

PC Professionale

INTERNET

Sono già esauriti i fondi per la banda larga

Le aziende hanno anticipato lo sconto dei 75 euro alla clientela. In tutto sono stati venduti quasi 400.000 accessi broadband.

► A cura di
Valeria Camagni

I 31 milioni di euro stanziati nella Finanziaria per incentivare l'acquisto di modem per gli accessi alla banda larga, sono praticamente già andati esauriti con il mese di aprile. A dirlo è il Ministro delle Comunicazioni Maurizio Gasparri che ha confermato il "grande successo" del provvedimento per il quale si è ancora in attesa del regolamento attuativo del Ministero dell'Economia che sancirà in che modo le aziende saranno rimborsate. Le aziende hanno infatti anticipato lo sconto alla clientela - ha detto il Ministro Gasparri - tenendo conto dei fondi stanziati dalla Finanziaria e dunque è stato raggiunto il numero di abbonati che era stato prefissato a 400.000.

A confermare questi dati è stato anche Stefano Pileri, direttore della rete fissa di Telecom Italia: "Il contributo alla domanda di 75 euro è stato uno stimolo eccezionale. Abbiamo già fatto i 400 mila accessi che erano consentiti con il contributo di 31 milioni di euro". Un dato quest'ultimo che include anche gli accessi whole sale venduti da Telecom Italia agli altri operatori e che è da ritoccare verso il basso, visto e considerato che la cifra a disposizione per gli accessi a banda larga alla fine è stata di 27 milioni di euro, pari a 360.000 accessi.

Stando ai dati di Telecom Italia l'incremento degli accessi a larga banda è stato del 45% a marzo sul precedente e del 120% nel primo trimestre di quest'anno rispetto al-

lo stesso periodo dell'anno scorso. D'altronde nei mesi scorsi si è assistito a una vera guerra a colpi di spot tra le offerte Alice (Telecom), Tiscali Adsl Light e CanoneZero Adsl, ciascuna delle quali rivendicava la maggior convenienza, a parità di banda, rispetto alle altre. Sarà interessante conoscere nei prossimi mesi, quanti accessi sono stati attribuiti ai singoli operatori. Perché a spartirsi la torta dei 31 milioni di euro, non ci sono solo gli operatori sopra menzionati, ma anche FastWeb, Netsystem e molti altri provider che avevano fatto richiesta del contributo governativo. Difficilmente tutti saranno accontentati.

Intanto sono stati resi noti in Gazzetta ufficiale (n. 83 del 9/4/2003) gli estremi del decreto del 14 marzo 2003 emesso dal Ministero delle Comunicazioni, in cui si stabilisce come saranno effettivamente ripartiti i 31 milioni di euro assegnati, specificando che le agevolazioni sono suddivise tra 4 milioni di euro per la televisione digitale terrestre e 27 milioni di euro per gli apparati utente destinata alla larga banda via Internet, fino a esaurimento fondi.

I contributi di 75 euro per accesso, si legge all'art. 2 del decreto, sono erogati tramite gli operatori di telecomunicazioni con cui i beneficiari abbiano stipulato un contratto di abbonamento. È utile ricordare ai lettori che in caso di acquisto, il contributo viene riconosciuto im-

mediatamente sulle prime bollette di pagamento e fino alla concorrenza dello sconto. Nel caso del noleggio o del comodato (con contratti a durata annuale) il contributo viene riconosciuto ripartendo lo sconto sulle bollette entro il primo anno.

Il provvedimento stabilisce anche dei lotti di autorizzazioni preventive da rilasciare agli operatori telecomunicazione in base ai dati di vendita degli accessi a larga banda a Internet comunicati dagli stessi operatori, per il periodo dal 7 ottobre 2002 al 15 dicembre 2002.

È da notare che ai fini della richiesta, fa fede non la prova dell'attivazione del servizio, ma la data di stipula del contratto di abbonamento con il cliente, il che di fatto lascia gli utenti finali con il cerino in mano per quanto riguarda eventuali ritardi sull'attivazione delle linee.

Infine va detto che l'idea di ricorrere ad incentivi governativi è stata recepita anche in sede di Unione Europea, quando a metà marzo il consiglio delle telecomunicazioni dei quindici stati membri ha dato il via libera all'uso di fondi strutturali per realizzare le infrastrutture che garantiscano l'accesso alle tecnologie broadband anche nelle zone più povere e isolate dell'Unione Europea.

In Italia il Ministero delle Comunicazioni sta lavorando di concerto con quello dell'Innovazione e dell'Economia a un progetto specifico rivolto al Mezzogiorno. ■

Le nuove guide online di CedCamera per aiutare le imprese

Disponibili sul sito le prime due guide alle agevolazioni per le imprese e alla gestione tesoreria per le microimprese.

CedCamera, l'azienda di servizi informativi della Camera di Commercio di Milano, ha presentato una collana di guide operative, accessibili a pagamento on-line.

Le prime due affrontano le agevolazioni finanziarie e la tesoreria; ogni guida si compone di 4 moduli, acquistabili separatamente e ciascuno dotato di test per l'autovalutazione e di supporto audio. Il contenuto è disponibile 24 ore su 24 e per tre mesi dal momento dell'attivazione. Nel caso della guida alla tesoreria per le microimprese (<http://elearning.mi.camcom.it>) la durata complessiva del corso è di due ore. È stato previsto uno strumento di esercitazione per la gestione della cassa che consente d'inserire quotidianamente i dati relativi ai flussi di cassa e verificarne l'andamento con l'ausilio di grafici, promemoria e calendario.

Per quanto riguarda la guida alle agevolazioni per le PMI i quattro moduli di cui si compone spiegano come scegliere e ottenere un'agevolazione e come tenersi aggiornati. Entrambe le guide contengono elementi multime-

diali. Aiuti, glossari e promemoria di sintesi. È possibile acquistare solo il primo modulo al prezzo promozionale di 5 euro più Iva, e i successivi a 12 euro più Iva ciascuno, oppure si può scegliere il pacchetto completo a 35 euro. Ricordiamo che CedCamera già da diversi anni vende on-line una serie di prodotti informativi creati specificatamente per il Web. Tra questi c'è lo sportello virtuale per le visure camerali, che consente di effettuare le visure per tutte le aziende nazionali, alle stesse tariffe di erogazione praticate allo sportello della Camera di Commercio di Milano. Sempre all'interno dello sportello virtuale è stato appena presentato il servizio di consultazione dei bilanci delle aziende a livello nazionale, prima disponibile solo per le imprese dell'area milanese.

Infine lo scorso anno era stato creato in collaborazione con il Comune di Milano il Portale "PiùPrezzi" che fornisce un punto di accesso a circa un milione di prezzi rilevati dalla Camera di Commercio e aggiornati quotidianamente in tempo reale. Una sezione, consultabile a pagamento, riporta la guida settimanale di rilevazione dei prezzi all'ingrosso sulla piazza di Milano, e il listino prezzi informativi delle opere edili in Milano, mentre una parte ad accesso gratuito contiene i prezzi al consumo sulla città di Milano forniti dal Comune.



Sul portale 365 Giorni in fiera il progetto eBook

Online il più grande catalogo di libri digitali con oltre 4000 titoli in tutte le lingue. Sul sito si accede alla Fiera del Libro di Torino.

In collaborazione con Microsoft e Fiera Internazionale del Libro di Torino è on-line il più ampio catalogo di libri digitali provenienti da tutto il mondo: oltre 4.000 titoli, in tutte le lingue consultabili all'indirizzo <http://ebook.fiera-libro.net>. Il progetto prevede una serie di iniziative di formazione e alfabetizzazione al libro elettronico per le case editrici, oltre a consulenze

za e assistenza tecnica per supportare l'editore nella realizzazione del proprio catalogo digitale. Microsoft fornisce la piattaforma informatica e le soluzioni software necessarie alla realizzazione di libri digitali, nonché strumenti di Digital Right Management per la gestione dei diritti di divulgazione e riproduzione on-line. La Libreria Internazionale degli eBook è, in assoluto, il primo esempio in rete di una libreria che mette in vendita i libri elettronici prodotti in Italia come in tutto il mondo a sottolineare la vocazione internazionale della Fiera del Libro di Torino.



DevSpy rinnova la grafica e la tecnologia

Il portale dedicato ai programmatori mette in cantiere una piattaforma per supportare lo sviluppo di applicazioni open source.



DevSpy.com è un portale di information technology dedicato ai programmatori e ai sistemisti software. Il sito ha subito una revisione completa che ha riguardato sia la veste grafica sia il background tecnologico a supporto del portale.

Gli argomenti trattati si concentrano principalmente sulle piattaforme Win-

dows, ma anche il mondo Java è rappresentato. Il prossimo obiettivo del sito sarà la realizzazione di una piattaforma a supporto della progettazione e sviluppo di applicazioni open source in collaborazione. Sarà prossimamente pubblicata una nuova area, dove, registrandosi gratuitamente, si potrà proporre un progetto e accettare le adesioni per la collaborazione da altri utenti registrati. La piattaforma permetterà di condividere le risorse con tutti i partecipanti (documenti, codice sorgente, dati) e di usufruire di servizi a corredo (news del gruppo e forum). L'utilizzo della piattaforma sarà gratuito. Quanti sottoscriveranno l'adesione, accetteranno la pubblicazione del materiale prodotto tramite la licenza Gnu Gpl (www.gnu.org/licenses/gpl.html).

Tutto sulle reti con senzafili.com

Un portale dedicato al wireless con suggerimenti e consigli per la realizzazione di una rete senza cavi.

Il portale RetiSenzaFili.com è dedicato al Wi-Fi e contiene una serie di suggerimenti, accorgimenti e notizie su come realizzare al meglio una wireless Lan o anche più semplicemente utilizzare una connessione Wi-fi sul proprio portatile.

Il sito che ha raggiunto i 1.500 iscritti in pochi mesi di vita e oltre 200.000 pagine viste, è in continua crescita

grazie alla collaborazione di grandi vendor quali Netgear, D-Link, HP/Compaq, SonicWall, Sitecom, Digicom e altri.

Si possono trovare le recensioni dei più importanti prodotti in circolazione mentre nell'area download è possibile scaricare diversi tipi di sniffer e tool.



L'abc della casa su www.edilizia-urbanistica.it

Un sito di consulenza in materia di edilizia e urbanistica, con la possibilità di inviare quesiti e ricevere risposte gratuite.

Utile a chi compra, vende o ristruttura la casa, il sito offre servizi e consulenza nel campo della normativa edilizia e urbanistica.

Le faq del sito organizzate in ordine alfabetico forniscono informazioni su cos'è una concessione edilizia, il

certificato di abitabilità, la super dia, il condono, e indicazioni sulle procedure e i tempi.

Quando il dubbio rimane si può inviare una e-mail agli esperti che gestiscono il sito, per una risposta semplice, chiara e gratuita. L'abc per muoversi in accordo con le leggi urbanistiche ed edilizie permette ad argomenti finora riservati agli addetti ai lavori di diventare accessibili a tutti.

Sport e Impianti, un portale per lo sport



Una guida informativa sulla realizzazione di impianti sportivi con un database di 2500 aziende

Sport e Impianti (www.sporteimpianti.it) è un portale rivolto a professionisti dello sport e fornisce guide e

informazioni su come progettare e realizzare un impianto sportivo e, nelle due directory principali, Prodotti per lo sport e Impianti sportivi, raccoglie link ai siti delle aziende operanti in questi settori.

Attivo da pochi mesi, il portale annovera oltre 2.500 aziende inserite nel database. Il portale pubblica schede su ogni singolo sport con le regole e le caratteristiche tecniche degli spazi per lo svolgimento dell'attività e fornisce notizie su fiere, esposizioni, saloni del settore.

Un nuovo motore di ricerca italiano: Trovamelo.com

Da Godado e Merlin Wizard, nasce un motore di ricerca dalla grafica semplice dedicato a tutti gli internauti italiani.

"Trovamelo" è un motore di ricerca che si appoggia a Godado (www.godado.it) come piattaforma di spidering. A poche settimane dal lancio, è diventato il motore ufficiale di numerosi siti italiani, grazie anche al grande network che Merlin Wizard (www.merlinwizard.com) ha sfruttato per il suo lancio.

Secondo lo staff di Merlin Wizard un motore di ricerca proprietario, con un dominio facilmente memorizzabile e una grafica accattivante, sarebbe stato più efficace e fruttuoso dell'inserimento di Godado.it nel-

le pagine dei propri siti. Il trend di ricerche effettuate dagli utenti del Web su Trovamelo.com è incoraggiante e per fine aprile la società Merlin Wizard prevedeva di toccare il target di

200.000 ricerche al mese. Il motore di ricerca si trova all'indirizzo: www.trovamelo.com.



In diretta dalla Silicon Valley ■



Cambia la musica su Internet grazie ad Apple

Sul sito iTunes Music Store è possibile acquistare brani musicali a meno di un dollaro. Un milione di download nei primi sette giorni.

► Di
Gianluca Grechi

Finalmente una nota positiva nel panorama musicale mondiale. Con il lancio di iTunes Music Store, un servizio accessibile dalla nuova versione di iTunes 4, Apple ha venduto ben un milione di canzoni on line nella sola prima settimana di attività, diventando così la più grande società di musica on line nel mondo. Una boccata di ossigeno ben augurante per un settore, quello musicale, caduto in una crisi profonda, la cui origine, secondo la potente lobby delle case discografiche americane (RIAA) sarebbe da addebitare alla pirateria su Internet che negli ultimi anni ha permesso ai navigatori di scaricare illegalmente miliardi di file dai vari servizi peer to peer, dal defunto Napster ai vari Aimster, Grokster, Kazaa. Il nesso tra la pirateria su Internet e la diminuzione delle vendite a oggi non è ancora stato oggettivamente provato, mentre è un dato di fatto che nessuno dei servizi on-line creato sulla base di cataloghi musicali legittimamente licenziati sia riuscito fino a oggi a coniugare un'esperienza di consumo appagante (facilità d'uso, prezzo abborda-

bile, minime restrizione all'uso dei file) con le stringenti leggi sul diritto d'autore e le limitazioni imposte dalle case discografiche. Il fallimento della prima generazione di servizi online (MusicNet, PressPlay) controllati direttamente dalle majors ha dimostrato che il modello basato sull'abbonamento non funziona, a maggior ragione se questo dà diritto solo a streaming online (proibitivo quindi per l'utenza connessa con il tradizionale modem) e limita il numero dei download possibili (che scadono se l'abbonamento non viene rinnovato), impedendo la creazione di Cd e limitando il trasferimento dei file dal Pc ai lettori Mp3.

Partendo da queste considerazioni, Apple ha lanciato il suo servizio, dimostrando che azzeccando la formula corretta, la musica on line funziona e come. Sparisce innanzitutto il concetto di abbonamento e le canzoni possono essere acquistate a-la-carte a 99 centesimi di dollaro l'una, un prezzo in linea con quello medio di mercato dei Cd. Ci sono oltre 200.000 brani delle cinque più importanti major discografiche: BMG, EMI, Sony Music Entertainment, Universal, e Warner. Su iTunes Music Store è già possibile acquistare on line interi album a prezzi oscillanti tra gli 8 e gli 11 dollari. Il negozio è un modello di organizzazione e funzionalità in perfetta linea con la tradizione Apple. A oggi è limitato all'utenza Apple anche se è prevista una versione Pc prima della fine dell'anno.

Per valutare il servizio (al momento accessibile solo negli Stati Uniti) abbiamo scaricato una quindicina di canzoni, creato Cd e trasferito i file da un computer all'altro senza incontrare il minimo ostacolo. Per ogni canzo-

ne è disponibile un preascolto di 30 secondi. Una volta acquistato, il brano viene immediatamente scaricato sul computer senza essere vincolato a scadenze di sorta.

iTunes Music Store si basa su FairPlay il sistema di digital right management (DRM) sviluppato nel giugno del 2002 da Veridisc (www.veridisc.com) e che impone qualche limitazione d'uso, del tutto accettabile. Ogni canzone può essere copiata su un massimo di tre computer (non necessariamente della stessa persona). Non ci sono limitazioni sul numero di iPod sui quali le canzoni possono essere trasferite ma la stessa lista di brani può essere replicata al massimo su dieci Cd.

Un'altra peculiarità del servizio di Apple è il formato prescelto, non il classico Mp3 bensì l'Aac, Advanced Audio Coding, sviluppato da AT&T, Dolby, Fraunhofer e Sony (www.apple.com/mpeg4/aac/) meno popolare in particolare tra i player per Pc. AAC è stato scelto di recente anche da Radio@AOL, in sostituzione di Real Networks.

La codifica e la decodifica del formato AAC richiede la presenza dell'ultima versione di Quicktime, la 6.2, scaricabile gratuitamente dal sito di Apple. La società di Cupertino sostiene che il nuovo formato consente a parità di dimensione dei file una migliore qualità del suono, ma ha comunque dichiarato di non voler abbandonare il popolare formato Mp3.

Merito dunque alla società di Cupertino che è riuscita a dimostrare che il sogno di distribuire la musica in formato digitale in modo legale, semplice ed economico è una realtà alla portata di tutti e che la tecnologia e Internet tanto temute e combattute a suon di cause legali dalle case discografiche potrebbero essere le chiavi di volta per ridare fiato all'industria della musica. ■

L'accesso a iTunes Music Store avviene direttamente da iTunes 4, il player MP3 che fa parte di Mac OS X. Il servizio offre oltre 200.000 brani musicali acquistabili singolarmente a 99 cent in modo molto semplice. Apple sta preparando la versione Windows del programma di accesso.



Una guida all'e-commerce più sicuro su Internet

I nuovi sistemi di pagamento on-line, le regole del diritto di recesso e il ricorso all'arbitrato on-line, sfatano i luoghi comuni intorno all'e-commerce.

►► Di Valeria Camagni e Andrea Monti

Il commercio elettronico, forse la più grande promessa di Internet, sta cominciando finalmente a diventare un fenomeno di massa e non più solo un virtuosismo da informatici. Negli ultimi sei mesi in Italia quasi tre milioni di persone hanno fatto un acquisto on-line e in Europa oltre 18 milioni di navigatori hanno visitato siti di e-commerce nel mese di gennaio 2003 (fonte Nielsen NetRatings). I dati rilasciati da Visa mostrano che in Italia le transazioni condotte via Internet con carta di credito sono cresciute del 71% nell'ultimo anno e rappresentano il 2% del totale transato. Questo è anche conseguenza di una maggiore familiarità con la Rete utilizzata ormai dal 34% delle famiglie italiane. A livello mondiale è cresciuto sia il numero delle transazioni on-line sia il loro valore medio: l'ultimo trimestre 2002 ha contato 31 milioni di transazioni con carta Visa rispetto ai 5 milioni dello stesso periodo 2001 con una crescita del 136% in volume di spesa (pari a 2,6 miliardi di euro). Tuttavia la sensazione di incertezza e la paura di incappare in qualche fro-

de con i pagamenti on-line rappresentano ancora uno scoglio insuperabile per molti consumatori ed esercenti che pretendono giustamente

un livello di sicurezza adeguato, tale da consentire di far shopping in tranquillità e di aumentare il giro d'affari. Basti pensare che l'85% delle transazioni con carta di

credito rifiutate, sono disconosciute dal consumatore finale che non riconosce di aver acquistato la merce, mentre solo il 15% vengono respinte per difetti nella merce o problemi nel delivery (fonte Visa).

Proprio la sicurezza dei pagamenti on-line è indicata ancora come il principale ostacolo alla definitiva affermazione del commercio elettronico ed è per questo che Visa, la società che detiene oltre il 54% dei pagamenti on-line nei cinque principali mercati d'Europa (Francia, Germania, Uk, Spagna e Italia) ha lanciato un nuovo sistema per il commercio elettronico sicuro. Si tratta di *Verified by Visa* in grado di rendere sicuro l'uso delle normali carte Visa per acquisti via Internet, sia dal punto di vista dei titolari, sia dal punto di vista degli esercenti; il sistema è già stato presentato in Europa all'inizio del 2002 e da aprile 2003 è disponibile in tutto il mondo.

Verified by Visa utilizza il protocollo di sicurezza 3d Secure e permette di autenticare il titolare di carta Visa nel momento dell'acquisto online. In pratica viene aggiunta nella fase di autenticazione una verifica incrociata tra banca, esercente e cliente, che si basa su una password che l'utente digita dopo aver inserito il proprio numero di carta di credito e su una frase segreta precedentemente concordata con il cliente, che la banca inserisce a conferma dell'avvenuto riconoscimento. Ogni volta che l'utente procede a un acquisto via Internet nei siti i cui esercenti supportano Verified By Visa, la banca emittente della carta richiederà di inserire la password di riconoscimento e verificata quest'ultima, risponderà con la frase segreta precedentemente concordata con il titolare, in modo che questi sia certo

di avere a che fare con la propria banca, legittimata a condurre la transazione. A questo punto il processo di autenticazione può dirsi concluso e la transazione autorizzata.

"Il vantaggio è che i titolari di carta sono certi che le transazioni che fanno su Internet sono le uniche che verranno addebitate" dice a PC Professionale Davide Steffanini, vice presidente di Visa Europe.

Per gli esercenti adottare Verified by Visa significa potersi sottrarre alla responsabilità delle transazioni contestate condotte in assenza di carta, anche nel caso in cui il titolare della carta non abbia aderito al sistema *Verified by Visa*. Questa responsabilità viene infatti trasferita alla banca che ha emesso la carta con la quale è stata condotta la transazione contestata. In questo modo chi gestisce un sito di e-commerce può ridurre drasticamente i costi legati alle transazioni rifiutate, a merci perse a causa di frode, e in generale alle spese legali dovute a dispute o rimborsi. Si pensi ad esempio agli otto milioni di carte di credito Visa clonate lo scorso mese di febbraio; "adottando Verified By Visa" - spiega Steffanini - "sarebbe stato impossibile utilizzarle in quanto il possessore della carta clonata non può sapere la password scelta dall'utente per autenticarsi con la banca e quindi non può utilizzare la carta su quei siti che aderiscono a Verified by Visa".

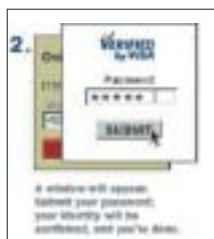
Dal punto di vista tecnico l'installazione di Verified by Visa comporta per gli esercenti solo il caricamento di un software, peraltro dotato di un semplice sistema plug-in, che non richiede adattamenti hardware e nuovi campi elettronici da compilare durante il controllo.

Verified by Visa è basato sull'archi-

Cosa succede in una transazione con Verified by Visa:
1) il titolare della carta procede all'invio dell'ordine. L'esercente riceve i dati, compreso il numero della carta.



2) La banca richiede d'inserire la password di riconoscimento.
3) La banca risponde con la frase segreta concordata.



Yoox è il primo sito italiano a supportare Verified By Visa

Il sito pilota che ha scelto verified By Visa, è Yoox, leader nell'e-commerce di capi griffati d'alta moda, presente con versioni localizzate sul mercato europeo e su quello americano. Yoox rappresenta un caso di successo nell'e-commerce italiano poiché è riuscito a coniugare i vantaggi di trasferire sul canale virtuale il miglior prodotto di fine stagione delle case di moda, senza entrare così in conflitto con la rete distributiva, con l'opportunità di offrire ai consumatori capi firmati di oltre 200 stilisti di moda a prezzi scontati. Yoox nell'ultimo trimestre 2002 ha raggiunto il break-even operativo con un fatturato di 12 milioni di euro (+140% sul 2001), a due anni dal lancio dell'attività. Il sito conta 7 milioni di visitatori con un portafoglio di 70.000 clienti che hanno acquistato almeno una volta sul sito e soprattutto vanta un tasso di fidelità molto elevato: circa il 60% de-



gli ordini provengono da clienti che hanno già acquistato in passato. Anche il tasso di frodi è molto basso: "siamo ben al di sotto dell'1%, un risultato che viene considerato ottimo" spiega a PC Professionale Massimiliano Benedetti, CEO di Yoox. La politica di vendita è molto rigorosa: i capi vengono consegnati con corriere entro le 48 ore dall'ordine, con reso gratuito entro due settimane. Circa la metà dei clienti acquista con carta di credito su Yoox, dice Benedetti, e già prima dell'introduzione di Verified by Visa i dati relativi alla carta di credito viaggiavano su una trasmissione criptata con protocollo Ssl a 128 bit, facendo di Yoox un sito sicuro certificato Verisign. A fine 2002 il sito vanta sedici versioni localizzate per i principali mercati dell'Europa occidentale e da un anno è approdato anche negli Stati Uniti, dove solo negli ultimi due mesi del 2002 ha registrato un'incidenza del 10% sulle vendite mensili. I mercati italiano e anglosassone generano rispettivamente il 44% e il 25% del giro d'affari, ma nell'ultimo anno è cresciuto molto anche il mercato tedesco, che copre il 15% del fatturato. I primi due mesi del 2003, appena chiusi con un fatturato complessivo di circa tre milioni di euro (pari al doppio di quello registrato nello stesso periodo 2002).

tettura 3D-Secure che si attiva ogni qualvolta una transazione viene effettuata. E quindi gli esercenti si accertano immediatamente se il titolare con cui hanno a che fare si è registrato oppure no. Nel caso in cui lo sia, la transazione è autenticata, altrimenti la transazione viene condotta nei modi consueti.

Per far funzionare il sistema, Visa mantiene un servizio di Registro Centrale (chiamato Directory Server) che archivia i dati di tutti i titolari che si siano registrati al servizio e automaticamente smista i messaggi provenienti dagli esercenti alle banche emittenti pertinenti. In Italia il primo istituto di credito ad adottare Verified by Visa è stata Banca Sella, che è leader sul mercato dei pagamenti on-line con il 70% di market-share e che dal 2001 offre il sistema Gestpay, sot-

toscritto da circa 6900 esercenti. Il primo sito ad adottare Verified by Visa è stato Yoox, leader nella vendita on-line di capi firmati di fine serie.

> Le alternative alla carta di credito

CartaFacile

E' la carta prepagata e ricaricabile pensata per i pagamenti on-line, emessa dalla Banca Popolare di Milano. Destinata chi non possiede ancora la carta di credito, può essere sottoscritta in una delle tante agenzie



BPM aderendo al Club Teen e acquistando la Prepagata che preferisci: da 50,00 - 100,00 - 200,00 o 400,00 Euro. La Carta è svincolata da un conto corrente ed è del tutto anonima nelle transazioni di pagamento, è protetta da una password personale e da un Pin e può essere ricaricata al Bancomat anche utilizzando una tessera di un istituto di credito diverso da quello della Popolare di Milano. La Carta Facile ha un tetto massimo di spesa di 500 euro per ogni ricarica e può essere utilizzata negli esercizi convenzionati (elencati sul sito www.cartafacile.it/compra) semplicemente digitando, al momento dell'acquisto: numero di Tessera, Password personale e data di scadenza.

Centax Garanzia Assegni Online

Centax ha esteso il suo servizio di garanzia sugli assegni anche ai pagamenti on-line. Al merchant viene rilasciata una garanzia o non- per l'accettazione di un assegno come pagamento per gli acquisti effettuati on-line da un consumatore. Ogni assegno on-line garantito da Centax assicura al merchant del sito l'incasso garantito al 100%. Quando un cliente perfeziona un acquisto sul sito deve riempire un modulo on-line di Centax in cui riporta i suoi dati anagrafici e il numero dell'assegno con cui intende pagare l'importo della merce. La verifica della validità dell'assegno viene eseguita in tempo reale da Centax che rilascia la garanzia al negozio virtuale il quale può quindi provvedere a inviare la merce al destinatario e a ritirare l'assegno all'atto della consegna. Il meccanismo è sicuro proprio perché l'invio separato del numero dell'assegno non permette di utilizzare l'assegno stesso in modo fraudolento.

CENTAX

MobilMat

MobilMat è il primo circuito di pagamento che consente di fare acquisti con il cellulare, indipendentemente dall'operatore telefonico, dal modello di cellulare e soprattutto in tutti gli ambiti di spesa: Internet, negozi dotati di POS e in mobilità. MobilMat è ►►

eBay.it ha vinto la scommessa dell'e-commerce

Primo sito italiano di e-commerce nella classifica di Nielsen Netratings relativa a gennaio 2003, eBay è il sito di aste più conosciuto nel mondo per la compravendita on-line tra privati di oggetti di collezionismo e hobbismo. Il suo punto di forza è stato creare nel tempo una community di utenti composta da collezionisti, hobbisti, commercianti, piccole aziende o semplici curiosi, basata su un meccanismo di reputazione. Ciascun cliente di eBay (sia venditore sia acquirente) riceve infatti dei giudizi visibili a tutti sul comportamento on-line mantenuto nelle transazioni precedenti, con un punteggio che riassume il numero di transazioni positive eseguite. Questo sistema di autoreferenzialità ha permesso al sito di raggiungere un elevato tasso di fedeltà da parte degli utenti (35% dei visitatori ha già fatto acquisti) e di far crescere la propria community a 61,7 milioni di utenti registrati in tutto il mondo. Passato indenne attraverso la crisi della new economy, il network di eBay viaggia su oltre 18 miliardi di dollari di venduto annuo, pari a 50 milioni di dollari al giorno di vendite ed è presente su 27 mercati internazionali con oltre 10 milioni di articoli suddivisi in 18.000 categorie di oggetti. Tanto per dare un'idea della tecnologia che c'è dietro come gestione dei database, ogni giorno nel mondo vengono messi on-line due milioni di oggetti nuovi e la metà viene venduta. La piattaforma di e-commerce utilizzata è tra le più flessibili in quanto permette di gestire anche acquisti a prezzo fisso oltre alle aste.

Ora il sito tenta una nuova sfida: quella di diventare un mercato on line mondiale a 360 gradi: non più solo aste on-line tra privati quindi, ma anche transazioni di e-commerce a prezzo fisso che vedono protagonisti piccole imprese o punti vendita off line che su eBay possono trovare la loro vetrina. Ci sono già 40.000 negozi on-line a livello mondiale e circa il 35% delle transazioni riguardano articoli a prezzo fisso. Negli Stati Uniti 200.000 persone fanno business con eBay utilizzando la piattaforma di e-commerce per la loro attività principale. Un altro utilizzo crescente del sito è per le aste benefiche: nel 2002 ne sono state organizzate 300 e sono stati raccolti in beneficenza 380.000 euro.

I principali siti e commerce in Italia a Gennaio 2003

	Visitatori Unici '000	Quota %	Visite per persona	Tempo per persona
eBay	1,576	11,24	3,43	0:28:31
kelkoo.com	621	4,43	1,46	0:03:10
amazon.com	478	3,41	1,64	0:04:29
chl.it	450	3,21	2,16	0:13:44
misterprice.it	425	3,03	1,43	0:05:41
ebay.com	397	2,83	3,18	0:11:01
mediaworld.it	383	2,73	1,71	0:09:22
paroledicotone.it	307	2,19	1,08	0:01:23
unieuro.com	283	2,02	1,36	0:13:51
secondamano.it	260	1,86	1,4	0:12:41

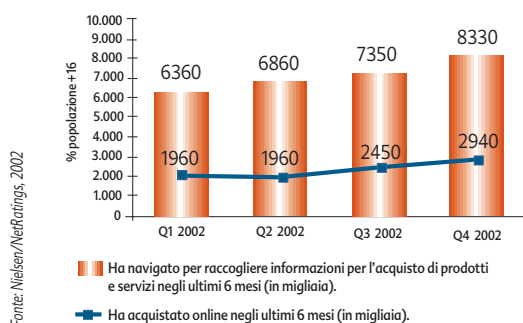
dalla classifica sono esclusi i canali dei portali
 fonte: Nielsen/NetRatings AMS - Accessi da casa + ufficio

Ma come si svolge una transazione di e-commerce e quali garanzie ha un acquirente, visto che il sito funge solo da punto di interscambio tra le parti? I meccanismi di acquisto sono due: l'asta on-line o a prezzo fisso (Compralo subito). Per comprare tramite l'asta si fa un'offerta che resta on-line da 5 ai 10 giorni; si può stabilire anche un prezzo massimo che si è disposti a pagare, in questo caso il rilancio avviene automaticamente fino alla cifra pattuita.

Prima di comprare, sia con un'asta, sia a prezzo fisso, è bene controllare la reputazione del venditore. Ricordiamo che chi acquista non paga nulla per cercare su eBay mentre chi vende paga una quota minima per l'inserzione (che varia da 0,05 euro cent a 50 euro cent) e una commissione del 5% sul prezzo finale del bene venduto. L'acquisto si perfeziona tramite il contatto diretto tra compratore e venditore e quest'ultimo invia la merce solo ad avvenuto pagamento. eBay in Italia risponde con un'assicurazione (che copre fino a 230 euro) nei confronti dell'acquirente nei casi in cui l'acquisto non sia andato a buon fine. Le modalità di pagamento prevedono il contrassegno, il bonifico bancario, la carta di credito e da poco anche un sistema basato su telefonino (MobilMat) che viene offerto a costo zero agli utenti di eBay. Per la parte logistica è in atto un accordo con eBoost, al società di poste italiane, che effettua il prelievo della merce a domicilio e la consegna entro 24 ore, con la possibilità di seguire il tracking on line della spedizione e sconti del 30%. Per le transazioni internazionali c'è un accordo con DHL che prevede condizioni di favore per i venditori di eBay.



Infocommerce e eCommerce in Italia



già stato adottato da 60.000 punti vendita offline e 5.000 siti Internet ed è utilizzato anche dalle principali cooperative di taxi di Roma e Milano; ha un costo annuo di 19 euro. Il meccanismo è semplice e veloce: basta



registrarsi sul sito e aprire un Borsellino MobilMat con un importo minimo di 50 euro. A ciascun utente registrato viene assegnato un codice personale di riconoscimento, quando si fa un acquisto su un sito convenzionato, basta chiamare un numero Verde 800 MobilMat, digitare l'importo da inviare, il nume-

ro di cellulare del destinatario del pagamento e il proprio codice Pin. Si riceverà via Sms conferma dell'avvenuto pagamento. In caso di trasferimento di denaro o i pagamento di taxi il cliente paga una commissione di 0,40 euro cent e di 0,20, per informazioni www.mobilmat.it Il borsellino MobilMat è strettamente collegato al proprio conto corrente, in ogni momento è possibile spostare denaro dal conto al borsellino elettronico senza pagare costi di transazione.

Moneta online

È un servizio di pagamento di Banca Intesa S.p.A. sviluppato da SETEFI e valido esclusivamente per acquisti



su Internet. In pratica chi lo sottoscrive riceve una carta di credito virtuale del circuito Visa spendibile presso i negozi on-line convenzionati con Visa o Moneta. All'utente che si registra sul sito www.monetaonline.it viene dato un identificativo utente e una password modificabile. Il servizio può essere usato da chi ha acquistato MONETA CONTANTEonline o da chi possiede MONETA, la carta di credito del Gruppo Intesa e ha una validità di 12 mesi dall'attivazione (effettuata con la prima variazione password) ovvero dall'ultimo utilizzo. Quando si effettua un acquisto su un negozio convenzionato con VISA o MONETA, all'atto di compilazione del form bisogna inserire il numero della carta di credito virtuale rilasciata in precedenza da SETEFI, collegandosi al sito www.monetaonline.it. I dati generati da SETEFI e relativi alla carta hanno una validità di 24 ore, escludendo così il rischio di clonazione. Fino a giugno 2003 la richiesta della Virtual Card è gratuita.

Omnipay prepagato

Un'altra soluzione di pagamento per gli acquisti su Internet di piccola entità è Omnipay Prepagato che permette di utilizzare la "Ricarica Vodafone Omnitel per creare il conto Omnipay Prepagato ed effettuare acquisti on-line senza bisogno di carta di credito.

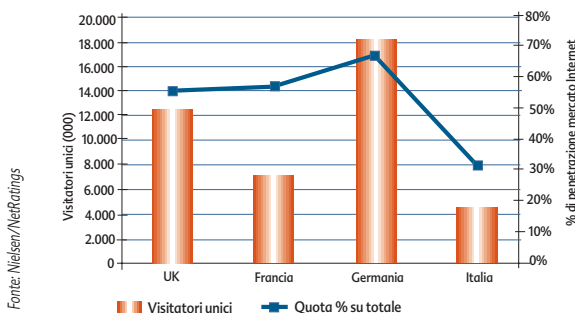
Basta scegliere sui siti Internet convenzionati con Omnipay Prepagato il prodotto che si vuole acquistare e ►►

Classifica dei principali siti europei di e-commerce

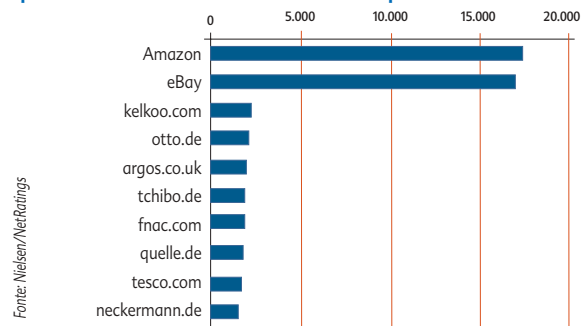
Nielsen/NetRatings ha rilasciato a febbraio 2003 uno studio sull'eCommerce in Europa che ha analizzato l'andamento dei retailer online rivolti al mercato consumer, escludendo sia i retailer b2b, sia i canali di shopping dei portali. Per effettuare una comparazione omogenea tra i sette Paesi nei quali Nielsen/NetRatings ha attivato il proprio servizio di rilevazione, è stato considerato il traffico generato sui siti di eCommerce dai soli computer domestici. Per l'Italia come vedremo, è disponibile anche il dato relativo al panel home-office (dato che Nielsen/NetRatings rileva per Germania, UK, Francia e Italia). L'analisi ha preso in considerazione il periodo clou dello shopping online, il mese di dicembre, confrontando i risultati del settore nel dicembre 2001 con quelli di dicembre 2002. Nell'ultimo anno il comparto è cresciuto in termini di audience in tutti i Paesi europei esaminati, anche se si delinea

una netta divaricazione tra i primi tre Stati - Germania, UK, Francia in cui la quota di mercato dell'eCommerce supera il 50% sul totale Internet - e gli altri Paesi, tra cui l'Italia, nei quali la penetrazione del commercio elettronico oscilla tra il 25% ed il 35%. È interessante osservare come tra i primi 10 siti di eCommerce in Europa solo le prime due posizioni siano occupate da due brand americani "pure player", ossia esclusivamente online, esportati da oltreoceano: gli "storici" Amazon e eBay. Gli altri domini, con la sola eccezione di Kelkoo, appartengono a retailer europei con una consolidata distribuzione territoriale. Questo, secondo gli analisti, è indicativo di una seconda fase della Rete in cui, dopo il boom della new economy, si assiste ad una graduale ma massiccia penetrazione del mercato digitale da parte delle grandi realtà dell'offline in un'ottica di integrazione multi-canale.

Traffico sui siti ecommerce in Europa a gennaio 2003



I primi dieci siti di ecommerce in Europa



clickare sull'icona Omnipay per pagare. A questo punto una finestra pop up aprirà una connessione reindirizzata e protetta verso i sistemi Omnipay. Qui l'utente dovrà inserire le 14 cifre del codice segreto che si trovano sul retro della "Ricarica Vodafone Omnitel" e cliccare sul tasto di conferma del pagamento. Comparirà la ricevuta elettronica contenente tutte le informazioni sull'acquisto e cliccando sul tasto "chiudi" si potrà completare la transazione. Quando si fa il primo acquisto e si digita il codice segreto della "Ricarica Vodafone Omnitel", si determina la creazione automatica presso Deutsche Bank di un conto Omnipay Prepagato, con un credito pari all'importo del traffico telefonico contenuto nella "Ricarica Vodafone Omnitel" acquistata. L'importo del prodotto acquistato viene automaticamente scalato dal conto Omnipay Prepagato. Per gli acquisti successivi si dovrà semplicemente digitare il codice segreto per impartire alla Banca l'ordine di pagamento.

Omnipay On Phone

E' un sistema di pagamento basato sull'utilizzo della carta di credito che però consente all'utente di inserire in rete solo in numero di telefono Vodafone Omnitel, confermando poi il pagamento via cellulare, ed evitando così di mettere on-line il numero della carta. Grazie al collegamento tra il cellulare Vodafone Omnitel e la carta di credito Visa BankAmericard Omnitel, l'utente la possibilità di confermare l'ordine di pagamento in un secondo tempo, chiamando entro 24 ore, dal cellulare Vodafone Omnitel, il numero gratuito 42500 e seguendo le indicazioni fornite dal risponditore automatico (IVR). Per accedere all'area di conferma degli ordini effettuati, occorrerà digitare il codice segreto (PIN) che è stato fornito in fase di attivazione del servizio Omnipay. Questo onde evitare che in caso di smarrimento del telefonino qualcuno possa ausivamente utilizzare il servizio Omnipay.

Paga con il Bonifico

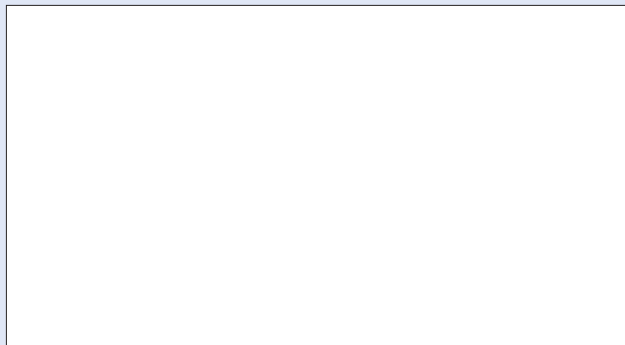
è una nuova modalità di pagamento associata a GestPay che consente ai clienti titolari di un conto corrente Internet con Banca Sella di acquistare sul web attraverso un semplice bonifico bancario, all'interno del sito di un esercente convenzionato con GestPay. Quando si tratta di scegliere la modalità di pagamento di un acquisto, è sufficiente che l'acquirente scelga Paga con il Bonifico; gli verrà richiesto di inserire i codici personali che abitualmente utilizza per il servizio Internet banking di Banca Sella e successivamente di effettuare un bonifico dal suo conto a favore dell'esercente per l'importo dell'acquisto, senza alcuna maggiorazione. La commissione corrisposta per la transazione è la medesima di quella concordata per gli ordini di pagamento con carta di credito. Paga con il Bonifico è a disposizione degli oltre 100.000 clienti di Internet Banking Banca Sella. ■

Bankpass

BankPass (www.bankpass.it) è il nuovo circuito per i pagamenti on-line creato dalle banche italiane, (l'ente incaricato della gestione dall'ABI è l'E-Committee, www.e-committee.it) di cui si è appena conclusa la fase di sperimentazione. BankPass consente di utilizzare sia le carte di credito Visa e Mastercard sia il PagoBancomat, inserendoli in un portafoglio elettronico. Per ogni acquisto basterà inserire i codici che vengono consegnati al momento dell'adesione al servizio. Prima di effettuare il pagamento online, infatti il cliente accede al portafoglio elettronico (wallet) inserendo la sua user id e password e sceglie lo strumento di pagamento che desidera utilizzare. La transazione viene conclusa senza che i dati della carta di credito o del PagoBancomat viaggino on-line. Per ogni transazione effettuata attraverso il wallet, si riceve una e-mail di conferma. I vantaggi di Bankpass Web sono nell'elevato grado di sicurezza delle transazioni on-line dovuto al fatto che non si rilasciano in rete gli estremi del proprio strumento di pagamento.

Inoltre, con BankPass Web si possono fare acquisti anche sui siti che non aderiscono ancora al circuito: in questo caso, basta richiedere la generazione di un numero di carta virtuale usa e getta, il "PAN virtuale", valido solo per quella transazione.

Per gli esercenti il vantaggio maggiore sta nel fatto che BankPass Web è l'unico servizio che consente di effettuare i paga-



menti anche con il pagoBANCOMAT, e che evita al merchant di dover girare il 4% del valore del bene venduto alle società che gestiscono le carte di credito (Visa, American Express, MasterCard). Per aderire a BankPass Web basta verificare sul sito Internet www.bankpass.it l'elenco delle banche che fino a oggi hanno sottoscritto il circuito, che sono circa 50. Sempre sul sito è riportato anche l'elenco dei negozi on-line che supportano già il circuito BankPass, tra questi vi è il sito di prodotti informatici Bow.it e il sito della Ferrovie dello Stato (www.trenitalia.it) che consente l'acquisto on-line dei biglietti del treno con BankPass Web. A breve sarà disponibile BankPass Mobile che consente trasferimenti di denaro e pagamenti di acquisti fatti presso esercizi convenzionati, utilizzando il telefono cellulare, con un semplice Sms.

E-business e diritto di recesso: come si comportano i vendor?

►► Di
Andrea Monti

Il diritto di recesso è uno strumento normativo previsto da normative comunitarie e interne per tutelare il consumatore dall' obiettiva difficoltà di "reclamare" con il venditore quando la merce non è conforme a quella ordinata oppure è danneggiata. Dunque, se l'acquisto è stato effettuato da un consumatore (cioè da chi non ha partita iva o da chi, pur avendola, non detrae fiscalmente il costo); è avvenuto "a distanza", riguarda certi contratti (sono esclusi i servizi finanziari, gli acquisti conclusi tramite distributori automatici o locali commerciali automatizzati, quelli conclusi con gli operatori delle telecomunicazioni impiegando telefoni pubblici, quelli relativi a beni immobili, con esclusione della locazione e quelli conclusi in occasione di una vendita all'asta), si hanno dieci giorni lavorativi dal ricevimento della merce per esercitare il diritto di recesso ai sensi dell'art. 5 d.lgs. 185/99 (www.ic-tlaw.net/internal.php?sez=normL&IdT=5&IdTN=1&IdN=44).

Il diritto di recesso si esercita inviando un telegramma, telex, fax o raccomandata a r all'indirizzo "geografico" (così dice la norma) del venditore con il quale si manifesta chiaramente la volontà di avvalersi di questo strumento. Magari utilizzando la formula che segue: "Con questa comunicazione, da valere a ogni effetto di legge (espressamente inclusa l'interruzione di ogni prescrizione) il sottoscritto esercita il diritto di recesso di cui all'art.5 d.lgs.185/99 in relazione all'acquisto n. ***** del bene ***** effettuato il ***** e ricevuto il *****".

L'art.5 del d.lgs 185/99 precisa inoltre che le uniche spese dovute dal consumatore per l'esercizio del diritto di recesso sono quelle dirette di restituzione del bene al mittente, ove espressamente previsto dal contratto a distanza.

Infine, il fornitore che contravviene alle norme di cui agli articoli 3, 4, 6, 9 e 10 del decreto legislativo o

che ostacola l'esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore secondo le modalità di cui all'articolo 5 o non rimborsa al consumatore le somme da questi eventualmente pagate, è punito con la sanzione amministrativa pecuniaria da uno a dieci milioni di vecchie lire. Ma come è applicato dai vendor, in concreto, il diritto di recesso? Ecco il risultato di una indagine compiuta anche tramite acquisti "in incognito" su alcuni dei siti italiani più noti.

Misterprice (www.misterprice.it).

Le condizioni per l'esercizio del recesso sono raggiungibili sin dalla home page e sono chiaramente indicate.

Ci sono, tuttavia, delle clausole difficilmente compatibili con la lettera e lo spirito della tutela del consumatore.

In particolare, è previsto che "il bene acquistato dovrà essere integro e restituito nell'imballo originale" e che "qualora l'imballo originale

interno) si deteriori durante le varie fasi del trasporto e dell'apertura, una volta consegnato il bene. E' quindi molto probabile che gli imballi risultino comunque danneggiati e a prescindere dal comportamento del consumatore. In questo modo è teoricamente possibile operare una "ritenuta" pressoché automatica del 10% su ogni bene restituito. Va poi detto che il meccanismo di quantificazione del "contributo alle spese di ripristino della merce" è quantomeno curioso. Il valore dell'imballo, specie per l'elettronica e l'informatica, è spesso più basso del costo del bene ivi contenuto. In altri termini, non è detto che un imballo piccolo contenga prodotti di scarso valore. E dunque chiedere il 10% per ripristinare l'imballo di una memory stick da 256 Mega (per esempio) che costa centinaia di euro è difficilmente comprensibile.

Per quanto riguarda la prova "su strada", l'acquisto ha riguardato una fotocamera digitale il cui sistema di caricamento delle batterie si è rivelato affetto da un vizio strutturale e non segnalato dal produttore. In pratica, quando le batterie sono totalmente scariche il caricabatteria della fotocamera non le "riconosce". E' stato quindi necessario acquistare un altro carica batterie per "dare la scossa" alle pile che poi hanno funzionato regolarmente. L'in-

interno/esterno risulti rovinato, Megalink Srl provvederà a trattenerne dal rimborso dovuto una percentuale pari al 10% dello stesso, quale contributo alle spese di ripristino della merce."

Per quanto comprensibile la necessità che ha ispirato una clausola di questo tipo, la sua applicazione riduce significativamente la possibilità di esercitare pienamente il diritto di recesso. E' molto frequente che l'imballo originale (esterno e

conveniente (poi risolto) è stato segnalato al servizio clienti dell'azienda che ha risposto prontamente sia attivandosi presso l'helpdesk del produttore, sia offrendo un buono per l'acquisto di altre merci. E' interessante notare che, pur non essendo tecnicamente applicabile il diritto di recesso (l'acquisto era stato effettuato "con partita iva") il servizio clienti si è dichiarato disposto a riprendere indietro il prodotto. Comportamento sostanzial-

Risolvionline.it, il sito della Camera Arbitrale per conciliare le controversie sul web

RisolviOnline (www.risolvionline.it) è il servizio di risoluzione online delle controversie della Camera Arbitrale, azienda speciale della Camera di Commercio di Milano, in funzione da circa un anno. Il servizio si rivolge ai privati come alle aziende e consente di risolvere interamente via Internet le controversie che possono insorgere in una transazione di acquisto su un sito di e-commerce o di aste on-line, o nell'interruzione e malfunzionamento di un servizio, come ad esempio la connessione Internet.

RisolviOnline permette non solo di presentare a qualsiasi ora il proprio reclamo, ma anche di svolgere online l'intera conciliazione. Sul sito è possibile compilare ed inviare la propria domanda di conciliazione. RisolviOnline contatta il soggetto (consumatore o impresa) indicato come controparte nella domanda per chiederne l'adesione al tentativo di conciliazione, nomina il conciliatore, scegliendolo in base alla specificità della materia, e fissa data e ora dell'incontro on-line. L'accordo si raggiunge on-line: il conciliatore redige il verbale, lo invia alle parti perché lo sottoscrivano e lo rispediscono a RisolviOnline.

Possono essere risolte liti tra imprese o tra consumatori e imprese. Ogni tipo di controversia commerciale può essere sottoposta a RisolviOnline, senza alcun limite di materia, valore economico o ambito territoriale. Per quanto concerne i costi, le spese dipendono dal valore della controversia. Fino a 500 euro si paga 25 euro; da 501 a 1000 euro: 40 euro e da 1001 a 5000 il costo è di 80 euro. Dall'esperienza svolta nel 2002 si è visto che le controversie riguardano nel 68% dei casi liti tra con-

sumatori e imprese e solitamente vertono su somme non superiori ai 700 euro (nel 74,3% dei casi). Le parti sono sparse un po' in tutta Italia: Lombardia (42,3% del totale), Lazio (14,1%), Emilia Romagna (7,7%), Veneto (6,4%) e Toscana (5,1%). Ma anche all'estero (5,2%). Fra le liti che nel 2002 si sono discusse su RisolviOnline il 53,8% ha portato a un accordo fra le parti, il 30,8% è ancora in corso e il 15,4% non ha avuto una soluzione. L'oggetto delle liti riguarda soprattutto problemi legati all'acquisto di hardware e software via web, il malfunzionamento o l'interruzione della connessione a Internet, l'acquisto di pacchetti turistici e altri beni tramite aste online. Ma non mancano anche problemi derivati da assicurazioni auto stipulate online, dalla regi-

strazione del nome di un dominio web, da programmi di affiliazione a siti che promettono di pagare per esporre pubblicità sul proprio spazio web. Numerose poi le dispute legate alla garanzia dei prodotti: dalla mancata estensione del periodo di garanzia di un cellulare, al rifiuto di riparare un palmare ancora in garanzia, al mancato rimborso di una garanzia "soddisfatti o rimborsati" per l'aggiornamento di un software.



mente corretto, anche se con una piccola "macchia" costituita da una certa rigidità nel tono delle risposte quando le mie richieste sono state un po' più "dirette".

Eprice (www.eprice.it).

Le condizioni per l'esercizio del recesso, anche se raggiungibili dalla home page (http://www.eprice.it/ePRICE_servizioclienti.pasp) non sono immediatamente riconoscibili come tali. La formulazione delle clausole non è chiarissima e, in qualche caso, discutibile.



Eprice non condiziona l'attuabilità del diritto di recesso alla restituzione del bene all'in-

terno dell'imballo originale (almeno così pare di capire) mentre stabilisce come unica forma di rimborso delle somme pagate dal consumatore, l'accredito tramite bonifico bancario. Si tratta di una limitazione decisa unilateralmente dal fornitore in quanto non espressamente imposta dal d.lgs. 185/99.

Centro HL (www.chl.it).

Ci vuole qualche momento per trovare la pagina che disciplina il diritto di recesso (seguendo il percorso "CHL, Customer care, Servizi post-vendita, Diritto di recesso), che si presenta ben articolata e comprensibile.

La particolarità di CHL è l'impossi-

bilità di esercitare il diritto di recesso per la merce ritirata presso i POPITT. Da un punto di vista giuridico, infatti, se consegna e pagamento della merce avvengono in un esercizio commerciale (come



WebTrader certifica i siti di e-commerce

WebTrader è un'iniziativa di Altro Consumo con il patrocinio dell'Unione Europea, che consiste nell'attribuire una certificazione gratuita ai siti di e-commerce che risultano conformi a un codice di condotta. In questo modo l'utente che si collega a un sito certificato Web Trader sa di poter avere una serie di garanzie che coprono tutto il processo



dell'ordine, dalla sua immissione al delivery della merce. Tra i siti certificati Web Trader ci sono Mr price, E-Plaza, Mediaworld.it, Olio Carli, IoVorrei e molti altri siti a carattere enogastronomico che vendono prodotti locali e artigianali. Webtrader è un progetto internazionale capitanato dalle varie associazioni di tutela dei consumatori e vanta una presenza in circa dieci paesi europei tra Belgio, Spagna, Portogallo, Inghilterra, Grecia, Svizzera e Argentina.

appunto il punto CHL) il contratto si conclude in quella sede con lo scambio della cosa e del prezzo. E dunque non si può parlare di contratto concluso fuori dai locali commerciali in quanto la procedura on line può essere qualificata come "ordine" e non come "acquisto".

L'ultima avvertenza, infine riguarda i casi in cui CHL "Si riserva di non accettare le spedizioni di componenti o prodotti che:

- > non contengano imballi, accessori e manualistiche originali;
- > siano state effettuate senza aver attivato la richiesta di intervento al Servizio Clienti CHL;
- > siano state effettuate senza seguire le modalità di invio indicate dal Servizio Clienti CHL."

Anche in questo caso si tratta di limitazioni non stabilite dalla legge e che, pertanto, non possono essere opposte al consumatore.

E-bay (www.ebay.it).

Tecnicamente E-bay non "vende" direttamente e quindi non è tenuta a fornire alcuna garanzia né tantomeno il diritto di recesso. Le transazioni che avvengono su questo sito, infatti, sono a tutti gli effetti

contratti fra privati (e non, come erroneamente si dice, "aste online"). Ciò non toglie che l'azienda si sia posta il problema di "tranquillizzare" i propri utenti mettendo in piedi un articolato sistema di protezione che prevede polizze assicurative, rating degli utenti con sistema di feedback (in pratica,



sono gli stessi utenti che estimettono i "furbi" attribuendo loro una pubblica valutazione negativa che mette sull'avviso tutti i potenziali interlocutori).

Su sei transazioni andate a buon fine e riguardanti essenzialmente software, cinque si sono concluse senza problemi. I prodotti sono stati spediti tempestivamente e si sono rivelati conformi a quanto affermato dal venditore nella presentazione del bene.

In un caso il prodotto consegnato non era conforme alle promesse. Mentre, infatti, era stato offerto un software in versione "full", ho ricevuto un

pacchetto "upgrade" e quindi non utilizzabile a termini di legge. La vicenda è stata segnalata alla filiale italiana di E-bay che si è prontamente attivata nel "congelare" le pagine relative alla transazione per metterle a disposizione dell'autorità giudiziaria.

Yoox (www.yoox.it)

La nostra pluriennale esperienza di acquirenti su Yoox ci ha portato inevitabilmente a sperimentare anche il diritto di recesso. Le condizioni che regolano il diritto di reso sono molto ben esplicitate sul sito e prevedono la compilazione on-line di un apposito modulo di reso; il riutilizzo dell'imballo originale e il rientro della merce entro 30 giorni dall'arrivo. Yoox è uno dei pochi siti che applica la politica di reso gratuito, fornendo nel pacco di consegna la bolla prepagata per il corriere Ups, in modo che le spese di spedizione per il rientro siano a suo carico.

Il consumatore quindi non deve far altro che attenersi scrupolosamente alle istruzioni indicate sul sito e contattare Ups per organizzare la spedizione di ritiro. Una volta ricevuto il reso, Yoox avvisa l'utente per e-mail se è stato accettato o meno. Il rimborso di norma avviene entro i due estratti conto della carta di credito. Nel nostro caso tra il ritiro dell'Ups e la mail di conferma di accettazione del reso sono passate solo 24 ore. ■



Nuove regole per l'e-commerce. Tutela per gli utenti e più oneri per gli Isp

►► Di
Andrea Monti

Il decreto legislativo 9 aprile 2003 n.70 recepisce la direttiva europea n. 31/00 che regola la prestazione dei "servizi della società dell'informazione" o, in termini più espliciti, le attività di e-commerce.

Il provvedimento si occupa specificamente anche di corrispondenza commerciale non sollecitata e di responsabilità dei provider, carrier inclusi, dettando regole che però già dalla prima lettura sono confuse, generiche e, in qualche caso difficilmente condivisibili. Questa situazione si riflette quindi molto negativamente sulle applicazioni pratiche di una normativa che avrebbe potuto rappresentare un volano per lo sviluppo delle attività di e-commerce e che invece rischia di tramutarsi nell'ennesima zavorra.

Ciò premesso, veniamo all'analisi del testo che si apre con le "esclusioni", cioè con i casi in cui la normativa non si applica.

E così scopriamo (**art. 3**) che le specifiche tutele per l'utente non valgono per:

- > diritti d'autore e diritti assimilati, nonché diritti di proprietà industriale;
- > emissione di moneta elettronica all'attività assicurativa regolamentata da specifiche direttive comunitarie facoltà delle parti di scegliere la legge applicabile al loro contratto;
- > obbligazioni contrattuali riguardanti i contratti conclusi dai consumatori;
- > validità dei contratti che istituiscono o trasferiscono diritti relativi a beni immobili nei casi in cui tali contratti devono soddisfare requisiti formali;
- > ammissibilità delle comunicazioni commerciali non sollecitate per posta elettronica

L'art. 5 introduce la possibilità per ciascuno stato membro di chiedere il blocco della prestazione di servizi offerti in un altro stato membro, attraverso una procedura descritta in modo molto generico (in particolare, non sono indicati i tempi e le possibilità di opporsi al provvedimento) che rischia di tramutarsi in uno strumento censorio di inaudita potenza (chiudere un sito è cosa di un attimo, riaprirlo, in-

vece, affare di anni). Questa norma, infatti, sembra pensata per combattere il fenomeno dei mirror in altre nazioni di siti o contenuti censurati o altrimenti oscurati in un paese.

I successivi **articoli 7 e 8**, invece, stabiliscono le informazioni obbligatorie minime che un servizio di e-commerce deve contenere e dunque, fra l'altro:

> il nome, la denominazione o la ragione sociale; il domicilio o la sede legale; gli estremi che permettono di contattare rapidamente il vendor e di comunicare direttamente ed efficacemente con lo stesso, compreso l'indirizzo di posta elettronica; il numero di iscrizione al repertorio delle attività economiche, REA, o al registro delle imprese;

> gli elementi di individuazione nonché gli estremi della competente autorità di vigilanza qualora un'attività sia soggetta a concessione, licenza od autorizzazione; l'indicazione della natura delle comunicazioni inviate ai consumatori (che il messaggio, cioè consiste in una comunicazione commerciale;

> la persona fisica o giuridica per conto della quale è effettuata la comunicazione commerciale; che si tratta di un'offerta promozionale come sconti, premi, o omaggi e le relative condizioni di accesso;

> che si tratta di concorsi o giochi promozionali, se consentiti, e le relative condizioni di partecipazione;

Gli **articoli 12 e 13** definiscono i requisiti giuridici di una procedura di acquisto online diretta ai consumatori, il che comporterà di dover riscrivere, in molti casi, le applicazioni di "carrello" normalmente utilizzate in modo che consentano di conoscere:

> le varie fasi tecniche da seguire per la conclusione del contratto;

> il modo in cui il contratto concluso sarà archiviato e le relative modalità di accesso;

> i mezzi tecnici messi a disposizione del destinatario per individuare e correggere gli errori di inserimento dei dati prima di inoltrare l'ordine al prestatore;

> gli eventuali codici di condotta cui aderisce e come accedervi per via telematica;

> le lingue a disposizione per concludere il contratto oltre all'italiano;

> l'indicazione degli strumenti di composizione delle controversie.

Per quanto riguarda la gestione della fase di ordine del prodotto, il vendor deve, senza ingiustificato ritardo e per via telematica, inviare al cliente la ricevuta dell'ordine contenente un riepilogo delle condizioni generali e particolari applicabili al contratto, le informazioni relative alle caratteristiche essenziali del bene o del servizio e l'indicazione dettagliata del prezzo, dei mezzi di pagamento, del recesso, dei costi di consegna e dei tributi applicabili.

Ai fini dell'esercizio dei vari diritti spettanti ai consumatori, il decreto stabilisce che l'ordine e la ricevuta si considerano pervenuti quando le parti alle quali sono indirizzati hanno la possibilità di accedervi. Oltre a specificare che tutto questo non vale se il contratto è concluso esclusivamente tramite scambi di e-mail.

L'art. 21 del decreto, infine, prevede sanzioni amministrative per il mancato adempimento degli obblighi di trasparenza e informazione e - salvo che il fatto non costituisca reato - le violazioni di cui agli articoli 7, 8, 9, 10 e 12 comportano il pagamento di una sanzione amministrativa pecuniaria da 103 euro a 10.000 euro, raddoppiate nei casi di particolare gravità o di recidiva.

Un discorso a parte meritano gli **articoli 14, 15, 16 e 17** che di fatto prevedono la responsabilità del provider per omesso controllo dei contenuti pubblicati dagli utenti e l'obbligo di segnalazione di fatti illeciti o potenzialmente tali alle autorità. È vero che il testo delle norme sembra dire il contrario, ma leggendo bene e pensando a un'applicazione pratica, le conclusioni non possono essere diverse. Un approfondimento del tema si trova in "Provider e responsabilità nella legge comunitaria" su www.alcei.it/documenti/cs020619_it.htm. ■