

E-commerce: costi, benefici e sovvenzioni statali

La **Camera di Commercio di Milano** (<http://www.mi.camcom.it>) ha recentemente stanziato **2.000.000** di euro come contributi a **fondo perso** per agevolare le PMI che intendano realizzare progetti per l'utilizzo di nuove tecnologie informatiche e di Internet.

Internet permette alle aziende di offrire servizi innovativi e personalizzabili ai propri clienti, abbassare i costi fissi delle strutture commerciali e distributive, ottimizzare le risorse.
In una parola: **crescere**.

I vantaggi dell'e-commerce e prospettive di crescita

Questi sono i principali **vantaggi** per sviluppare un'attività on line:

- **Espandere la penetrazione nei mercati;**
- **Aumentare la visibilità;**
- **Velocizzare le risposte;**
- **Offrire nuovi prodotti e servizi;**
- **Coordinare più efficientemente la logistica;**
- **Ridurre i costi di promozione, di rappresentanza e di distribuzione;**
- **Ridurre i costi di assistenza ai clienti e coinvolgerli nella progettazione di prodotti e servizi.**

L'**e-commerce** è:

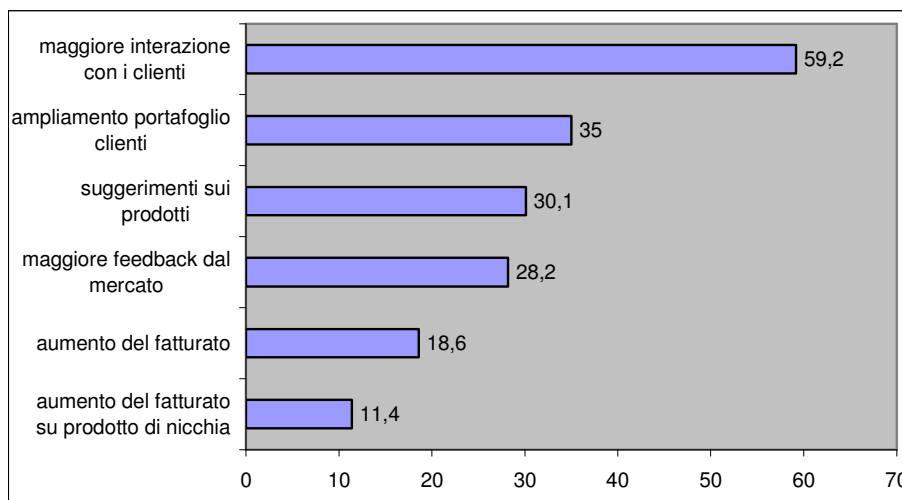
- un canale di promozione e distribuzione dei propri prodotti e servizi complementare ai canali tradizionali, uno strumento per dare visibilità alla propria offerta all'interno della Rete e per sviluppare nuovi business;
- una vetrina accessibile al mondo intero, chiunque navighi in Internet è un potenziale cliente;
- uno strumento per consolidare le relazioni commerciali con i propri clienti rendendo più semplici ed immediate le procedure degli ordini d'acquisto: gli ordini possono partire in qualsiasi momento e si possono visualizzare in un'unica pagina con immediatezza.

8 mila i siti di e-commerce in Italia, daI 7 mila di un anno fa, come rivela uno studio condotto dall'Associazione Politecnico di Milano.

25 milioni gli utenti Internet nel nostro Paese entro la fine dell'anno in corso, contro i 23 milioni del 2003, in crescita del 14% rispetto al 2002.
E' quanto emerge dal secondo rapporto dell'Osservatorio della società dell'informazione.

Un **giro d'affari** complessivo di circa **84 miliardi** di euro nel 2003, pari al 5% del valore totale delle transazioni tra imprese. Internet non si intende solo come canale d'acquisto ma anche come strumento grazie a cui trovare informazioni su prodotti da acquistare. L'ultima conferma arriva da un'osservatorio realizzato da Anee/Assiform: dagli 1,2 miliardi di euro dello scorso anno si raggiungerà i 2,1 miliardi del 2004, con una crescita del 77,5%.

In particolare, i **risultati prodotti** dal sito Web sono evidenziati nel grafico: la funzione principale è rappresentata dall'interazione e dal consolidamento con i clienti, e dall'ampliamento del portafoglio clienti.



Fonte: Osservatorio Banda Larga, settembre 2003

Questi sono i dati più significativi riguardanti lo sviluppo in Italia di tecnologie Internet, sia nel comparto business sia in quello consumer: in particolare le barriere tecnologiche che hanno ostacolato lo sviluppo del commercio elettronico, soprattutto per le piccole medie imprese, sono stati superati dallo sviluppo della banda larga.

La **banda larga** sta portando una vera e propria rivoluzione: essa non è semplicemente più velocità e capacità di trasmissione di informazioni, ma rappresenta una drastica discontinuità tecnologica con il passato. Lo sviluppo di una rete a banda larga è un obiettivo di assoluta rilevanza strategica, una radicale innovazione nel modo di operare economico e sociale.

Il rapporto della Commissione Europea individua una crescita significativa nell'accesso alla banda larga nel nostro paese nel corso del 2003: a gennaio di quest'anno gli italiani che avevano accesso alla rete in modalità broad band erano il 4,8 per cento del totale contro il 2,82 per cento registrato a luglio 2003, un'accelerazione rispetto alla crescita che si registra negli altri paesi europei, seconda soltanto alla crescita francese.

Entro il 2008, come afferma il rapporto realizzato con la collaborazione degli esperti di *PriceWaterhouseCoopers*, saranno **45 milioni** le famiglie con accesso veloce in Europa.

In particolare secondo una recente analisi realizzata dall'Osservatorio Banda Larga-Between lo sviluppo della banda larga in Italia sta assumendo dimensioni interessanti e soddisfacenti. Stando infatti ai dati citati:

- alla **fine del giugno scorso** gli **accessi** in banda larga sono stati oltre **1,7 milioni**, con un incremento del 62% rispetto all'inizio di quest'anno;
- in particolare il numero di connessioni DSL sul totale delle linee telefoniche ha raggiunto l'8%;
- la previsione per la **fine del 2003** parla di **2,5 milioni di accessi** ed una **crescita del 130%** in soli 12 mesi, di cui 1,65 milioni nel segmento consumer (+170%) e 854.000 presso l'utenza business. In tal modo è possibile calcolare una penetrazione della banda larga nelle imprese italiane di circa il 20% (a fine 2002 risultava del 10,3);

- per quanto riguarda la sola **tecnologia Dsl** nei primi tre mesi dell'anno **l'Italia** si è posta al **3° posto in Europa** per crescita della diffusione, al di sopra del dato medio europeo;
- nel periodo in questione, infatti, in Italia la domanda si è sviluppata del 33,3%, contro il 20,4% del dato medio Europeo.

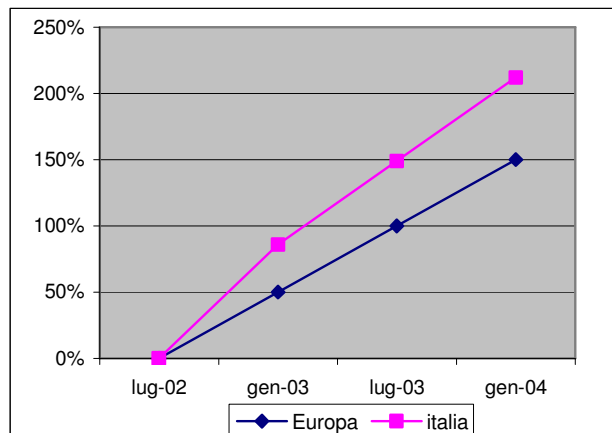
Ecco i dati dell'Osservatorio riguardanti l'Italia:

N. accessi broadband in Italia su rete fissa (ADSL e fibra)				
	Fine 2002	Settembre 2003	Fine 2003	Var.%2003/2002
Consumer	613.560	1.141.700	1.648.100	169%
Business	471.168	768.300	854.900	81%
Totale	1.084.728	1.910.000	2.503.00	131%

Fonte: ANFoV-Databank Consulting, 2004

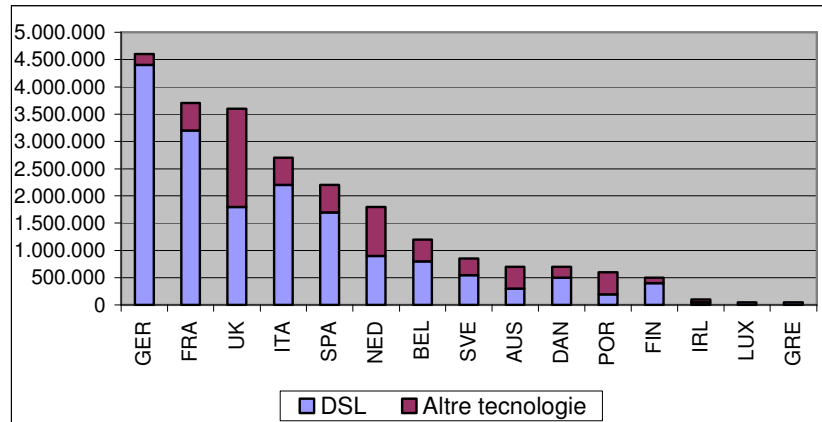
Prendendo atto dei trend in corso, tali risultati risultano sensibilmente incrementati già nel primo semestre 2004, poiché la crescita della domanda si concretizza in almeno 250-300.000 nuovi collegamenti al mese.

Riportiamo la variazione percentuale del numero di **connessioni a larga banda** in Italia ed in Europa in rapporto al numero di connessioni attive a luglio 2002.



Fonte: Osservatorio Banda Larga_Between

In particolare il numero di **connessioni DSL** sul totale delle linee telefoniche ha raggiunto l'8%: il grafico mostra il numero di connessioni a larga banda nei 15 paesi europei suddivisa per tipo di tecnologia adottata (gennaio 2004).



Fonte: Osservatorio Banda Larga_Between

Sicurezza dei pagamenti

Ogni volta che si analizza il fenomeno del commercio elettronico è necessario accennare alla questione della **sicurezza dei pagamenti su Internet**.

Tra i motivi che spesso si invocano quando vengono presentati i dati sulla diffusione del commercio elettronico vi è la scarsa fiducia riposta nella sicurezza delle transazioni. Considerando un tipico rapporto commerciale in cui i pagamenti avvengono online attraverso la comunicazione dei numeri di Carta di Credito i problemi possono verificarsi sia in ambito di autenticazione, sia in ambito di trasferimento di dati, sia in ambito di conservazione dei dati.

Per ovviare a questi rischi si sono sviluppate molte soluzioni basate su diverse tipologie di approcci. Da un lato stanno acquistando sempre più valore gli **enti di certificazione** (o CA: Certificate Authority), dall'altro si diffonde sempre più l'uso di **sistemi di crittografia** in grado di rendere leggibili i dati solamente ai due attori della comunicazione.

A questo fine, **colui che intende istituire un negozio virtuale** si deve rivolgere ad una delle banche che aderiscono al circuito e sottoscrivere il servizio, concordando i termini, le condizioni e le modalità operative per la sua gestione. Qualora il negoziante sia disposto ad accettare in pagamento una carta di credito, questi dovrà associarsi anche con l'ente che consente l'accettazione delle carte di pagamento di un determinato circuito.

L'utente che intende procedere ad un acquisto presso un negozio virtuale, inserisce i suoi dati ed una password in fase di collegamento, invia l'ordine al negoziante e contemporaneamente chiede, in modo del tutto automatizzato, di effettuare il pagamento. L'ente, solo dopo aver avuto le necessarie conferme sulla carta utilizzata quali, ad esempio, validità, corrispondenza dei dati dichiarati quali nome, banca, numero, data di emissione e scadenza oltre, naturalmente, all'ammontare della spesa, fornisce ad entrambi i soggetti l'autorizzazione al pagamento e, subito dopo, con un messaggio di posta elettronica, documenta che la transazione ha avuto esito positivo.

Il negoziante, a questo punto, può procedere ad evadere l'ordine verso il cliente rimanendo in attesa di ricevere dalla banca, dopo qualche giorno, il documento che attesterà l'avvenuto accreditamento sul suo conto corrente.

Uno dei più diffusi ed utilizzati standard per criptare i dati è SSL: tutte le informazioni che transitano dal browser al sito sono criptate e quindi illeggibili nel caso venissero intercettate. SSL è supportato in modo automatico dai principali browser, non richiede l'aggiunta di

programmi specifici ne la richiesta di password. E' anche conosciuto come "server sicuro" e si riconosce nei negozi di commercio elettronico perché quando si arriva a una pagina "sicura" appare un simbolo di lucchetto (Microsoft Internet Explorer) oppure una chiave (Netscape Navigator) nella parte inferiore del browser.

Contributi della Camera di Commercio

Per promuovere lo sviluppo e l'utilizzo delle nuove tecnologie informatiche e di Internet la Camera di Commercio di Milano propone agevolazioni alle piccole medie imprese, loro cooperative e consorzi, con sede e/o unità operativa nella provincia di Milano attive nei settori del commercio, dei servizi, del turismo, della cooperazione, artigianato, agricoltura ed industria.

Il contributo copre le spese sostenute dal **25/06/2004** al **29/10/2004** per:

- L'acquisto di software dedicati alla realizzazione/mantenimento/disponibilità di siti e sistemi web;
- Costi sostenuti per rendere disponibili su Internet i propri siti/servizi web solo per il primo anno;
- Registrazione del dominio Web;
- Iscrizione del sito su motori di ricerca;
- Servizi Internet di commercio elettronico;
- Spese sostenute per la progettazione, la realizzazione, la gestione, l'aggiornamento del sito web e la progettazione di cataloghi on line collegati al sito Web;
- Formazione del personale interno sull'utilizzo di Internet e applicazioni di commercio elettronico, limitatamente ad un solo operatore per azienda.

L'agevolazione è un contributo variabile come indicato nella tabella:

Ditte individuali, società di persone e cooperative	Società di capitali
Le spese sostenute non devono risultare inferiori a € 2.000,00 al netto di Iva;	Le spese sostenute non devono risultare inferiori a € 4.000,00 al netto di Iva;
40% spese ammissibili con contributo massimo di € 8.000,00	40% spese ammissibili con contributo massimo di € 8.000,00

Per maggiori informazioni:

Tecnes Milano S.r.l.
Via G. Schiaparelli, 2 - 20125 - Milano
Tel. +39 02 67101036 - Fax. +39 02 6706896
Web. www.tecnes.com
tecnes@tecnes.com