

Nicola LEONE

E-com

I nuovi orizzonti del Commercio elettronico

Fondazione CARIPLO "G. Dell'Amore"

Milano ~ lunedì 2 febbraio 1998



Sommario:

- [Introduzione](#)
- [Il commercio elettronico \(E-com\)](#)
- [Definizione di E-com](#)
- [I vantaggi dell'E-com](#)
- [Come costruire un sito](#)
- [Il telelavoro](#)
- [L'E-com e la macroeconomia](#)

Introduzione



Gemica il tempo ed il secondo millennio svanisce con passo ineluttabile. Rivolgimenti imprevedibili si annoverano tra i meandri della tecnologia, propinqui al totalitario ed onnicomprensivo avvento del nuovo.

Il quotidiano vivere dal ritmo incalzante evolve buona parte della atavica gestualità. Tutto quello che era sino a ieri, oggi è ancora, ma in modo nuovo: in un agone cangiante, che è dominato dalle nuove tecnologie.

Stiamo vivendo i giorni dell'avvento delle nuove tecnologie informatiche. Molte delle nostre gestualità e modi di fare, di pensare, di amare sono in procinto di mutare, tergiversando anche nei contenuti.

Internet chiede lo scettro assoluto della telecomunicazione. Lo spazio ed il tempo sono destinati a soccombere. Le barriere geografiche e temporali non hanno più valenza alcuna. Anche la comunicazione apre i propri orizzonti alle verdi praterie della metodologia elettronica.

Il comunicare interpersonale si evolve con passo futuristico. Tutto si globalizza. I campanilismi propri del provincialismo localizzato, e geograficamente circoscritto, vengono

fagocitati dalle nuove tecnologie. Nuovi orizzonti si schiudono davanti alla umanità, con passo incalzante ed ineludibile.

Teorie che sembravano oramai assodate ed universalmente accettate, sono rimesse in discussione sino alla controversione. Ciò che era pacifico e religiosamente certo, ora non è più tale... Il poc'anzi certo è stravolto dall'innovazione tecnologica.

Il commercio elettronico (E-com)



La professione la più antica del mondo -una delle più antiche- si evolve. La allocazione delle risorse, da sempre ottemperata attraverso il commercio, essa stessa si evolve. E dall'ambito della propinqua territorialità, si protende verso i nuovi orizzonti che il commercio elettronico rende percorribili.

Le barriere geografiche sono un lontano ricordo del passato. Anche il tempo non ha più ragione di esistere. È l'avvento del sempre e dell'in ogni dove che regna quale incontrastato sovrano della comunicazione. Ed Internet ne è il mezzo indiscusso.

È la rete della moderna comunicazione, di Internet, che agisce ed ha rilevanza –e quale rilevanza- ma non esiste in nessun posto fisico se non ovunque.

È l'ineffabile che è la ponderazione la più assoluta ed incontrovertibile: ecco, quindi, delinearsi la odierna innovazione tecnologica. I riflessi della nuova era si dipanano già davanti ai nostri occhi increduli.

Martedì 28 gennaio 1998 è una data storica per l'umanità. Il commercio elettronico trova la propria patria nel minuscolo Stato di San Marino. Esattamente questo paese, il paese dei sette castelli, si erge a paladino del commercio elettronico mondiale. E può farlo. Ed ha tutti i requisiti del caso, coerentemente con quelli che sono i prodromi propri del commercio elettronico: ossia nessuno.

In Italia già alcuni Istituti di Credito hanno imboccato la strada del commercio elettronico, con felice esito. Anche e soprattutto quelle piccole, microscopiche solo perché ubicate in località impervie, hanno offerto la loro propria competenza erga omnes ed hanno avuto successo. Una tra tutte è la BCC di Carate-Brianza, la quale sotto la pregiata egida del Presidente Vittorio Ghezzi, ha oggi la valenza della leadership europea.

Oggi più che mai assistiamo all'avvento dell'eraclitiano panta rei. Assistiamo, cioè, al perseverante fluire dell'innovazione, la quale permea di sé ogni cosa.

Internet è oggi lo strumento pratico, efficace ed economico che permette l'impossibile. Permette di vendere e di comprare, permette l'informazione, permette tutto quello che si ha voglia di offrire o domandare. È sufficiente volere intensamente, essere in grado di dominare la tecnologia ed il dado è tratto. I vantaggi: incommensurabili. I costi: veramente insignificanti.

Definizione di E-com



Per definizione, il commercio elettronico consta nella edificazione di un sito Web volto alla promozione e/o alla vendita di prodotti e servizi on line. Ossia creare pagine in Internet da sfogliare attraverso il proprio pc, per informare, vendere, consigliare, comunicare, od altrimenti interagire, senza porsi limiti. E questa dell'essere off-limits è la peculiarità la più notevole della nuova tecnologia.

Il mondo intero che può interagire attraverso i propri pc. Sembra il ritorno alla interazione delle Polis dell'antica Grecia, dove la limitatezza della Città-Stato permetteva un regime di pubblica discussione. Ed oggi i confini della Internet-Città-Stato sono quelli dell'universo.

I limiti di oggi sono quelli di allora: ne più ne meno. Allora, come il simpatico Aristofane arguisce nelle sue commedie, la comunicazione ineriva alle professionali doti proprie del commercio, cioè alla parlantina facile. Oggigiorno queste doti sarebbero proprie della programmazione neuro-linguistica? Probabilmente è così. Mentre le odierne limitazioni per comunicare in Internet, parimenti, ineriscono alla terminologia informatica, ossia alla necessaria alfabetizzazione informatica.

Pertanto, mediante l'esborso di una insignificante cifra, è possibile creare una vetrina elettronica con la quale offrire i propri prodotti ed interagire con i clienti, senza limitazioni geografiche e 24 ore su 24. Non male come risultato!

I vantaggi dell'E-com



Preferirei parlare, più che di vantaggi, di necessario adeguamento alla nuova terminologia commerciale, nel senso che il nuovo avanza. Chi non sarà al passo con i tempi, perirà sopra l'ara della nuova tecnologia informatica.

I vantaggi del commercio elettronico saranno solo iniziali, nel senso che è tutto da costruire e, quindi, il premio spetterà ai pionieri. Ma a breve tutti accederanno a questa nuova forma di allocazione di beni e servizi. Un po' come il fax, oggi parte integrante delle Aziende.

Il telelavoro



L'avvento del commercio elettronico condizionerà anche le figure professionali di oggi. Al tradizionale procacciatore di affari o rappresentante o agente di vendita, che dir si voglia, subentrerà il telelavoratore.

Alle visite fisiche ai clienti subentreranno quelle virtuali, più repentine ed efficaci e con insignificanti problemi di traffico o di distanza ubicativa. Non più appuntamenti fisici, ma in rete.

I contatti tra domanda ed offerta di prodotti e servizi perderanno la spazialità; o meglio conquisteranno la ubiquità la più onnicomprensiva possibile: quella del World Wide

Web.



Il secondo millennio si appressa; e con esso tutta una congerie di innovazioni invadono l'agire umano.

Sinora si è comunicato via fax e con i telefonini; da qualche anno è possibile colloquiare anche con la Electronic Mail. E si può controllare la propria posta elettronica ovunque ci si trovi ed in ogni momento. È sufficiente entrare in uno dei tanti locali o alberghi attrezzati telematicamente, inserire la propria carta di credito ed utilizzare i pc disponibili sui tavoli della reception.

Siamo già in una nuova era. E il commercio elettronico è parte importante del nuovo che incombe con fare deciso e risoluto.

Alcune brevi considerazioni al riguardo:

1. Il minuscolo stato di San Marino che si erge a paladino mondiale del commercio elettronico, indicando la Conferenza del 28 gennaio 1998;
2. Il discorso sull'Unione statunitense di Bill Clinton, allorché propugna per il 1998 un potenziamento di Internet;
3. La perseverante crescita dei valori azionari a Wall Street, in barba a tutte le previsioni di sopravvalutazione.

Partiamo dalla considerazione la più macroscopica: è da qualche anno che i titoli azionari statunitensi sono stimati in eccessiva sopravvalutazione. Anche la Federal Reserve ha divulgato tale aspetto, già dal 1996. Eppure il Dow Jones continua la sua ascesa. Le Borse del sud-est asiatico perdono colpi, ma Wall Street continua la sua corsa.

La fase del Toro non vuole cedere il passo alla tanto a lungo preconizzata fase dell'Orso. E l'economia statunitense naviga a gonfie vele; disoccupazione ai minimi fisiologici, deficit ed inflazione insignificanti, sovrapproduzione non manifesta.

Eppure non dovrebbe essere così. L'economia statunitense avrebbe dovuto rallentare, a titolo di giusta nemesi, secondo i prodromi che sono propri della ciclicità borsistica. Cosa c'è che non è andato secondo le previsioni; quale fattore misterioso ha eluso la dovuta e preconizzata attesa?

Non è forse proprio il commercio elettronico, che tanta parte ha nella quotidianità statunitense ad aver alimentato al crescita economica. Del resto la cronologia coincide spaventosamente! È il caso di rifletterci sopra? Certamente sì.

Allorché il ciclo economico ha raggiunto il proprio apice e sarebbe dovuto quindi avviarsi verso un ridimensionarsi, proprio allora si sviluppa questa nuova forma di commercio, quello elettronico.

Quella che doveva configurarsi come sovrapproduzione non diventa tale; anzi incrementa la domanda. Anziché trovarsi con giacenze, i fattori della produzione sono

travolti da nuova domanda. E la produzione continua a crescere. E c'è domanda di prodotti anche in Internet.

Più spesso di quanto non si creda, Internet consente di fare acquisti che trascendono il casuale ingresso fisico dentro ai centri commerciali, comprando anche e soprattutto l'inutile. Ma acquistare significa alimentare la produzione; e produrre significa incrementare la occupazione; e maggiore occupazione vuol dire anche maggiore disponibilità di somme da convertire in acquisti, e così di seguito.

In tal modo l'economia cresce, mentre i titoli azionari rispecchiano questo andare.

Come costruire un sito



Iniziare ad utilizzare le nuove tecnologie di commercio elettronico è quanto mai agevole ed economico. Si inizia con il costruire ed il pubblicare un sito.

La costruzione di un sito è opera semplice, anche per la presenza di modelli di pratica applicazione. Roba da dieci minuti.

La pubblicazione del sito può ottemperarsi attraverso un proprio server oppure facendosi ospitare da un provider Internet.

A questo punto è stata appena aperta una attività commerciale, visitabile urbi et orbi. Che poi questo sito sia anche di successo, necessita di una appropriata promozione, che è ben altra cosa e richiede buone doti imprenditoriali e di organizzazione.

Per intanto si offrono i propri servizi e prodotti al mondo intero, restando aperti e disponibili per la clientela 24 ore su 24, 7 giorni su sette, festività comprese...