 180 | |
| | Limite di allarme 400 | | Limite di allarme 30 | | Limite di allarme 360 | |
| Nome e tipo stazione | massimo valore delle medie orarie | ora di rilevamento del valore massimo | massimo valore delle medie orarie | ora di rilevamento del valore massimo | massimo valore delle medie orarie | ora di rilevamento del valore massimo |
| Parco Querini - A | 44 | 7 | 0,7 | 7 | 99 | 14 |
| Vicenza Ovest - B | ND | ND | Monitor non presente | | 98 | 14 |
| Vicenza Est - B/C | ND | ND | 1,1 | 7 | Monitor non presente | |
| B.go Scroffa - C | 86 | 7 | 2,2 | 7 | Monitor non presente | |
| Via Colombo - C | Monitor non presente | | 0,8 | 21 | Monitor non presente | |

Il sito di Booz, Allen & Hamilton. Il servizio è alla base dell'azienda, come per il Rotary. Il sito è in cinque lingue, un buon esempio di "amichevolezza".

seo ai ricchi turisti per via elettronica!

Le banche

Le banche su Internet si stanno muovendo molto ed un lavoro molto ben fatto è stato presentato da Booz, Allen & Hamilton (<http://www.bah.com>) in un survey sulle banche ed Internet in Europa.



Nel giugno 1996 erano 377 i siti di banche in USA, 154 in Europa. Di questi, sia USA che europei, il 70-75% erano considerati come "entry level" semplici siti di pubblicità ed immagine e so-

lo il 2% avanzati, con possibilità di compiere operazioni finanziarie.

Hanno inviato un questionario alle banche e la risposta è stata che entro 1 anno il 56% ed il 78% entro 3 anni prevedevano di offrire funzioni avanzate ai clienti, con la possibilità di pagamento di conti, gestione fino all'apertura/chiusura del conto corrente!

Ecco che la presenza impegnata delle banche costituirà una molla potentissima al commercio elettronico, dove, mentre gli americani vedono l'uso della rete come un modo per ridurre i costi, gli europei pensano alla rete come un veicolo per servizi nuovi ed avanzati.

Basta pensare all'esperienza del Minitel francese, dove oltre 15 milioni di utenti Minitel possono avere servizi bancari, e TUTTE le banche sono presenti, e oltre 25.000 servizi on-line ac-

somma. In altre reti civiche addirittura si trova un elenco delle domande e risposte di interesse generale, insomma è vero che tutto il sito serve per i rapporti con i cittadini ma qualcosa di più interattivo me lo aspettavo. URP!

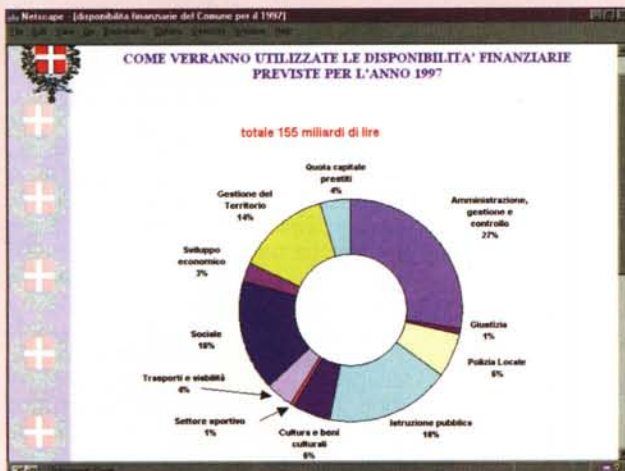
I colloqui avvengono tra cittadino e comune, non sono previste aree di discussione tra i cittadini e neppure tra cittadini e pubblica amministrazione. Il colloquio è sempre uno ad uno, non ci sono né mailing list né newsgroup. Questa è una scelta fatta da molte amministrazioni, sicuramente la più semplice; la mia idea, che già conoscete, è che il Web del comune debba anche essere uno spazio di incontro per i cittadini e tra cittadini e pubblica amministrazione, non solo come singoli ma anche come comunità.

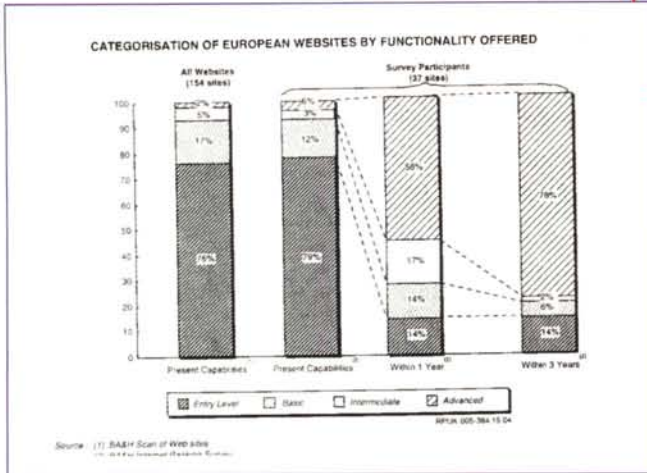
In un sito di servizio non poteva mancare lo stradario, in via di completamento, ma una mappa elettronica della città, sulla qua-

le magari in futuro sviluppare servizi... mi sembra una buona idea, speriamo che non si fermi ad una copia delle pagine gialle che già tutti abbiamo a casa ed in macchina.

In ultimo il bilancio di previsione 1997! È la prima volta che mi capita di incontrarlo in un sito dove la trasparenza dell'operato del comune sembra la parola chiave. Probabilmente è un po' nell'animo del vicentino far vedere con orgoglio la propria casa, sempre pulita ed ordinata, e la presentazione del bilancio comunale, forse solamente un po' troppo generico, è perfettamente in sintonia. Alle voci di spesa, ed anche dettaglio delle priorità, mancano le scadenze, a voler essere cattivi, che sarebbero poi le cose che il cittadino può verificare. Siamo all'inizio e l'averlo fatto è già importante, speriamo che non si fermino qui.

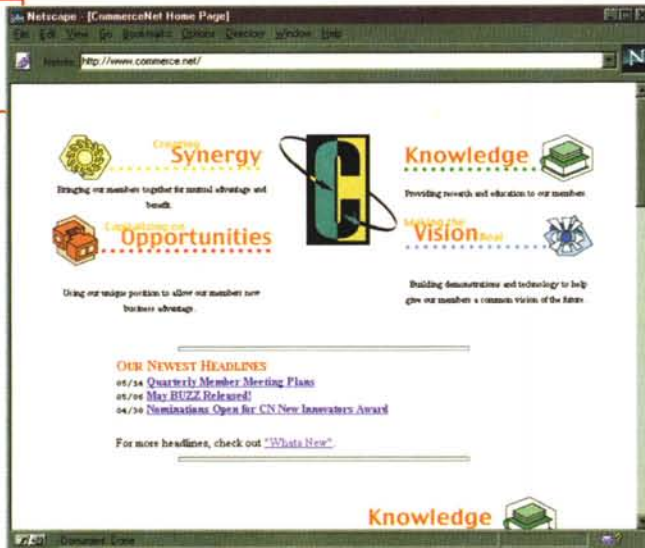
Complimenti ai Vicentini: un po' più di pubblicità alla città, un maggiore dettaglio, più "democrazia" e saremmo alla perfezione.





Le banche, ecco cosa faranno secondo Booz, Allen & Hamilton.

Commerce Net, per saperne di più sull'ecologia del mercato.



cettano pagamenti con il Minitel.

Nel questionario veniva chiesto quale fosse o fossero i canali di distribuzione previsti per il prossimo futuro: Internet nel 67% dei casi, le smart card nel 41%, PC Banking nel 34%, la TV interattiva nel 14%, altri come ATM, telefono, ecc., nel 30-35%, ma sicuramente l'unica certezza è la rete.

E cosa si va a fare sulla rete? Hambracket & Quist prevedevano uno sviluppo di Internet in 4 stadi: pre-commerciale (la preistoria, l'età della pietra...) fino al '93, poi il WEB, che attiva Internet "commerciale", fino al '96, con il pagamento elettronico che avvia la corrente principale del mercato alla fine del '96, poi la re-ingegnerizzazione della rete nel '99 che lo porterà dovunque.

Al principio...

- Sviluppo ed accumulo di tecnologie chiave.
- Servizi "basici" posta, file-transfer, ricerca.
- Utenti, soprattutto università e governi.

E poi venne il Web...

- Costruzione della struttura base di Internet per una diffusione di massa.
- Aumento delle linee e della velocità di accesso, nuovi modem.
- Uso limitato.
- Utenti, inizio del mercato di massa.

In quel tempo arrivarono i mezzi di pagamento...

- Proliferazione senza precedenti di applicazioni.
- Aumento della sicurezza della Rete.
- Utile e divertente.
- Utenti, a disposizione i servizi com-

merciali (shopping, banche, supermarket).

Alla fine arriva l'ingegnerizzazione...

- La Ragnatela (web) come parte della vita quotidiana.
- Utenti ed uso alla pari del telefono/voce.

La cosa paradossale di questi studi è che non tengono conto di quello che abbiamo vissuto tutti noi finora: un mondo di comunità di idee ed intelletti, le comunità virtuali che potrebbero da sole ridisegnare il mondo non sono neppure considerate. Ma se questo è lo sviluppo del mercato io penso anche agli usi, ai costumi, alle lingue: pensare a quello che sta per succedere mi fa sempre pensare che è un bel momento quello che stiamo vivendo.

Forrester consulting stima in alcune centinaia di milioni di dollari il mercato dell'advertising e dei media sulla rete e di alcuni miliardi di dollari il mercato per la vendita dei prodotti nel 1997, ma per avere un'altra idea di quello che sta accadendo ci possiamo far aiutare da CommerceNet, organizzazione finanziata in parte dal governo americano, per valutare cosa sta accadendo sulla rete in questo campo. (<http://www.commerce.net/about/future/index.html>). Non è stato facile trovare informazioni gratuite su questo sito, disegnato per vendere, ma a questo indirizzo si può trovare la visione del commercio elettronico di oggi e domani.

In ultimo, come si stanno muovendo i principali attori della information technology?

Esattamente in questa direzione. Microsoft annuncia e spinge il commerce server, semplice, di basso costo, permette secondo la pubblicità in poche ore di realizzare un supermarket virtuale con tutta la sicurezza voluta. Netscape risponde con un server dalle caratteristiche analoghe, una cosa è certa: ambedue si stanno infilando, come si dice a Roma, con tutte le scarpe in questo settore, per non rischiare di restare indietro, ma anche perché dalle analisi degli esperti, e non, il supermarket virtuale è pronto: dove volete andare oggi? Io sto partendo per il COMDEX spring, ma, come 2 anni fa il Web faceva da padrone, oggi la conferenza pre-Comdex è sul commercio elettronico. Network computer, Networked computer, MMX, Pentium II, non hanno quasi importanza. I veri BIG stanno arrivando, il 3% delle auto vendute in America lo sono via Rete...

MS

<http://www.CoFax.it>

Le nostre proposte per la rete ISDN vanno dalle **schede per PC**



ai **modem digitali** esterni per postazioni stand-alone



per passare ai **router ISDN** per connettività di reti locali



la fonia è garantita da piccoli **centralini ISDN**



e le immagini assicurate da **sistemi di videocomunicazione**



potete trovare, provare ed ordinare i nostri prodotti presso gli



CoFax®
TELEMATICA

ROMA: Viale dei Colli Portuensi 110/A - 00151 - Tel. 06-58201362 Fax 06-58201550
MILANO: Corso Buenos Aires 37 - 20124 - Tel. 02-29526100 Fax 02-29520884

ZyXEL



TOPCOM

