

IL COMMERCIO ELETTRONICO: SCENARI E POLITICHE

Sommario

Le note che seguono delineano alcune possibili tracce per un'analisi dello sviluppo del Commercio Elettronico, partendo dal confronto tra le politiche degli USA e dell'Unione Europea. Sulla base dei primi risultati di tali analisi vengono prefigurati alcuni scenari relativi all'evoluzione del Commercio Elettronico nel nostro paese, che tengono conto di elementi di contesto più generali e che possono essere utili come ipotesi di interpretazione per orientare alcuni approfondimenti, oggetto di un piano di ricerca e di sperimentazione più articolato promosso dall'Osservatorio Europeo.

A tal fine si propone una prima lettura comparata dei documenti ufficiali di pubblico dominio (in particolare reperibili tramite Internet), relativi alle politiche proposte rispetto al Commercio Elettronico da parte dei governi citati, per esaminare le prospettive e le iniziative definite rispetto ai diversi aspetti, alle linee di tendenza, ai fattori di sviluppo e criticità di tale fenomeno. L'analisi di tali politiche permettere poi di meglio inquadrare le esigenze e le azioni degli altri attori coinvolti in questo fenomeno complesso, tra cui ad esempio le cosiddette "città digitali".

Inoltre, ci si propone anche di far sì che gli scenari risultino più intelligibili e quindi utili, ai fini del collegamento dei diversi temi di approfondimento caratteristici del Commercio Elettronico (CE), come i sistemi di pagamento, i sistemi di sicurezza, il quadro normativo, le strategie di marketing.

La politica degli USA

Il "Framework for Global Electronic Commerce" rilasciato dal governo USA l'1/7/97 era accompagnato da un Memorandum del presidente Clinton indirizzato ai capi dei dipartimenti e delle agenzie governative che si apre con queste parole:

"L'invenzione della macchina a vapore due secoli fa e il successivo sfruttamento dell'energia elettrica per

i mezzi di comunicazione portarono ad una rivoluzione industriale che ha cambiato profondamente il nostro modo di lavorare,...il modo di organizzare la nostra economia.... Oggi siamo alle soglie di un'altra rivoluzione. Invenzioni come...il computer... e Internet stanno cambiando il modo in cui noi lavoriamo, impariamo, comunichiamo l'uno con l'altro." Sembra la conferma di un interessante modello (Shumpeter), secondo cui collegando tecnologie e cicli economici dell'era moderna si potrebbe così periodizzare (mettendo in evidenza tecnologia industriale di punta e relative tecnologie infrastrutturali che ne permettono la diffusione):

tessile	=> ferrovia-vapore
chimica	=> ferrovia-elettricità
meccanica leggera	=> trasporto su gomma-petrolio
informatica	=> telematica-new media.

Tale schema potrebbe anche dare conto dei diversi ritmi della dinamica dello sviluppo del mercato e delle innovazioni collegate: ad una prima fase di crescita accelerata che corrisponde all'introduzione di una nuova tecnologia di punta, segue una fase diffusiva legata alla creazione di grandi infrastrutture, in cui la stessa tecnologia diventa matura.

Il periodo accelerato corrisponde a forte concorrenza, innovazione molto spinta, alto rischio nell'investimento: i vecchi settori entrano in crisi e inizia il processo della loro sostituzione, anche se con forti resistenze.

Il periodo diffusivo viceversa corrisponde alla fissazione di standard con rallentamento dell'innovazione: si affermano processi di monopolizzazione con interventi statali per creare infrastrutture e favorire i propri monopoli (vedi il grande piano lanciato dal governo USA per realizzare una capillare rete di "autostrade digitali dell'informazione").

L'attuale fase sarebbe quindi caratterizzata dalla creazione di grandi infrastrutture telematiche,

necessarie per la diffusione dell'attuale tecnologia di punta, l'informatica, e delle applicazioni ad essa collegate: i nuovi consumi di massa basati sull'informatica sarebbero veicolati dalle autostrade digitali, così come nel recente passato i precedenti consumi di massa basati sulla meccanica leggera sono stati trainati dalle autostrade automobilistiche. Nel Memorandum su citato, Clinton dopo aver affermato che il governo deve facilitare l'affermarsi di un contesto favorevole al Commercio Elettronico, perchè le aziende sono ancora diffidenti per la mancanza di un quadro giuridico definito e preoccupate delle regole che potrebbero inibire le iniziative in questo campo, detta i principi cui devono attenersi agenzie e dipartimenti per favorire lo sviluppo del nuovo mercato all'interno degli USA, tra cui:

- il settore privato deve guidare lo sviluppo del commercio elettronico e il governo deve incoraggiare l'autoregolamentazione del mercato
- il governo deve riconoscere la natura unica di Internet e la sua autoregolamentazione e rivedere tutte le leggi che possono intralciare il commercio elettronico

- quando necessario, l'intervento governativo in campo legislativo deve tendere a sviluppare un ambiente giuridico semplice

- il quadro giuridico a supporto delle transazioni deve essere legato a principi sovranazionali, indipendenti dalla giurisdizione del paese in cui venditore o acquirente risiedono .

Vengono quindi definite le direttive politiche cui dovranno attenersi gli organismi USA nei rapporti con gli altri stati e strutture internazionali; tra queste:

- i prodotti e i servizi su Internet non dovranno essere soggetti a tariffe particolari

- deve essere rafforzato l'accordo raggiunto nel '97 dalla Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO), che dovrebbe portare, entro pochi anni, ad una riduzione drastica delle tariffe telefoniche

- si renda privato e competitivo il sistema dei nomi di dominio su Internet

- si impediscano nuove tasse che discriminino il commercio su Internet

- si supporti lo sviluppo da parte del settore privato di standard tecnologici e ci si opponga a che siano i singoli governi a imporre standard come barriere al commercio elettronico, in particolare per quanto riguarda i sistemi di pagamento

- si promuovano sforzi a livello internazionale affinché si renda sicura Internet a livello di reti, protezione delle informazioni, autenticazione e protezione dei dati

- si estenda la protezione del copyright e si adottino codici di condotta a protezione della privacy, in particolare dei bambini.

In seguito a queste direttive i rappresentanti del governo USA hanno scatenato una offensiva verso tutti i governi e tutti gli organismi a livello mondiale, tale che le principali politiche su ricordate sono diventate "Elementi comuni a livello globale", che, citati con tale formula, si ritrovano in numerosi documenti internazionali (anche dell'Unione Europea), vedi in particolare:

- la dichiarazione congiunta Unione Europea-USA sul Commercio Elettronico (dic. '97)

- la dichiarazione congiunta Giappone-USA sul Commercio Elettronico (mag. '98)

- le prese di posizione sul tema da parte delle ultime conferenze dei paesi più sviluppati

- le proposte di organismi mondiali come il WTO e il WIPO (che si occupano rispettivamente di commercio e proprietà intellettuale).

I risultati di tale iniziativa si riscontrano anche nelle attività di strutture che vedono presenti i rappresentanti delle maggiori multinazionali USA nelle varie aree mondiali, come ad es. l'EIAC (European-American Industrial Council), che nel suo documento di giugno '98 "Accelerare il commercio elettronico in Europa" ripropone i principi clintoniani ed in particolare interviene su questioni ancora aperte a livello del parlamento europeo e dei singoli paesi, con precise prese di posizione, come ad es.:

- in ogni transazione che coinvolge paesi diversi vale la giurisdizione del paese in cui risiede il venditore (oggi sono soprattutto negli USA) e non quelle del paese dell'acquirente

- è necessaria una moratoria delle tasse relative al commercio su Internet e l'introduzione di zone "duty free" per le transazioni elettroniche.

Una politica analoga viene perseguita tramite la diffusione nei principali paesi europei (e non) di "filiali" di Commercenet, l'organizzazione statunitense in cui governo e multinazionali definiscono le politiche specifiche e gli standard relativi al Commercio Elettronico e le iniziative delle Camere di Commercio americane (ambidue questi organismi sono molto attivi in Italia).

La politica dell'Europa

Per quanto riguarda la definizione di una politica dell'Unione Europea sul Commercio Elettronico dobbiamo tenere conto delle difficoltà che incontra ancora qualsiasi atto formale che si propone di armonizzare le legislazioni dei paesi membri.

Rispetto al Commercio Elettronico, a partire dal rapporto Bangemann sulla Società dell'Informazione ('94), ci sono state finora diverse prese di posizione dei vari organi della Unione Europea, aventi lo scopo di sottolineare l'importanza di cimentarsi con gli impegni che lo sviluppo di tale fenomeno comporta in vari campi. In particolare la Commissione Europea già nel corso del IV programma quadro di Ricerca e Sviluppo, aveva proposto alcune linee guida specifiche (Iniziativa europea nel commercio elettronico, aprile '97). Tali indicazioni sono state ulteriormente estese nel V programma quadro, dove una delle tre azioni chiave del programma IST (che raggruppa i precedenti Esprit, ACTS e Telematics) viene definita come "Nuovi metodi di lavoro e di commercio elettronico". Sotto questo titolo vengono previste linee di intervento che vanno a incrociarsi con le tematiche tipiche del CSCW (Computer Supported Cooperative Work) come:

- nuove prospettive di lavoro e business
 - organizzazioni connesse dinamicamente tramite rete
 - sistemi di mediazione rispetto al nuovo mercato
 - aumento delle relazioni tra fornitori e consumatori,
- ma anche altre linee più legate a problemi specifici del CE come:
- identificazione degli attori ed autenticazione dei dati
 - transazioni finanziarie elettroniche sicure
 - trasferimento di oggetti digitali.

In questa sede citiamo in particolare la recente proposta di direttiva (nov.'98) da parte della commissione europea per armonizzare le legislazioni nazionali rispetto allo sviluppo del commercio elettronico nel mercato unico. Tale proposta ha avuto un certo rilievo anche sui giornali nazionali in quanto è stata così illustrata dal commissario incaricato Mario Monti "...l'obiettivo della proposta è di mettere in grado l'U.E. di sfruttare tutti i vantaggi del Commercio Elettronico: a tal fine essa intende rafforzare la confidenza dei consumatori ed offrire agli operatori una sicurezza giuridica esente da

pesantezze amministrative eccessive".

I campi di applicazione della direttiva sono sia i servizi "business to business" che quelli "business to consumer", come ad esempio:

- giornali e data base in rete
- servizi finanziari e professionali
- servizi di intrattenimento
- servizi di pubblicità e di marketing diretto, ecc..

Alcune delle indicazioni della direttiva sono relative a:

- la sede di riferimento dell'operatore (dovrebbe essere quella dove esercita la propria attività economica, indipendentemente dalla localizzazione dei siti Web)
- i contratti in rete (potranno concludersi a tutti gli effetti e dovranno essere riviste quelle leggi che impongono restrizioni in merito)
- la firma elettronica
- la responsabilità degli intermediari
- la comunicazione commerciale
- il riconoscimento mutuo delle legislazioni nazionali.

La politica dell'Italia

L'espressione più chiara degli orientamenti del governo italiano in materia di commercio elettronico la troviamo nel D.L. del 31/3/98, in cui si afferma il ruolo del Ministero dell'Industria e del Commercio (MICA) in particolare nel:

- sostenere una crescita equilibrata del CE
 - tutelare gli interessi dei consumatori
 - migliorare la competitività globale delle imprese, con particolare riferimento a quelle piccole e medie.
- Il MICA per dare attuazione alle politiche delineate e per estendere il confronto con le parti interessate ha deciso (nov.'98) l'istituzione dell'Osservatorio permanente per il Commercio Elettronico:
- "L'Osservatorio ha il compito di trattare ed approfondire organicamente le politiche ed i temi della Società dell'Informazione e del Commercio Elettronico, monitorando lo sviluppo delle diverse iniziative attivate ed individuando le occasioni/opportunità di trasferimento ad altri contesti delle esperienze man mano acquisite.

L'Osservatorio, coadiuvato da una struttura tecnica di supporto, sarà in grado di interfacciarsi con i soggetti operanti nel settore (ad es. Confindustria, Confcommercio, Associazioni di categoria, Associazioni dei consumatori, ecc.) e le altre istituzioni a livello nazionale (ad es. Presidenza del



Consiglio dei Ministri, Ministeri del commercio con l'estero, delle comunicazioni, della funzione pubblica, della ricerca scientifica, delle finanze, Conferenza Stato-Regioni, Conferenza Stato-Città, Autorità per l'Informatizzazione della Pubblica Amministrazione, Autorità garante per la concorrenza ed il mercato, Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo, Garante per la privacy, Sindacato, Unioncamere, Infocamere, ecc.) e a livello internazionale (es. Commissione Europea, OCSE, G8, WTO, ecc.).

L'Osservatorio riferirà al Ministro dell'industria circa il suo lavoro, predisponendo una Relazione Annuale periodica, nella quale saranno formulati suggerimenti e proposte per l'aggiornamento delle politiche e per la definizione delle strategie e delle azioni da attuare" (dal documento costitutivo dell'Osservatorio).

L'insieme delle analisi, delle misure di promozione e degli schemi di intervento previsti dal Ministero dell'Industria e del Commercio sono contenuti nel documento "Linee di politica per il Commercio Elettronico" del 30/7/98.

In tale documento le posizioni cui si ispirano le prime proposte del MICA in materia di tutela della proprietà intellettuale, dei nomi di dominio e del governo di Internet sembrano improntate ad un cauto equilibrio rispetto ai principi USA: si richiamano le indicazioni emerse negli organismi internazionali (WTO e WIPO), ma nello stesso tempo si richiede "...una partecipazione italiana, nel quadro

della rappresentanza europea, alla fase negoziale internazionale...".

Per quanto riguarda l'accesso al mercato in rete italiano, vengono anzi richiamati principi generali già esistenti sulle vendite a distanza, non proprio in linea con quelli USA, come ad es.:

- "è necessaria la previa comunicazione al comune...l'attività può svolgersi solo dopo 30 giorni..."

- "è ammesso l'invio di prodotti al consumatore solo se non vi siano vincoli a suo carico..."

Ma è soprattutto nei diritti del consumatore che la posizione italiana si differenzia da quella USA: viene dato rilievo non solo alla trasparenza delle condizioni di acquisto e diritto di recesso, ma anche a enunciati come ad es.: "...la competenza territoriale in caso di controversie è nel luogo di residenza del consumatore..."

Lo stesso dicasi per quanto riguarda gli aspetti fiscali e doganali: "...l'amministrazione finanziaria dovrà trovare il giusto equilibrio per coniugare le esigenze di regolazione fiscale e doganale del settore e di tutela dell'interesse erariale con quelle degli operatori rivolte alla rimozione degli ostacoli burocratici che si frappongono allo sviluppo del Commercio Elettronico..."

Non è quindi un caso che di recente in alcuni convegni in cui si è affrontata la discussione sul quadro giuridico del CE si siano contrapposte le posizioni definite liberiste degli USA a quelle definite come "burocratiche e protezioniste" del governo italiano.

Ma quali scenari si possono prefigurare a partire dalle politiche proposte dal paese che più è attivo nel Commercio elettronico, gli USA, dove Clinton e Gore in prima persona hanno lanciato non solo la parola d'ordine del settore privato come guida, ma anche la prospettiva delle grandi autostrade digitali dell'informazione, viste come volano, a carico però dello stato dal punto di vista degli investimenti, di una nuova epoca di sviluppo? E dove anche i repubblicani più accesamente liberisti non contrastano questa impostazione di interventismo di stato sulle reti, proponendosi nello stesso tempo, al pari dei democratici, come fieri paladini dello sviluppo senza vincoli della regina delle reti, Internet?

Scenari: la proposta di piano d'azione di IMRG

Una prima risposta può venire dalla definizione degli scenari Europa/USA, che si deduce da un interessante documento di IMRG (Interactive Media

Retail Group), l'importante organizzazione inglese (più di 200 aziende aderenti) che da parecchi anni si occupa di nuovi media e vendita a distanza; il documento si intitola "Il Commercio Elettronico in Europa, un piano di azione per il mercato" (luglio '98).

In questo documento si ripropongono innanzitutto le cifre relative al ruolo del settore IT (Information Technology) nell'economia USA, desunte dal report '98 "Emerging Digital Economy" del Dipartimento del Commercio: il settore IT cresce nel periodo '93 - '98 dal 6.4% all'8.2%, con un tasso doppio rispetto agli altri settori dell'economia, ed Internet è il maggiore contributore di tale crescita. A questi dati IMRG ne aggiunge un altro estremamente significativo: nel '97 gli USA hanno generato l'85% dei redditi globali collegati ad Internet, di cui solo il 62% legato ad utenti interni.

Nel documento si evidenzia inoltre il ritardo dell'Europa, dovuto secondo IMRG non tanto a:

- ridotta base di utenti Internet
- alti costi di Hw, Sw e telecomunicazioni
- problemi di sicurezza
- diversità di monete, lingua e tasse

quanto a:

- mancanza di motivazione dei singoli paesi europei verso il nuovo mercato
- inerzia dei gruppi di manager
- letargo dei governi.

Ma soprattutto IMRG mette in rilievo, che, salvo iniziative specifiche, la supremazia delle aziende USA è destinata a consolidarsi e che quindi larga parte del mercato europeo, che presenta grandi opportunità, sarà conquistato dai competitor statunitensi.

A questo proposito IMRG illustra nel suo documento un piano d'azione organico, tramite il quale invita gli attori europei allo sviluppo di iniziative rapide e precise.

Di passaggio ricordiamo che IMRG nel '97 ha gestito la prima grande azione articolata di Commercio Elettronico, targata USA, rivolta all'insieme del mercato europeo: si tratta di E-Christmas, sponsorizzata da HP, Microsoft e UPS, che ha permesso di presentare le proposte di 140 merchant in 9 paesi diversi (il bilancio di questa iniziativa non è stato positivo per ragioni diverse, parte delle quali sono alla base dell'appello di IMRG all'azione europea prima ricordato).

Quindi il primo scenario che si può prefigurare a partire dall'analisi delle politiche dei paesi guida rispetto al Commercio Elettronico e dalle puntualizzazioni di IMRG è il seguente:

gli USA, a partire dal predominio che già hanno nel campo dell'informatica (Hw, Sw di base e Sw di rete), tendono a conquistare i nuovi mercati del commercio elettronico attraverso il controllo delle infrastrutture telematiche che permettono di veicolare le applicazioni concrete legate a questa tecnologia di punta; in parole povere gli USA, paese in cui la bilancia commerciale è cronicamente in disavanzo, tramite il dominio su Internet e sul Commercio Elettronico, si propongono di diventare i maggiori fornitori di beni e servizi (non solo immateriali) agli stessi paesi verso cui sono debitori per quanto riguarda il commercio tradizionale, ribaltando quindi alcune delle posizioni che caratterizzano gli scambi commerciali sul piano mondiale.

Questo forse può far comprendere il perché gli USA propongano con forza in tutte le sedi internazionali la completa liberalizzazione degli accessi al nuovo mercato, il settore privato come guida, l'allineamento delle politiche dei vari governi sul "non interventismo" del governo USA, un quadro giuridico favorevole ai fornitori (che sono in maggioranza statunitensi...), ecc..

Scenari: le prospettive in Italia

Per quanto riguarda gli scenari italiani, di seguito vengono riprese innanzitutto alcune considerazioni già proposte in altre sedi (in particolare nella relazione di apertura alla conferenza '97 dell'Osservatorio).

La gestione di nuovi servizi tramite Internet, anche solo di tipo informativo, richiedendo l'adozione di una logica cooperativa che abbia come modello la rete, si scontra inevitabilmente con le rigidità operative delle strutture organizzative che sono orientate alle gerarchie piuttosto che agli obiettivi o che comunque non sono orientate all'uso della rete. Questo sembra essere uno degli ostacoli allo sviluppo in Italia dell'insieme di applicazioni collegate al "Commercio Elettronico" (nella sua concezione estesa). Ma oltre alle questioni legate all'integrazione dei processi (all'interno e tra organizzazioni diverse), altre difficoltà specifiche sorgono dalla relativa diffusione di utenze Internet e dal ruolo particolare che possono giocare attori come la stessa



n u o v e
iniziative in
rete.

Secondo l'indagine RUR tale tendenza sarebbe stata in aumento nel '98 con i primi effetti della legge Bassanini (art. 15 L. 59/97), che rende validi a tutti gli effetti gli atti stipulati per via elettronica e con la erogazione di reali servizi on line, in buona parte grazie all'utilizzo delle transazioni sicure.

In effetti il recente rapporto '98 di Assinform-RUR conferma che nel '98 si assiste al raddoppio delle città digitali e quindi all'aumento dei diversi soggetti coinvolti nell'uso della rete, anche se con un andamento che conferma gli squilibri più generali esistenti nel nostro paese.

Pubblica Amministrazione.

Dalla indagine '97 sulle città digitali realizzata dalla RUR (Rete Urbana delle Rappresentanze) in collaborazione con Censis e Assinform risulta che l'Italia - agli ultimi posti tra i Paesi industrializzati in quanto ad utilizzo delle nuove tecnologie - è la nazione europea dove nell'ultimo anno c'è stata la maggiore crescita di siti (e di pagine) Internet, anche se restiamo sempre indietro rispetto agli altri paesi europei per il numero di utenti.

La possibilità di colmare questo distacco veniva legata da RUR a due scenari alternativi:

- * la trasformazione di Internet in medium di massa, grazie alla convergenza tra computer e TV;
- * l'erogazione di servizi on-line ai singoli non direttamente, ma tramite soggetti di rappresentanza (enti locali, camere di commercio, associazioni di categoria, ecc.).

In prima istanza, secondo RUR, sembra che assuma particolare rilievo la seconda ipotesi: le iniziative dei Comuni e delle Camere di commercio di attivazione di servizi telematici pubblici destinati al cittadino e alle imprese stanno creando i maggiori poli di aggregazione di iniziative in rete all'interno delle comunità locali.

Nelle città infatti dove la Pubblica Amministrazione incentiva l'accesso ad Internet, è aumentato non solo il numero di abbonati, ma proliferano anche

Secondo RUR si assiste ad una polarizzazione delle esperienze in quattro gruppi: i pionieri, cioè le città (soprattutto nel Centro Nord) che hanno iniziato per prime e continuano a sperimentare nuove soluzioni e servizi civici; i coloni, cioè le città venute dopo che però usufruiscono dei risultati delle esperienze pilota; i turisti, cioè le città che mantengono una presenza su Internet ancora limitata ai siti vetrina; i sedentari, e cioè le città che non si sono ancora affacciate su Internet (soprattutto nel Sud).

Ma limite trasversale di questa evoluzione sarebbe il numero esiguo degli utenti, in particolare dei servizi evoluti proposti dalle città pioniere; essi sono una elite ancora più ristretta di quella costituita dall'utenza Internet (almeno rispetto agli altri paesi europei), destinata quindi a raggiungere presto il proprio limite massimo di crescita.

A questo punto, sempre secondo RUR, si delineano due strade:

- la prima è quella del "tecnologismo d'elite", cioè dell'uso dei servizi civici da parte dei soli tecnofili, una parte quindi del gruppo già ristretto di chi possiede un PC ed un modem (in Italia comunque pochi rispetto agli altri paesi europei);

- l'altra strada è quella "massmediatica", cioè della confluenza dei servizi civici nell'universo dei contenuti basati sui nuovi media digitali, destinati al grande pubblico di massa; questo dovrebbe avvenire non

tanto attraverso la Web TV, quanto tramite il commercio elettronico, nelle sue varie forme.

La RUR si chiede quindi se le varie P.A. (Pubbliche Amministrazioni) sapranno adeguarsi al nuovo contesto di intervento, che richiede anche di vendere e rendere competitivi i propri servizi; in ogni caso ritiene necessario che si intensifichino da subito le relazioni tra P.A ed imprese, a partire ad es. da esperienze pilota come quelle dei distretti economici virtuali.

Un fatto certo per RUR è che la crescita verticale dell'utenza telematica tramite l'attuale Internet non è più immaginabile.

“La prospettiva della telematica civica non è pertanto legata ad un allargamento progressivo dell'utenza Internet, ma, piuttosto, ad una espansione in senso orizzontale. Nel senso che cresceranno, come già è avvenuto nel corso di quest'anno, i soggetti che a livello locale fanno rete con le nuove tecnologie: realizzando progetti comuni, condividendo risorse, scambiando informazioni, facendo alleanza. L'ipotesi, già avanzata nel Rapporto '97, di uno sviluppo tramite i soggetti intermedi di rappresentanza, trova oggi riscontro proprio nelle pratiche delle realtà locali del gruppo dei pionieri, le quali hanno scelto come propri interlocutori per le sperimentazioni avanzate soggetti intermedi, come le associazioni di categoria e gli ordini professionali.

Il settore produttivo sarà quindi con tutta probabilità il nuovo fronte con il quale la telematica civica si dovrà misurare, portando l'innovazione, con percorso veramente inedito, dal settore pubblico e dal non profit verso le imprese private. È auspicabile che ciò venga supportato e affiancato da politiche nazionali di supporto all'innovazione tecnologica, per il momento limitate ad iniziative isolate in tema di commercio elettronico.” (dal rapporto RUR-Assinform '98).

Si può quindi prefigurare un secondo scenario nel nostro paese, a partire non solo dalle analisi di RUR, ma anche dal rilievo che hanno alcune riforme nella P.A., tra cui quella legata alla firma elettronica: lo scenario legato alla crescita sinergica della telematica civi-

ca in rapporto con il Commercio Elettronico, legato al ruolo dei cosiddetti soggetti intermedi di rappresentanza, tra cui le stesse Amministrazioni locali., le associazioni di categoria, le Camere di Commercio, ecc..

Da parte sua, l'Osservatorio Europeo sui Media Interattivi nel Marketing sta sviluppando da tre anni una specifica attività di monitoraggio per seguire l'evoluzione in Italia del fenomeno complesso del Commercio Elettronico. A tal fine ha inaugurato alcune aree di osservazione, relative ai principali attori del possibile sviluppo del Commercio Elettronico nel nostro paese (tra cui proprio i Comuni), utilizzando una propria metodologia di riferimento, rispetto a cui svolge interventi continui di ricerca e documentazione riportati nelle conferenze annuali.

A tale attività di monitoraggio nel '99 si affiancherà un piano di ricerca basato sul modello del “prisma dei saperi”, cioè sulla risultante di apporti disciplinari diversi all'analisi del Commercio Elettronico: una rete di referenti professionali esperti rispetto ai temi specifici caratteristici del CE supporterà le ricerche disciplinari avviate in collaborazione con le Università e gli enti interessati, con specifici report sullo stato dell'arte (esperienze e soluzioni) tipici del proprio settore.

