

Commercio elettronico: una breve guida alle risorse in Rete

MARIA CONCETTA DE VIVO¹

SOMMARIO: 1. Premessa - 2 Siti che fanno transazioni on-line: Libri e dischi on-line - 3. (continua) I supermercati in Rete - 4. (continua) Il decollo dell'e-commerce - 5. (continua) Le aste on-line - 6. (continua) Il turismo on-line - 7. (continua) La moneta elettronica - 8. (continua) Le Banche in Internet - 9. (continua) Finanza in Rete - 10. Siti informativi sull'e-commerce - 11. Appendice: 24 diapositive.

1. PREMESSA

La mia relazione è il risultato di una navigazione mirata fra le risorse presenti in Rete che trattano del commercio elettronico. L'esposizione non ha alcuna pretesa d'essere completa o esaustiva, innanzitutto per la continua dinamicità dell'ambiente Internet e poi perché, per motivi di "spazio" espositivo e di tempo, ho dovuto effettuare delle scelte e dei tagli necessari.

I siti visitati durante la navigazione in Rete sono di due tipi: siti che fanno commercio elettronico e siti che danno informazioni sul commercio elettronico.

2. SITI CHE FANNO TRANSAZIONI ON-LINE: LIBRI E DISCHI ON-LINE

Fino a poco tempo fa, gli imprenditori pensavano (a torto) che la Rete "non servisse a fare una lira", poi la tendenza è improvvisamente cambiata e non poteva essere altrimenti visto che una realtà come la Rete, frequentata da milioni di utenti, non può non far gola a chi cerca nuove vie per il commercio, sfruttandole per un nuovo tipo di comunicazione: quella commerciale. Molti imprenditori proiettati in Rete sono andati "oltre" questa presa di coscienza ed hanno colto l'innovazione che l'utilizzo di Internet può portare nell'attività commerciale non limitando il ruolo del *Web* a quello di semplice vetrina virtuale, dove esporre la propria merce. Occorre, infatti, precisare che Internet non è un canale

¹ devivo@camserv.unicam.it

distributivo bensì un "facilitatore" di accessi, e, nel caso di commercio *on-line*, un accesso privilegiato ai prodotti disponibili in Rete.

Una recente statistica, letta sul Resto del Carlino dell'8 ottobre, ha evidenziato alcune cifre: 700.000 circa sono gli italiani che acquistano *on-line*; 500 miliardi è il giro d'affari che gravita in Rete; 10.000 sono le aziende italiane che hanno un sito su Internet; 900 soltanto sono quelle che fanno commercio *on-line*. Nel 2003 si prevede che i siti attivi arriveranno a 5.000.

Per quanto riguarda i settori trainanti, il più attivo è quello della vendita di libri e dischi.

Internet, solo limitatamente a questo settore, offre più di 5000 siti, la maggior parte dei quali attua una vendita *on-line*. Ciò significa che attraverso Internet si possono avere a disposizione, da casa propria e senza alcuna fatica, centinaia di "negozi" alternativi specializzati nella vendita di libri. Molti di questi "negozi" hanno una scelta più vasta di qualunque negozio "fisico": spesso si tratta di cataloghi gestiti elettronicamente, e solo al momento dell'ordine viene individuata la libreria o il distributore che possiede una copia "fisica" del libro richiesto, in modo da poterlo spedire al cliente. Questa procedura riesce ad abbassare drasticamente i costi con la conseguenza che le librerie *on-line* possono offrire forti sconti rispetto alle librerie "fisiche".

La navigazione inizia dalla mitica Amazon book (<http://www.amazon.com>) con oltre due milioni di titoli in vendita. Nata nel '95 ha avuto sin dall'inizio la geniale idea di presentarsi all'utente non come un semplice catalogo di prodotti bensì come un *database* che offre la possibilità di utilizzare gli strumenti di comunicazione "anche" per svolgere una vera e propria attività di *marketing*. E quell'"anche" è stata la sua carta vincente.

In Italia altri siti interessanti sono: Rinascita (<http://www.rinascita.it/>), che permette di consultare i cataloghi dei libri disponibili ed effettuare direttamente gli ordini; Alice.it, il sito "ufficiale" del libro italiano (<http://www.internetbookshop.it/>); Laterza (<http://www.laterza.it/laterza/libri/libri.asp>) sito che ha attuato, oltre alla vendita, anche la politica della distribuzione gratuita *on-line* di alcuni volumi, fra i quali un manuale Internet.

3. (CONTINUA) I SUPERMERCATI IN RETE

Ovviamente libri e dischi sono solo una parte dei beni e dei servizi reperibili in Rete. Con la stessa facilità si possono acquistare biglietti d'aereo e macchine usate, *computer* e vini, case e monete antiche, cosmetici e piante ornamentali e quant'altro si vuole. Fra questi supermercati, sorta di centri commerciali virtuali, aperti 24 ore su 24, si segnalano: in Italia i siti di Cybermercato (<http://www.cybermercato.it/>); Casarossi (<http://www.casarossi.it/>); per quanto riguarda il resto del mondo: Internet shopping network (<http://www.isn.com>), con più di 1000 fornitori e un movimento di 35.000 prodotti.

4. (CONTINUA) IL DECOLLO DELL'E-COMMERCE

Attraverso una statistica inglese di alcuni anni fa, quando c'era ancora molta diffidenza sul commercio elettronico e questo veniva praticato solo da pochi pionieri (prevalentemente piccoli artigiani), si cercò di individuare le cause che impedivano all'e-commerce di decollare. Fra queste, due fattori risultarono rilevanti: la carenza dell'elemento "fiducia" fra contraenti, cioè fra negoziante e consumatore, dovuto alla mancanza del rapporto fisico, ossia alla "virtualità" ed all'anonimato dello strumento utilizzato; la "asetticità" dell'ambiente che veniva ricreato in Internet.

In effetto, le numerose forme ed i diversi gradi di anonimato che la Rete in pratica permette, finiscono col creare un pericoloso elemento di disturbo nel delicato rapporto fra venditore e consumatore, così come l'invio di formulari invadenti la *privacy* dell'utente. In questo ultimo periodo si è assistito, quindi, ad un'inversione di tendenza, dovuta alla consapevolezza che certe richieste eccessivamente particolareggiate (del tipo: età, sesso, razza, titolo di studio, *hobby* ecc.) sono controproducenti e finiscono con l'irritare il potenziale acquirente. Così si è assistito, da una parte, ad una forte limitazione del fenomeno chiamato *spamming* e, dall'altra, alla creazione di "spazi" in grado di personalizzare e rendere più accogliente il negozio virtuale ricreato in ambiente Internet. Sono stati introdotti, così, *forum* di discussione o *community* con funzioni di salotti virtuali dove i consumatori, volendo, possono incontrarsi e scambiare opinioni sui prodotti acquistati o da acquistare e non solo su questi.

Esiste, inoltre, un progetto finanziato dalla Commissione europea con la partecipazione di Università, Enti di ricerca e Banche, che sta studian-

do lo sviluppo di un *help desk* umano chiamato Avatar, sorta di "commesso digitale", ossia di figura umana tridimensionale in grado di riconoscere ed interagire con i potenziali clienti ed "aiutarli" nelle operazioni di acquisto attraverso sofisticati sistemi di riconoscimento vocale.

Il progetto, che sembra collegato più al mondo della fantascienza che a quello del commercio elettronico, si inserisce in un più ampio ed articolato studio sullo sviluppo dell'*e-commerce* chiamato Trade e consultabile all'indirizzo: <http://trade.cosi.it>

L'umanizzazione della Rete ha ovviamente intenti affatto missionari, al punto da far pensare che queste "innovazioni" rappresentano, in realtà, una forma alternativa di raccolta di dati per fini statistici sugli utenti frequentatori di determinati siti. In proposito in Rete sta affermandosi una nuova strategia cosiddetta di "marketing negativo", per cui il prodotto viene inviato automaticamente all'utente che è già cliente del sito, a meno che questi non manifesti la volontà di non riceverlo. Questa forma di vendita *on-line* se da una parte risulta particolarmente vantaggiosa per l'azienda, dall'altra è pericolosa per l'utente in quanto rappresenta una raccolta di interessanti informazioni per creare profili personali sui frequentatori di determinati siti. La BMG (<http://www.Bmgmusicservice.com/>) è un sito specializzato in prodotti musicali ed ha reso attivo questo tipo di servizio. Un altro caso simile è quello della Sony station (<http://www.station.sony.com>), un *Web* con un movimento di 100 mila utenti in contemporanea, con oltre 1 milione di utenti registrati ed oltre 10 milioni di messaggi pubblicitari mirati inviati ogni settimana. Fra le tante opportunità offerte ai propri utenti c'è quella di prelevare un SonyPass che li informa, tra le altre cose, dei movimenti degli altri utenti che sono presenti in Rete, lo stesso programmino, tuttavia, permette all'azienda di elaborare i dati così raccolti ed utilizzarli per creare annunci pubblicitari mirati da spedire successivamente attraverso la Rete.

In questo contesto appare evidente, quindi, come sia superata, nell'odierno mercato virtuale, la "strategia" iniziale del "guarda-scegli e compra", sostituendola con sofisticati meccanismi che rielaborano, personalizzandola, la realtà dei "mercatini" popolati da bancarelle o dei mercati di aste, in cui vige il principio del "chi offre di più" e del "chi vende a meno".

5. LE ASTE ON-LINE

In materia di aste in Rete ci sono vari siti interessanti. Per districarsi fra questi si possono utilizzare dei motori di ricerca *ad hoc* quali ad esempio: *Auction watchers* (<http://www.auctionwatchers.com>) in cui si può selezionare la categoria della merce che interessa. Attraverso la ricerca si estrapola, così, una vasta panoramica dei siti d'asta che trattano il materiale richiesto. A questo punto ci si iscrive al sito scelto, si ottiene una *Userid* ed una *password* (in cambio di dati personali necessari per l'eventuale acquisto) e con queste si partecipa attivamente all'asta *on-line*. L'acquirente viene messo al corrente via *e-mail* delle offerte superiori alla propria, così che possa gareggiare sino a quando lo riterrà opportuno. Leggermente diversa è la posizione del venditore del prodotto, il quale deve registrarsi presso il sito fornendo, oltre ai propri dati personali, anche i numeri delle carte di credito necessari per garantire il pagamento delle percentuali spettanti alla cassa. Inoltre, per mettere in vendita l'oggetto, deve fornirne una descrizione dettagliata su modulo, insieme al prezzo base, alle modalità di pagamento scelte ed alla durata dell'asta. Si attende, quindi, l'apertura della vendita e si ricevono via *e-mail* dal sito, che cura l'asta, le proposte fatte dai vari compratori.

L'espansione del commercio elettronico soprattutto in questo campo può sollevare questioni di ordine legale non solo per quanto riguarda la sicurezza della trasmissione dei dati o la tutela della *privacy*, bensì anche in merito a controlli e restrizioni su determinate categorie di beni oggetto di commercio elettronico, quali ad esempio farmaci o armi. Molti sono, infatti, i prodotti trattati nelle aste, alcuni sorprendenti (anche isole ed isolotti a modiche cifre), altri insoliti (aerei), altri ancora preoccupanti (come ad esempio armi da guerra, pistole e mitragliatrici).

Tra i vari siti di aste pubbliche *on-line* si citano: il Qxl (<http://italia.qxl.com/cgi-bin/qxl.storefront/it>), che è italiano e dove è possibile seguire in tempo reale le puntate in corso e ribattere con una propria offerta. Il suo equivalente statunitense EBAY (<http://www.ebay.com>), il primo e più grande sito di aste in Rete.

Nell'interessante panoramica, che il mercato in Internet offre, appare indubbio che chiunque abbia interesse ed un pizzico di inventiva può entrare in Rete e fare *business*. Da non perdere, quindi, il sito: Shopsummit (<http://www.shopsummit.com>), la cui caratteristica è che il suo ideatore, nonché gestore e novello imprenditore del futuro, è un tredi-

cenne con uno *sponsor* d'eccezione, un premio Nobel (Penzias - guru delle nuove tecnologie) ed un giro d'affari che coinvolge una ventina d'aziende americane che vendono i loro prodotti attraverso il sito.

• 6. (CONTINUA) IL TURISMO ON-LINE

Altro prodotto presente in Rete è il turismo *on-line*. Molti sono i siti di veri e propri "agenti di viaggio" virtuali. Tra di loro: Expedia (<http://www.expedia.com>), attivo negli Stati Uniti; fra i tanti siti italiani si citano i primi che compaiono catalogati fra le Agenzie di viaggio APT e *tour operator* nell'elenco dei due motori di ricerca GoItaly e Virgilio: Clupviaggi (<http://www.clupviaggi.it>), che prevede prenotazioni *on-line* ed un programma chiamato *e-club* in grado di effettuare la conferma ed i pagamenti a mezzo carta di credito, in modalità sicura; 123... e via (<http://www.123.it>), dove si prenota unicamente con le carte di credito, il sito ha una convenzione con la Banca Sella e offre la possibilità di scegliere i viaggi, la loro prenotazione *on-line*, mette a disposizione un *memorandum* dei documenti di viaggio e del controllo degli orari delle partenze, oltre ad una gamma di offerte vantaggiose.

7. (CONTINUA) LA MONETA ELETTRONICA

Nel commercio elettronico continua a sussistere il grosso problema delle modalità dei pagamenti in Rete, e così è stata fatta una navigazione mirata verso siti che trattano della cosiddetta moneta elettronica.

Quale può essere la moneta di scambio valida in questo mondo virtuale? Per quanto riguarda le carte di credito ed il loro utilizzo pare che il problema sia tecnicamente risolto in maniera abbastanza soddisfacente, attraverso l'adozione di protocolli di comunicazione sicuri e di *server* capaci di garantire, nei casi necessari, l'adozione di questi protocolli.

Si presenta, allora, un problema pratico: se, cioè, la carta di credito sia utile in quei casi di cosiddetti micro-acquisti, dove risulta eccessivo e controproducente il suo utilizzo. A questo punto si inserisce il discorso della moneta elettronica. Inventata da un olandese, David Chaum, e gestita all'inizio da un consorzio denominato *digicash*, è stata adottata da vari siti commerciali.

Per un percorso storico si rinvia al sito *History of money* (<http://www.ex.ac.uk>). Invece nel sito di *Omega generation* (<http://www.omega.it/digicash/ecash.html>) viene presentata la moneta elettronica e viene spiegato, per i non addetti ai lavori, il suo funzionamento. Poiché è necessario, per il suo concreto utilizzo, che vi sia un preventivo deposito tramite conto corrente in una *virtual bank*, nel sito della Mercantil bank è possibile effettuare un servizio di conversione di valuta reale in elettronica.

A livello europeo è interessante il sito della Banca virtuale europea (<http://www.bve.com>), che tra le altre cose contiene un elenco della banche italiane in Internet e numerose altre informazioni ed indirizzi per muoversi nel mondo dell'e-commerce.

In Italia un corrispondente della Mercantil Bank è il sito Cilme, acronimo del Consorzio Interbancario Lombardo per la Moneta Elettronica (http://www.cilme.it/minipay/ind_pay.htm), che prevede una sezione speciale denominata Minipay - sorta di borsellino elettronico - pensato per la sostituzione del contante nelle spese di piccolo importo.

Un sito italiano molto documentato sulla banca virtuale è quello della Tsi (<http://www.tsi.it/>). Fra gli altri siti che permettono di "scaricare" direttamente dalla Rete questo borsellino elettronico, ovvero un programma capace di gestire le proprie cybermonete, c'è E-cash technologies Inc. (<http://www.ecashtecnologies.com>). Inoltre, in Italia, il sito di Telepay (<http://telepay.ssb.net>) curato da una società per servizi bancari fa sì che l'utente possa prelevare dal sito un programma che permette di criptare i dati durante la transazione e rendere così il pagamento sicuro al massimo.

8. (CONTINUA) LE BANCHE IN INTERNET

Altro aspetto strettamente collegato al mercato globale in Rete è quello del legame fra merce, denaro, banche e finanza.

Le banche in Rete trovano la loro giustificazione naturale nella gestione e nel traffico di valuta e nella possibilità di utilizzare via Internet alcuni servizi bancari, come l'"Internet banking" che fa uso della Rete per lo svolgimento di vere e proprie transazioni bancarie.

Per avere un'idea del tipo di servizi offerti in Internet ci si può collegare con i siti di alcune delle banche italiane che sono *on-line*. Un elenco delle Banche italiane in Rete è fornito da Topnet (<http://www.topnet.it/>)

banche.htm) e da Voyager (<http://www.voyager.it/sitivari.htm#banche>). Per ovvi motivi di spazio e di tempo si segnalano solo alcune delle banche *on-line*: la Banca delle Marche (http://www.bancamarche.it/ita/dx_home.htm); la Cariplo (<http://www.cariplo.it>), che con la sua QuiCariplo Home Banking offre l'acquisto e la vendita di azioni a condizioni

Particolari; il Banco Ambrosiano Veneto (<http://www.ambro.it>); la Banca Popolare di Milano (<http://www.bpm.it/prodotti/aziende.html>); il Banco di Sicilia (<http://www.bancodisicilia.it/hmbk/welcom.htm>) con una *demo on-line* del servizio di *home banking*; la Banca Sella (<http://www.sella.it>), sito storico in quanto è stato tra i primi a lanciare i servizi di *e-commerce*. Comprende anch'esso una *demo* sull'Internet Banking; Banca Popolare di Novara (<http://www.bpn.it>), considerato, dagli esperti, uno fra i migliori *Web* presenti in Rete. Permette di fare acquisti *on-line* attraverso un proprio negozio virtuale <http://www.bpn.it/vetrina/acquisti/acquisti.htm>, e di chiedere mutui *on-line*. Contiene, inoltre, una sezione in cui vengono proposti numerosi *links* ed altri negozi virtuali tra cui il già citato cybemercato, i Grandi Magazzini, Italstore, De Agostini, Compuline, Italiashopping, Venicemall.com.

9. (CONTINUA) FINANZA IN RETE

In campo finanziario si citano due siti per tutti: Charlesschawb (<http://www.schawb.com>), sito di una società di investimenti. Contiene dimostrazioni pratiche di come funziona una transazione in Rete attraverso una chiara, semplice ed efficace *demo*; Fineco (<http://online.fineco.it>), sito italiano di negoziazione telematica dei titoli, adatto anche ai neofiti della Rete.

10. SITI INFORMATIVI SULL'E-COMMERCE

I siti che danno informazioni sul commercio elettronico si dividono a loro volta in siti che contengono materiale informativo generico, prevalentemente di tipo giornalistico anche se di alto livello specialistico, e siti a contenuto giuridico. Nella prima "categoria" si elencano come esempi: Il sole 24 ore (<http://www.sole24ore.it/24oreinformatica/>), sito rilevante per la mole di informazioni contenute anche se è prevalentemente rivolto alle aziende; Enterprise (<http://enterprise.tn.it/bu>

siness/ebusiness/pagina_1.html), un vero e proprio portale predisposto, anch'esso, prevalentemente per aziende e professionisti, realizzato con l'intento mirato di fornire le strategie per una presenza vincente in Rete: contiene sondaggi, *forum* ed ogni altra attività collegata all'ottimizzazione del *business* in Rete. Interessante è la sezione denominata "Contenuti" che offre informazioni ed analizza i tipi di clientela da contattare. Ed il *forum* sul mondo del diritto <http://forum.tin.it/cgi-bin/WNthread?tin.it.diritto>. Soldion-line (<http://www.soldionline.it>), è un sito per la Finanza, accessibile anche agli investitori internettiani alle prime armi, ideato come supporto per il piccolo imprenditore. Interessante la *newsletter*. Village commerce (<http://www.village-commerce.com>) della Telecom Italia per chi vuole aprire il proprio negozio *on-line*. Contiene una serie di informazioni sui servizi e una guida al commercio elettronico.

Fanno parte della seconda categoria i siti: Commercio elettronico ed Unione Europea (<http://www.ispo.cec.be/ecommerce/Welcome.html>); Osservatorio del commercio elettronico (<http://www.minindustria.it/Osservatorio/index.html>) che presenta i propri obiettivi, le linee strategiche del Governo e la politica industriale attuata per il commercio elettronico. Il ricco sito del Ministero delle finanze (<http://www.finanze.it>) che tra le varie sezioni ne contiene una che riguarda le problematiche di una regolamentazione del *Web* (<http://www.finanze.it/regolweb.htm>) ed un'interessante parte sulle "tesi *on-line*", con l'elenco delle tesi disponibili sul commercio elettronico. Lex mercatoria (<http://lexmercatoria.net/>) con informazioni e *links* riguardo alla legislazione che regola il commercio internazionale ed una sezione *ad hoc* sull'*e-commerce*. Ipno (<http://www.netword.com/ipno/>), nasce come un *repository* di informazioni organizzate in ipertesto. Tra gli argomenti trattati: Documento informatico, firma digitale e commercio elettronico. Il sito è ricco di informazioni ha un'impostazione tecnico-specialistica e dedica particolare attenzione alle normative ed alle regole sull'*e-commerce*. Per una più corretta presentazione del sito si rinvia alla lettura di quella che è la sua storia cliccando sull'omonimo *link* presente in *home page*. Sempre in ambito giuridico: Jure page (<http://www.geocities.com/Athens/Crete/2958/>) l'ideatrice del sito ha sviluppato la sua passione per l'argomento (nel sito pubblica stralci della propria tesi di laurea sul trasferimento elettronico dei fondi) ideando una pagina *Web ad hoc* comprensiva di rassegna stampa, dottrina e normativa sull'argomento. Commercenet Italy, (<http://www.commercenet.it/normativa.html>) il sito tratta gli aspetti

normativi del fenomeno dell'*e-commerce* e ne fornisce un'aggiornata panoramica. Dal *Web* si può scaricare direttamente un *Memorandum* sul commercio elettronico. Il sito sulla *Privacy* (<http://www.privacy.it/>) non ha bisogno di presentazioni e prevede nella sezione dei *links* la voce "il mondo e il commercio elettronico" (<http://www.privacy.it/linkcomm.html>) ricca di indirizzi verso siti specializzati nell'argomento e la voce "il mondo e la sicurezza elettronica" (<http://www.privacy.it/linksic.html>).

Una categoria a sé è rappresentata dai Motori di ricerca che, a mio avviso, stanno subendo delle preoccupanti trasformazioni, perché da strumenti di ricerca di informazioni stanno diventando vere e proprie guide mirate per l'acquisto in Rete e vere e proprie vetrine virtuali. Si segnalano il recente Katalogo.it (<http://www.katalogo.it>), che nella voce Shopping riserva una propria sezione alla Guida agli acquisti in linea; l'inossidabile Yahoo http://it.dir.yahoo.com/Affari_e_economia/Commercio_elettronico/ che propone Yahoo *Shopping* una guida dei servizi in linea e che ha attivato un canale diretto a siti che fanno commercio elettronico; Goitaly (<http://www.goitaly.it/testo.htm>), che si autodefinisce un portale italiano di *e-commerce*. In questo ambito non è da sottovalutare il fatto che i Motori di Ricerca sono degli strategici strumenti di raccolta di informazioni sugli utenti e permettono, quindi, di ottenere dei veri e propri profili *demografici* della clientela presente in Rete, profili che sono molto ricercati da chi fa *marketing*.

Dai Motori di Ricerca, che diventano Guide sul Commercio Elettronico si passa a vere e proprie Guide sull'*e-commerce*, ideate e costruite esclusivamente per questo. Ne sono esempi i siti di: Zivago (<http://www.zivago.it>); Indis (<http://www.indis.unioncamere.it/>), costruito in collaborazione con Mondimpresa e Commercenet, che si presenta come una guida per le Piccole e Medie Imprese Italiane. Internet Business Guide (<http://www.ibguide.com/>).

Navigando in Rete ci si è accorti di come molte aziende fanno *business* su "come" fare del commercio elettronico, danno, cioè, indicazioni, suggerimenti, lezioni, offrono *stage*, reperiscono dati, e propongono strategie per costruire negozi virtuali, studiano le tattiche migliori per "catturare" clientela, si offrono di cercare fornitori, gestendo ordini ed offrendo sistemi di sicurezza per le transazioni *on-line*. Fra questi: il sito di Bella Italia

(<http://www.bella-italia.com/ita/negozio.shtml>), con i suoi servizi per le aziende italiane

La carrellata termina con la visita a *Web* che svolgono attività di ricerca sul Commercio elettronico, cioè che pubblicano in Rete i risultati dei loro studi sulla materia. Questo viene fatto sia da siti universitari, prevalentemente americani, tra i quali il più volte citato: *Center for research in electronic commerce* (<http://cism.bus.utexas.edu/>), sia da siti governativi, quali gli statunitensi www.ecommerce.gov e www.digitaleconomy.gov, che sono in grado di offrire *on-line* un'eccezionale mole di documentazione sull'economia digitale.

Anche in Italia molti sono i siti universitari che si stanno facendo carico di questa impresa, o che sono sensibili alle varie applicazioni che il commercio elettronico può offrire anche in ambiente universitario. Tra i tanti Atenei se ne citano solo alcuni come esempio anche per tutti gli altri: Università di Pisa (<http://www.di.unipi.it/%7Eattardi/Talk/SicurezzaReti/tsld002.htm>); Osservatorio internet dell'Università Bicconi di Milano (<http://www.uni-bocconi.it>); Università degli studi G. D'Annunzio (<http://giuriweb.unich.it/>); il Politecnico di Milano (<http://www.polimi.it/>); Cratos - Centro di Ricerca Applicazioni della Telematica (<http://cratos.pc.unicatt.it/didattica/corsi/>); il Cineca; L'Università di Pavia che ha al suo attivo la promozione di vari Master sulla tecnologia e i media reperibili all'indirizzo (<http://media.iuss.unipv.it/>) e si è fatta promotrice di un interessante esperimento che riguarda gli studenti universitari: una carta di servizi dotata di *microchips* che offre agli universitari che ne sono in possesso la possibilità di usufruire di un Borsellino elettronico ricaricabile Minipay, attraverso il quale è possibile effettuare piccoli pagamenti presso mense universitarie o esercizi convenzionati (http://www.tsp.it/notizie_com20luglio99.htm).

Per tutti gli altri, innumerevoli, siti visitati e non menzionati in questa breve esposizione, si rinvia alla consultazione della voce "Commercio elettronico" ne "La Rubricetta", sezione del sito *Web* della Scuola di specializzazione in diritto civile dell'Università degli Studi di Camerino (<http://www.unicam.it/ssdici/agenda.html>).

11. APPENDICE

*Diapositiva 1***BREVE GUIDA ALLE RISORSE
IN RETE***Diapositiva 2*

- **SITI CHE FANNO** commercio elettronico
- **SITI CHE DANNO INFORMAZIONI** sul commercio **elettronico**

Diapositiva 3

700.000 gli italiani che acquistano on line

2.500 miliardi il giro d'affari della Rete

800 in Italia

10.000 le imprese italiane che sono in Rete

900 soltanto quelle che fanno commercio on line

Diapositiva 4

SITI CHE FANNO TRANSAZIONE ON LINE

SETTORE VENDITA LIBRI E DISCHI

AMAZON - <http://www.amazon.com>

RINASCITA - <http://www.rinascita.it>

ALICE.IT - <http://www.internetbookshop.it>

LATERZA - <http://www.laterza.it>

Diapositiva 5

... I SUPERMERCATI DEI PRODOTTI

CYBERMERCATO

- <http://www.cybermercato.it>

CASAROSSO

- <http://www.casarossi.it>

INTERNET SHOPPING NETWORK

- <http://www.isn.com>

Diapositiva 6

AVATAR: IL COMMESSE DIGITALE

TRADE

- <http://trade.cosi.it>



Diapositiva 7

4 IL MARKETING NEGATIVO

BMG

- <http://www.bmgmusicservice.com>

SONY STATION

- <http://www.station.sony.com>



Diapositiva 8

↘ ASTE E MOTORI DI RICERCA

[Http://www.auctionwatchers.com](http://www.auctionwatchers.com)

Diapositiva 9

LE ASTE IN RETE

QXL

- <http://italia.qxl.com>

EBAY

- <http://www.ebay.com>*Diapositiva 10*IL COMMERCIO ELETTRONICO
NON HA ETA'

SHOPSUMMIT

<http://www.shopsupmit.com>

Diapositiva 11

: IL TURISMO ON LINE

EXPEDIA

- <http://www.expedia.com>

CLUPVIAGGI

- <http://www.clupviaggi.it>

123 ... e via

- <http://www.123.it>

Diapositiva 12

: LA MONETA ELETTRONICA

HISTORY OF MONEY - <http://www.ex.ac.uk/~Rdavies/arian/11yfr.html>

OMEGA GENERATION - <http://www.omega.it/digicash/ecash.html>

MERCANTIL BANK - <http://www.marktwain.com>

BANCA VIRTUALE EUROPEA - <http://www.bvc.com>

CILME - <http://www.cilme.it>

TSI - <http://www.tsi.it>

E-CASH TECHNOLOGY - <http://www.ecashtecnologies.com>

TELEPAY - <http://telepay.ssb.net>

Diapositiva 13**LE BANCHE IN RETE**

Un elenco è presente in

TONET - <http://www.topnet.it/banche.htm>

ed in

VOYAGER - <http://www.voyager.it/situvari.htm#banche>

Diapositiva 14**LE BANCHE IN RETE**

BANCA DELLE MARCHE - <http://www.bancamarche.it>

CARIPLO - <http://www.cariplo.it>

BANCO AMBROSIANO VENETO - <http://www.ambro.it>

BANCA POPOLARE DI MILANO -
<http://www.bpm.it/prodotti/aziende.html>

BANCO DI SICILIA <http://www.bancodisicilia.it/lmbk/welcome.htm>

BANCA SELLA - <http://www.sella.it>

BANCA POPOLARE DI NOVARA -
<http://www.bpn.it/acquisti/acquisti.htm>

Diapositiva 15

✦ IN CAMPO FINANZIARIO

CHARLESSCHAWB - <http://www.schawb.com>

FINECO - <http://online.fineco.it>

Diapositiva 16

✦ SITI INFORMATIVI

1) tipo giornalistico ed altamente specializzati

2) di tipo tecnico-giuridico

Diapositiva 17

DEL I TIPO

IL SOLE 24 ORE

- <http://www.sole24ore.it/24oreinformtica/>

ENTERPRISE

- http://enterprise.tin.it/business/ebusiness/pagina_1.html

SOLDIONLINE

- <http://www.soldionline.it>

VILLAGE COMMERCE

- <http://www.villagecommerce.com>*Diapositiva 18*

DEL II TIPO

COMMERCIO ELETTRONICO ED UNIONE EUROPEA

- <http://www.ispo.cec.be/ecommerce/Welcome.html>

OSSERVATORIO DEL COMMERCIO ELETTRONICO

- <http://www.minindustria.it/Osservatorio/index.htm>MINISTERO DELLE FINANZE - - <http://www.finanze.it>LEX MERCATORIA - <http://lexmercatoria.net>IPNO - <http://www.netword.com/ipno/>

JURE PAGE

- <http://www.geocities/Athens/C1etc/2958>

Diapositiva 19

◆ DEL II TIPO

COMMERCE.NET ITALY

- <http://www.commercenet.it/normativa.html>

WWW.PRIVACY.IT - <http://www.privacy.it/>

• sezione Link "Mondo e commercio elettronico"
... / linkcomm.html

• sezione "Mondo e sicurezza elettronica"
... / linksic.html

Diapositiva 20

◆ MOTORI DI RICERCA

KATALOGO.IT - <http://www.katalogo.it>

YAHOO - it.dir.yahoo.com/Affari_e_economia/Commercio_elettronico/

GOITALY - <http://www.goitaly.it>

Diapositiva 21**\ SITI-GUIDE**

INDIS - <http://www.indis.unioncamere.it/>

ZIVAGO - <http://www.zivago.it>

INTERNET BUSINESS GUIDE - <http://www.ibguide.com>

❖ SITI DI SERVIZI

BELLA ITALIA - <http://www.bellaitalia.com/ita/negoziio.shtml>

Diapositiva 22**❖ SITI UNIVERSITARI E DI ENTI DI RICERCA**

CENTER OF RESERCH IN ELECTRONIC COMMERCE

- [http //cism.bus.utexas.edu](http://cism.bus.utexas.edu)

WWW ECOMMERCE GOV

e

WWW.DIGITALECONOMY.COM

Diapositiva 23

☛ SITI UNIVERSITARI E DI ENTI DI RICERCA

UNIVERSITA' DI PISA - <http://www.di.unipi.it>

OSSERVATORIO INTERNET BOCCONI MI
- <http://www.uni-bocconi.it>

UNIVERSITA' DEGLI STUDI D'ANNUNZIO
- <http://giunweb.unich.it>

POLITECNICO DI MILANO - <http://www.polimi.it>

CRATOS - <http://cratos.pe.unicatt.it/didattica/corsi/>

UNIVERSITA' DI PAVIA - <http://media.russ.unipv.it>

Diapositiva 24

☛ SEGNALAZIONE ALTRI SITI

UNIVERSITA' DEGLI STUDI
DI CAMERINO

SCUOLA DI SPECIALIZZAZIONE
IN DIRITTO CIVILE

LA RUBRICETTA
<http://www.unicam.it/ssdici/agenda.html>