

Luci e ombre del telecommercio

scritto da Giorgio Nebbia | 1 Dicembre 2002



Fino a quando le comunità umane sono state piccole e vicine, gli scambi di merci erano abbastanza semplici. C'erano pochi mercanti avventurosi che caricavano i loro carri e cavalli con merci da portare in terre lontane e da scambiare con i beni che erano richiesti nel paese di origine. Poi, naturalmente, i paesi e le città si sono fatti più grandi e il mercante si è insediato nella sua bottega stabile, rifornita di tanto in tanto da altri venditori viaggianti.

Erano le premesse della catena merceologica che vige ancora oggi: il produttore vende a un distributore, il distributore vende ai negozianti, i negozianti vendono al consumatore finale. Ciascun passaggio comporta rischi e fatiche che devono essere adeguatamente compensati.

Quando gli insediamenti umani hanno occupato vasti territori – l'America dei pionieri – e villaggi e fattorie e singole case si sono diffusi lontano dalle città, ai venditori si è presentato il problema di raggiungere i consumatori più lontani e isolati. Per comprendere la svolta a cui stiamo assistendo nelle vendite, oggi rese possibili per "via elettronica", bisogna fare un salto indietro nel 1872 quando un giovanotto di ventotto anni, che viveva facendo il rappresentante di commercio, aprì a Chicago la prima ditta di vendite per corrispondenza. Questo brillante imprenditore si chiamava Montgomery Ward (1844-1913) e il suo nome è diventato quello di una catena di negozi, sparsi in tutti gli Stati Uniti, che, per oltre un secolo, hanno praticato le vendite per corrispondenza.

La ditta spediva per posta un catalogo contenente un elenco di merci col relativo prezzo; l'acquirente indicava per posta quello che desiderava e lo riceveva, sempre per posta, in breve tempo, con treni che ormai solcavano tutto il grande continente. L'operazione funzionava sulla base della fiducia e aveva quindi anche una funzione pedagogica: abituava alla correttezza e al rispetto reciproco. L'acquirente si fidava che avrebbe ricevuto la merce offerta; il venditore si fidava che il compratore l'avrebbe pagata, per contanti, il prezzo pattuito.

Il primo catalogo delle merci offerte da Montgomery Ward nel 1872 consisteva in un solo foglietto e molte merci avevano il prezzo di un dollaro; il catalogo del 1875 comprendeva 3900 merci, alcune illustrate con disegni; nel 1904 la società spedì ai clienti 3 milioni di cataloghi, ciascuno del peso di due chili.

Montgomery Ward garantiva la qualità e il prezzo delle sue merci e questo attirò il favore degli americani e Ward si vantava di essere "l'amico degli agricoltori e delle massaie". Si trattava di una grande impresa commerciale, naturalmente, però con un occhio attento ai bisogni del pubblico e

soprattutto delle classi meno fortunate della società del grande paese. I primi e i più grandi magazzini Montgomery Ward erano a Chicago, di fronte al lago Michigan, e lo spazio antistante attrasse subito appetiti di costruzioni speculative. Intuendo che tali costruzioni avrebbero intralciato il movimento di clienti e fornitori, e avrebbero anche tolto la vista del lago, Montgomery Ward condusse una propria guerra personale contro gli appetiti speculativi e comprò i terreni davanti al magazzino, creando un giardino pubblico, il Grant Park, un esempio di un'America in cui affari e spirito civico, diciamo un po' "ecologico", potevano ancora convivere. Tanto che quando la famiglia Ward si estinse senza eredi, l'ultimo della famiglia donò l'ingente patrimonio alla Northwestern University della città in cui Ward (che aveva abbandonato la scuola a 14 anni) aveva cominciato e condotto i suoi affari.

Nel 1886, quando il catalogo Montgomery Ward aveva già 280 pagine e conteneva 10 mila illustrazioni, un altro giovanotto, Richard Sears, che si guadagnava da vivere vendendo orologi in una stazione ferroviaria del Minnesota, decise di mettersi nell'affare delle vendite per corrispondenza. Sears aprì la sua ditta e spedì il suo primo catalogo nel 1887, e anche lui rivolse l'attenzione al grande mercato potenziale rappresentato dalle fattorie e dai villaggi agricoli e impostò la pubblicità garantendo la propria personale serietà e solvibilità, assicurando al consumatore la possibilità di vedere un'illustrazione della merce prima di comprarla e puntò su prezzi estremamente bassi.

Il primo socio di Sears fu Alvah Curtis Roebuck che si ritirò nel 1895; gli subentrò Julius Rosenwald e la "Sears, Roebuck and Company" ebbe tanto successo da superare, nel 1900, come volume di vendite, con dieci milioni di dollari, il fatturato della Montgomery Ward.

La grande impresa delle vendite per corrispondenza in America richiese iniziative, protezioni tariffarie per la

distribuzione dei cataloghi e delle merci; nel 1896 fu emanata una legge sul Rural Free Delivery, che consentiva alle comunità rurali di ricevere gratuitamente cataloghi e pubblicazioni che potevano contribuire ad innalzare la loro cultura e il loro livello di vita. La società americana dei bibliofili nel 1946 inserì il catalogo della Montgomery Ward fra i 100 libri più importanti per la crescita dell'America, al fianco del Dizionario Webster, una specie di "Nuovissimo Melzi". La commissione affermò che il catalogo delle vendite per corrispondenza ha avuto la più grande influenza nell'elevare il livello della classe media americana, portando e rendendo accessibili beni e prodotti attraverso paesi e praterie, e ha fatto crescere la cultura del pagamento in contanti contro l'abitudine degli acquisti a credito che facilitavano lo sfruttamento dei clienti e l'usura.

La rapida espansione iniziale delle vendite per corrispondenza cominciò a rallentare nei primi decenni di questo secolo, probabilmente a causa della diffusione dell'automobile che consentiva più facilmente, anche agli agricoltori e agli abitanti dei piccoli paesi, di raggiungere i grandi magazzini delle città maggiori.

L'Italia dopo la Liberazione aveva alcuni caratteri territoriali simili a quelli dell'America della fine del secolo, e alcune società hanno creato anche in Italia delle organizzazioni di vendita per corrispondenza, con alterni successi e vicende.

La diffusione delle televisioni private, negli ultimi venti anni, ha creato la nuova forma di "televendite" di innumerevoli oggetti: apparecchi domestici, tappeti, quadri, argenteria, eccetera, operazioni talvolta accompagnate da controversie.

Infine una grande nuova svolta sta avvenendo adesso. La diffusione dei computer e delle reti di posta elettronica e dei collegamenti con Internet, sia pure inferiore, in Italia,

rispetto a molti paesi europei, sta offrendo a molte persone la possibilità di acquistare merci con ordini "telematici". La mia personale esperienza è rappresentata dall'acquisto di libri stranieri; ci sono naturalmente molte ditte italiane che effettuano tali acquisti, soprattutto dei libri stranieri in commercio, e di esse mi sono servito per anni. I problemi si fanno più complicati quando si tratta di libri non più in commercio.

Da anni nel "motore di ricerca" che uso e che è principalmente "Google" – quello strumento che è possibile "interrogare" per avere informazioni su qualsiasi argomento – si accede facilmente al grande catalogo della ditta Amazon, pare di alcuni milioni di libri per lo più angloamericani.

Se "interrogo" Google per avere informazioni su, per esempio, Marie Curie, il motore mi fornisce le informazioni che ha disponibili. Ma se vado a guardare il catalogo telematico, mi vengono elencati numerosi libri di, o su, Marie Curie, disponibili per l'acquisto. Di ciascuno è indicata edizione, prezzo e disponibilità; se il libro è esaurito o è stato pubblicato molti anni fa, il catalogo telematico si dichiara disponibile ad andarlo a cercare per me. I pochi tentativi che ho fatto finora hanno avuto successo; con una semplice procedura e fornendo il numero della mia carta di credito ho ottenuto i libri cercati, nel corso di poche settimane, il tempo del viaggio se mi accontento della posta ordinaria. Una volta che il libro tardava, ho avvertito il venditore, per posta elettronica, e questo mi ha subito risposto che, se il libro era andato perduto, sarebbe stato difficile trovarne un'altra copia; intanto mi ha immediatamente restituito il denaro pagato; quando poi il libro, qualche settimana dopo, è arrivato, il venditore mi ha addebitato di nuovo il prezzo, con un piccolo sconto e con le scuse per il disagio che avevo avuto.

Alcuni mettono in guardia sui pericoli a cui si potrebbe andare incontro mettendo "in rete" il numero della propria

carta di credito; è possibile che ce ne siano, ma a me sembrano inferiori al fastidio che avrei facendo un assegno bancario al tele-libraio o con qualche altro mezzo di pagamento.

Come Montgomery Ward ha pensato di aiutare le persone sparse nel territorio americano risparmiandogli le perdite di tempo per andare in città, così il tele-commercio per ora mi ha permesso di avere i libri cercati senza muovermi di casa.

Invece dei libri potrei comprare conserva di pomodoro o patate o una automobile? Probabilmente sì, a condizione che si trovi qualche sistema che garantisca rapporti corretti relativi alla qualità delle merci, al prezzo e alla consegna. Non è che i rapporti personali fra compratore e venditore siano esenti da controversie: sono reduce da una fastidiosa trattativa per l'acquisto di una automobile, la merce più banale che ci sia: dapprima mi è stato offerto un modello, poi non 'era più, poi mi hanno offerto un colore diverso da quello che volevo. Se tutto si fosse svolto mettendo delle crocette in un questionario e se il venditore avesse accettato la mia richiesta mettendo altrettante crocette, avrei probabilmente avuto quello che volevo senza tante commedie.

Tuttavia mi rendo conto che uno strumento nuovo, come il commercio telematico, può prestare il fianco, almeno nella prima fase, a imbrogli e frodi.. Tanto è vero che le autorità europee hanno sentito il bisogno di emanare, il 20 maggio 1997, la direttiva 97/7/EC del Parlamento e del Consiglio dell'Unione europea, al fine di omogeneizzare le pratiche e la soluzione di controversie relative ai contratti a distanza fra consumatori e venditori.

La direttiva parte dalla constatazione che, per loro natura, le informazioni che utilizzano tecniche elettroniche possono essere "volatili", se non sono registrate su supporto magnetico. In queste transazioni l'acquirente non è in grado di sapere chi è il venditore, dove si trova fisicamente, se è

affidabile o no; non è in grado di vedere il prodotto o di accertare la natura del servizio prima della conclusione del contratto e deve quindi avere il diritto di annullare tale contratto se non è soddisfatto.

Il consumatore deve essere messo in condizioni di restituire la merce non corrispondente al contratto affrontando le sole spese di spedizione e deve essere in grado di restituire la merce difettosa senza alcuna spesa. Deve essere poi difeso il diritto dei consumatori alla privacy, a non far conoscere quello che acquista, e deve essere regolata la sicurezza dei pagamenti mediante carte di credito.

La direttiva non stabilisce come queste norme devono essere applicate e, come tutte le direttive comunitarie, "ordina" agli stati membri di emanare apposite norme coerenti con i principi della direttiva e omogenee con quelle degli altri stati.

Ogni innovazione ha risvolti positivi e negativi: pensando a Montgomery Ward, "amico degli agricoltori e delle massaie", credo che, se opportunamente regolato e ispirato a qualche motivazione etica oltre che mercantile, anche il commercio a distanza per via telematica può avere effetti liberatori. Penso all'acquisto di libri o di apparecchiature da parte di studenti e studiosi che si trovano in piccole città; penso alla possibilità di acquisto di merci da parte di disabili o anziani (qualcuno ci sarà pure ad aiutarli a fare gli ordini telematici !), penso alle attività che potrebbero essere facilitate in luoghi lontani dal centro delle grandi città, sempre più sottoposte a congestione del traffico e a costi, monetari e umani e di salute, associati al pendolarismo.

Il telecommercio potrebbe diventare uno strumento di decentramento territoriale, di recupero di piccole città e paesi e del relativo patrimonio abitativo. Probabilmente il corretto recepimento in Italia della direttiva europea potrebbe utilmente essere ispirato non solo alla difesa di

diritti di carattere mercantile, ma alla riprogettazione di un paese urbanisticamente più equilibrato e meno congestionato, e anche meno inquinato. Infine il commercio telematico potrebbe rilanciare i servizi pubblici postali; le merci ordinate per via elettronica sono pure dei beni fisici, materiali, che devono raggiungere rapidamente e con sicurezza l'acquirente e lo strumento migliore è ancora il servizio postale che potrebbe così trovare una nuova giovinezza.