
Chi ha paura del commercio elettronico?

Non è difficile, in questa calda estate telematica, imbattersi in conferenze, meeting e dibattiti sul tema del Web Marketing e del commercio elettronico, dove tra un rinfresco ed una battuta si cerca di fare il punto della situazione e d'analizzare gli ultimi trend di sviluppo. L' A.I.S.M. (*Associazione Italiana Marketing*) ha recentemente organizzato un incontro del genere in un albergo romano, in collaborazione con Markon.net e Banca Antonveneta, con l'intento dichiarato di fare luce sugli strumenti operativi, sulla sicurezza e sulle prospettive di questo settore.

Le premesse per un incontro interessante c'erano tutte: l'A.I.S.M. è recentemente entrata nello IAB (*Internet Advertising Bureau*), organizzazione che coordina uno dei maggiori tavoli d'osservazione sull'evoluzione commerciale della rete, ed il merchant provider *Markon.net* (vedasi www.markon.net) è oggi in grado di fornire pacchetti chiavi in mano con all'interno un prodotto servizio completo in ogni sua componente. Tali influenti sponsorizzazioni, tuttavia, non potevano non influenzare pesantemente il meeting, che è vissuto a lungo sulla disamina delle esperienze e dell'organizzazione attuata dai citati protagonisti, ansiosi di farsi meglio conoscere e di attirare l'attenzione di qualche azienda o società.

E' così divenuto assai difficile, tra un intervento e l'altro, cercare di cogliere qualche dato innovativo ed interessante, che esulasse dalle osservazioni classiche sul Web Marketing e sulla sua natura strategica ed organizzativa. Tra i dati legati all'utenza d'Internet, si è fatto notare come il 7,1% degli adulti italiani possano essere considerati navigatori, per un totale di tre milioni e mezzo d'utenti. Di fronte a tale mercato, l'utilizzo della rete per la gestione degli ordini (siano essi relativi al business to business o al business to consumer) porterebbe ad un risparmio netto, per le aziende, del 15% dei costi amministrativi.

Il fattore sicurezza, a detta del direttore marketing della *Banca Antonveneta* dott. Passudetti, non troverebbe soluzione in un utilizzo avanzato della crittografia per la trasmissione di dati relativi ai clienti. Infatti, in relazione alle frodi in rete legate all'uso fraudolento di carte di credito, tale incidenza sul totale non supererebbe l'1%, anche grazie alla nuova legge sulla *facoltà di ripudio* da parte del consumatore, che deve essere tutelato interamente a spese dell'esercente. Alcuni passaggi in merito al futuro del commercio elettronico, tuttavia, hanno dato vita a non poche perplessità. Lo stesso dott. Passudetti ha fatto notare come il pieno funzionamento di tale commercio sarà legato ad una selezione precisa degli acquirenti, che potrebbe escludere a priori certe nazioni ed i titolari d'alcuni indirizzi di posta elettronica.

In merito alla sicurezza, inoltre, diversi livelli di protezione saranno forniti in base a diversi livelli di servizio, secondo quanto il cliente sarà disposto a spendere per veder giustamente protetta la propria operazione telematica. Tale approccio, come era lecito prevedere, ha anticipato la presentazione del sistema di sicurezza nei pagamenti usato dalla *Banca Antonveneta* (www.bancantonveneta.it), proposto alla platea come il più sicuro e conveniente.

Gli interessati a tale sistema non più nuovissimo, noto come S.E.T. (*Secure Electronic Transaction*), ed alle sue implementazioni proposte dalla banca in questione, potranno trovarne un'ampia spiegazione all'interno del sito citato, tuttavia tra i molteplici aspetti del commercio elettronico e del Web marketing, è sembrato discutibile il destinare più di un'ora alla presentazione di un singolo sistema di sicurezza nei pagamenti informatici.

Nella parte finale dell'incontro, solo in seguito a precise sollecitazioni da parte di un pubblico un po' deluso, sono stati forniti interessanti dati sull'utilizzo dei banner pubblicitari, sulla loro diversa funzione, esposizione e ricettività (vedasi l'articolo "[Alla ricerca del banner perfetto](#)"). Al termine del meeting, al quale era "sopravvissuto" non più del 30% dei partecipanti iniziali, l'invito è stato rinnovato per un incontro successivo che dovrebbe svolgersi dopo l'estate, nel quale si è assicurata una trattazione più semplice, chiara ed esaustiva dell'argomento. L'impressione è che non dovrebbe essere troppo difficile.