

Web & Business, un matrimonio vantaggioso

Pubblicato: Sabato 28 Maggio 2005

✖ Investire sul web non solo si può, ma è **una scelta vantaggiosa**, a patto di avere le idee chiare. Se ne è discusso oggi nella splendida cornice del centro congressi di Ville Ponti, nell'ambito della prima giornata del secondo convegno nazionale **Anso (Associazione Nazionale Stampa Online)**.

Durante il saluto introduttivo, il presidente della Provincia **Marco Reguzzoni** ha teso la mano al mondo dell'editoria online, rappresentato al convegno: «Il connubio web-business può essere **un nuovo volano di sviluppo**, ci assumiamo l'impegno di essere vostri *partner* per il futuro». Il segretario generale **Mauro Temperelli** ha portato il saluto della **Camera di Commercio** di Varese, citando il centro congressi di Ville Ponti come «il nostro fiore all'occhiello» e ricordando che presto la CCIAA fornirà alle imprese associate il servizio di **legal mail**, una rivoluzionaria applicazione che certificherà efficacemente la posta elettronica aziendale.

✖ Il presidente dell'Anso **Luca Lorenzetti** (nella foto, con **Marco Giovannelli**) introducendo i relatori, ha voluto ricordare le caratteristiche dell'associazione, nata tra il 2003 e il 2004 per raggruppare quelle testate di informazione **a carattere locale** e che non hanno corrispettivi su carta stampata.

«Pensavo ad un incontro di questo tipo» ha rivelato Giovannelli «da quando ho letto "**Lavapiubianco.com**", l'ottimo libro di **Lorenzo Montagna** (oggi ospite e relatore al convegno, ndr) che nel 2002, in piena crisi, quando tutti davano il Web per morto come una moda passeggera, riconfermava l'**irreversibilità** della rivoluzione informatica. Una lettura illuminante». Giovannelli ha quindi ripercorso le tappe della storia del "suo" quotidiano online: «Varesenews è nato nel '97, prima della folle "bolla speculativa" delle *dot.com* del '98-'99. Grazie ad una **struttura societaria** forte, che coinvolge **associazioni di categoria, sindacati, aziende, professionisti**, siamo sopravvissuti, e bene, alla crisi che ha falciato le iniziative online anche nella nostra zona, e oggi contiamo **20.000 lettori al giorno**. Con il tempo siamo passati dall'essere un giornale **contro** all'essere un giornale **per**: siamo sempre stati da una parte, ma mai in modo fazioso». Secondo Giovannelli il Varesotto è una terra ricca di spiriti imprenditoriali e talenti, ma che **manca di spirito di squadra**; un territorio, cioè, dove singole lodevoli iniziative restano **isolate** e non si riesce a mettersi insieme per costruire realtà durature. «Quanto a noi, abbiamo dimostrato che **comunicazione e pubblicità sul Web funzionano** e che possiamo davvero fornire un buon servizio alle **aziende**, ma anche agli **enti pubblici**. Alcuni siti da noi sviluppati hanno ricevuto anche dei premi per la loro bellezza e funzionalità». Per il direttore di Varesenews, orgoglioso di ospitare questo convegno e grato a chi lo ha reso possibile (Camera di Commercio e Provincia su tutti), «**questo evento non è come uno spot che passa e va, ma è destinato a restare**, come ciò che si pubblica sulla rete: è questo il nostro punto di forza».

✖ Molto interessante l'intervento di **Davide Gai**, presidente di Ticino Informatica e di Gai&Partner Lugano, che ha presentato la situazione del business via Web in **Svizzera**. Le differenze con l'Italia sono molte: macroscopica quella che riguarda la **diffusione della carta**

stampata, che vede nel solo Canton Ticino **100.000 copie** di quotidiani vendute giornalmente per soli **300.000 abitanti**. «In Svizzera la carta stampata domina a tal punto da **impedire** il sorgere di una forte editoria sul Web» ha sintetizzato Gai «Il motivo è il **quasi totale monopolio televisivo pubblico**, per cui la pubblicità si concentra sui **giornali cartacei**; al contrario è interessante vedere, in Italia, tanti quotidiani online sganciati da contatti con la carta stampata». L'Italia è nel complesso **avanti** rispetto agli svizzeri nell'*e-government*, ossia l'applicazione di Internet alla pratica burocratica, ma i rossocrociati stanno per sfoderare l'asso nella manica: un sistema che consentirà di **seguire in tempo reale l'iter di ogni singola pratica** che transiterà per gli uffici pubblici. Tra le provocazioni lanciate da Gai, significativa quella secondo cui certi prodotti, in realtà, **si vendono "online" da sempre**, in quanto la natura dell'essere "online" è in ultima analisi **comunicazione**. «In rete bisogna sapere che non contano tanto le idee quanto il *business*, le cui leggi restano le medesime. Per convincere la gente a comprare online bisogna dimostrarsi **veloci, pratici, economici, e con tempi di consegna rapidi**». Per il futuro Gai prevede uno scenario di graduale passaggio al **pagamento** di certi servizi e contenuti online, su tutti il **valore aggiunto intellettuale** (giornalismo d'opinione, ad esempio, ma anche contenuti d'intrattenimento come musica e filmati), mentre altri come le news resterebbero gratuiti. «**Pagheremo molte cose che oggi sono o passano per gratuite**» afferma Gai; ma c'è da scommettere che questa tendenza si scontrerà con resistenze feroci. Circa l'*e-commerce*, Gai si dice convinto che l'orientamento dei siti deve essere **non al prodotto, ma alle persone**, ai clienti, alla relazione: «**Le aziende stesse sono diventate media**».

✖ **Lorenzo Ungaro** di **Sola Optical**, azienda di Castiglione Olona rappresentante del Gotha dell'industria ottica, ha presentato un riuscito esempio di **applicazione** di Internet al commercio. «Con la collaborazione di **Elmec** abbiamo sviluppato un software che ci consente di far compilare all'ottico una richiesta via Web precisa e dettagliata – ormai il **10%** degli ordinativi, pari a **1.100 ogni giorno**, ci giunge via Internet. Con un *tracer*, si può addirittura richiedere la precisa **sagomatura** voluta delle lenti, a seconda della montatura prescelta dal cliente».

Lorenzo Montagna (nella foto sotto), direttore commerciale di **Yahoo! Italia** e direttore responsabile di **Lavapiubianco.com**, ha raccontato quali cifre muova ormai il settore del business in Rete. «Yahoo! da sola muove **3,5 miliardi di dollari l'anno**, ✖ più della gran parte dei *network tv* americani». Il sito-newsletter Lavapiubianco.com è un progetto di Montagna che nasce dall'omonimo **libro**, in cui si analizzava l'atteggiamento di **30 aziende** e dei rispettivi manager nei confronti del *business* online. «Alcuni hanno capito e sfruttato le potenzialità di Internet, ma per molti imprenditori lo scopo di avere un sito Internet era il poter dire: ho il sito. **No**. Lo scopo è un altro: attirare clienti, fidelizzarli, mantenere con essi una relazione e una comunicazione puntuali». Vi sono ovviamente molte resistenze a questo modo di pensare, osì come ad ogni innovazione: «basti pensare a come la gente ancora oggi non solo compra di rado online in Italia, complice la frammentazione della rete dei negozi, ma anche al fatto che ben pochi usano Telepass o Viacard in autostrada, **sobbarcandosi piuttosto le code ai caselli**». «Creando con i clienti un rapporto di fiducia tale da poterli "tracciare" all'interno del proprio sito si può sempre sapere chi ha letto cosa e quando» ha proseguito Montagna, «proponendogli **contenuti ad hoc personalizzati**. Internet rende possibile questo: **la carta stampata, di certo, no**». La **relazione con gli utenti** del sito è fondamentale: è inutile creare un sito bellissimo, con animazioni in Flash e presentazioni seducenti dei prodotti dell'azienda, se poi non si prevede un attento **contatto** con i clienti e i visitatori del sito per il *feedback* sui prodotti, e magari sondaggi per carpire "in tempo reale" le **tendenze** e i **gusti** del pubblico.

✖ Infine il presidente di AssoDigitale **Michele Ficara Manganelli** ha messo in luce l'enorme **impatto socio-culturale** di Internet, un vero **fenomeno di massa** cui guarda con estrema attenzione il governo italiano, forse il più impegnato fra quelli europei nell'analisi di questa nuova realtà che si va

consolidando. «La prossima rivoluzione che ci attende sarà l'**Internet-tv**. Non sarà la tv ad andare sul computer, ma il contrario: con un *set top box* e appositi contratti, grandi gestori come Telecom o Wind permetteranno di accedere ai propri **portali**, sui quali si potrà usufruire di ogni sorta di **contenuti audio e video personalizzati**, con totale **interattività**, altro che il digitale terrestre. Ci sarà un canale a banda larga anche per l'*upload*, così gli utenti potranno condividere online i propri file, per esempio realizzando in proprio **filmati, news e simili**, e molto altro ancora».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it