

Rapporto
produzione
commercio/3



Carta magnetica addio. Arriva il memorcard

Un archivio portatile in un centimetro quadrato - Le esperienze avviate dalla società Monetica alla quale partecipa Enidata

ROMA — La fantasia è in ribasso. Il confine, infatti, tra la realtà e l'immaginabile si fa sempre più vicino. Quello che solo pochi anni fa ci sembrava dovesse essere relegato nel libro dei sogni diventa prepotentemente realtà squassando abitudini, modi di vivere, la stessa cultura. Se fino a ieri (ed un pezzo ancora di oggi) il riconoscimento personale era demandato alla carta di identità, il conto in banca (per chi ce l'ha) al libretto degli assegni, e, chissà, il gruppo sanguigno ad un volatile pezzetto di carta a cui si affidava anche la tua sorte in caso di necessità; ebbene, tutto questo (ed altro) domani potrà essere memorizzato in uno spazio non più esteso di un centimetro quadrato.

Tradotto in un linguaggio più comprensibile diciamo che stiamo parlando delle enormi possibilità insite in quella nuova branca tecnologica che va sotto il nome di «monetica». E cioè la capacità di immagazzinare in uno spazio ristrettissimo all'interno di una banalissima «carta», tutte le notizie utili ad un uomo moderno. Se è vero che il termine monetica nasce dall'obiettivo di giungere in tempi reali, in maniera sicura, senza trasferimenti di danaro, a transazioni commerciali per via elettronica è anche vero che all'interno di questa «primordiale» necessità si è inserito il bisogno di raggruppare in un unico sistema di informazioni personali, insomma indirizzare, telefono, mini cartella sanitaria, luogo di lavoro e qualifica (e chi più ne ha più ne metta), scompartirano dall'ingombrante portafoglio per appiattare, invece, in un colorato tesserino magnetico o laser o con micro-

processore. Ma al di là delle innegabili potenzialità dello strumento chi è che nel nostro paese si sta preparando per questo avvenimento e chi ne è l'artefice? In Italia oltre al cartello bancario che fa capo all'Abi e alla società In-terbancaria per l'automazione (Sia), padri del discorso progetto Enidata, è al lavoro la società Monetica nata per volontà di tre soci: Enidata, società di informatica del gruppo Eni; Sligos, leader in Francia nel settore della moneta elettronica; Bancadati, del Gruppo credito Valtellinese.

«La società — ci assicura Michele Ferrara, direttore commerciale di Monetica — si propone come un centro di progettazione, realizzazione, gestione di sistemi al cui nocciolo ci siano archivi portatili o carte. Ma chi potrà essere il beneficiario di questi strumenti? Attualmente gli studi e le sperimentazioni vengono fatti sulla rete distributiva petrolifera (Eni ed altre compagnie) ma anche sono avviati incontri e studi di fattibilità con catene di grande distribuzione commerciale private e cooperative. Insomma la «carta intelligente» sarà, almeno a quanto ci dicono, in grado non solo di dialogare all'interno di una struttura aziendale fornendo, sotto una precisa richiesta e volontà, informazioni del possessore dell'archivio portatile ma anche con strutture esterne come istituti di credito, negozi, amministrazioni pubbliche. Adiditività si è arrivati al dialogo con il tempo libero con la recente sperimentazione di Bancadati del Gruppo credito Valtellinese. Durante gli ultimi campionati mondiali di sci a Bormio, infatti, è stato sperimentato un nuovo tipo di

moneta elettronica, chiamata Telcard, messa a disposizione di clienti residenti e non nella cittadina lombarda, dell'organizzazione sportiva, degli stessi atleti, dei giornalisti e degli esponenti del mondo bancario. L'esperimento, che si è protratto per 45 giorni, ha mostrato non solo il gradimento ma anche l'alto utilizzo della carta sia nei negozi tradizionali alimentari (44%) sia nei supermercati, sia nelle stazioni di servizio per automobili ponendo seriamente le basi ad un rapido ed interessante avvio dell'era monetica.

«Una previsione realistica — afferma ancora Michele Ferrara — è che nell'arco di un decennio circa duecento milioni di persone adotteranno la carta intelligente a microprocessore mandando in pensione quella a striscia magnetica troppo limitata e troppo vulnerabile alle contraffazioni».

L'offerta d'altronde sarà ed è già vastissima giacché l'utilizzo previsto va dal settore commerciale al trasporto passando anche per agenzie di viaggio, ospedali, banche, industrie, assicurazioni, gestori di pompe di benzina e via dicendo. «Va in questo senso — conclude il dirigente di Monetica — il seminario sui «sistemi di pagamento carte» organizzato dalla nostra società a Parigi per il prossimo 4, 5 dicembre. Per questo incontro abbiamo chiesto la partecipazione dei maggiori esperti di telepagamento e di home-banking e la presenza dei responsabili di marketing e rete delle maggiori aziende ed organizzazioni imprenditoriali private e cooperative».

Dicembre '86 sarà l'inizio dell'era monetica? Renzo Santelli

SPAZIO IMPRESA

Dimmi come paghi, ti dirò chi sei

LE MODALITÀ DI PAGAMENTO IN DIPENDENZA DEI PUNTI DI VENDITA: NEGOZI TRADIZIONALI (in %)			
nell'ultimo anno hanno effettuato spese per:	modalità di pagamento	contanti	assegno
alimentari per 50-100.000 lire	50,6	97,8	
alimentari per più di 100.000 lire	17,4	90,0	9,7
non alimentari per 50-100.000 lire	84,4	95,7	4,3
non alimentari per 100-200.000 lire	72,0	82,6	16,8
non alimentari per 200-300.000 lire	50,6	62,2	34,2
non alimentari per più di 300.000 lire	38,8	47,0	47,2

LE MODALITÀ DI PAGAMENTO IN DIPENDENZA DEI PUNTI DI VENDITA: GRANDE DISTRIBUZIONE			
modalità di pagamento	contanti	assegno	
alimentari per 50-100.000 lire	67,7	97,1	2,6
alimentari per più di 100.000 lire	37,4	86,5	12,4
non alimentari per 50-100.000 lire	53,4	94,4	4,6
non alimentari per 100-200.000 lire	34,0	81,2	16,1
non alimentari per 200-300.000 lire	19,6	61,9	34,4
non alimentari per più di 300.000 lire	14,4	49,7	44,8

Laser, microprocessori e il conto è addebitato

Le iniziative avviate dal movimento cooperativo e quelle in via di sperimentazione della Standa: 50 Pos nei magazzini

ROMA — Pagamento elettronico, monetizzazione, home-banking, electronic-transfer sono solo alcuni dei nomi attorno ai quali ruota un problema: come spostare velocemente (ed in maniera sicura) una somma di danaro da un conto ad un altro.

Zitronica, dunque, per venire incontro a nuove esigenze delle aziende produttrici e della distribuzione, per ridurre i tempi di pagamento grazie alla rapidità dell'addebito/accredito, per eliminare gli errori nei resti (nella distribuzione), per eliminare al cliente la giacenza sul conto corrente. Per non parlare poi dei vantaggi per il distributore commerciale.

Ma in Italia a che punto siamo, rimane tutto nel libro dei sogni, oppure qualcosa si sta muovendo? Nel nostro paese la situazione è caratterizzata dalla presenza del cartello bancario promosso dall'Abi (Associazione bancaria italiana) che si muove attraverso la società Interbancaria di automazione, la quale gestisce sia un sistema di trasferimento di fondi e movimenti contabili tra banche, sia l'arcaffamoso e discusso (troppe chiusure ed imperfezioni al numero per non parlare delle insufficienze) progetto Bancomat. «Monetica» però comincia ad avere qualche significato solo se si inquadra all'interno del punto di vendita. Se, insomma, diventa possibile — in una transazione commerciale — con una semplice operazione di tastiera addebitare un importo sul conto del cliente. E così che ha senso parlare di Pos (point of sale, letteralmente computer di punto vendita) attraverso il quale ottenere un controllo totale delle entrate, delle giacenze e delle transazioni. Su questo tema cosa fa ed ha fatto la distribuzione cooperativa? Le prime esperienze sono state effettuate nel '76 a Modena.

«Dal punto di vista concettuale — ci dicono alla Ancc (Associazione nazionale cooperati-

ve di consumatori) — le iniziative più interessanti sono state quelle relative al progetto Pos-Intercoop (organizzazione internazionale con sede a Copenaghen che raccoglie coop di paesi europei ed extra) e la costituzione di un gruppo di lavoro misto tra Coop, cooperative per l'informatica (Cpi) e Olivetti system engineering (Ose).

Anche le altre società di grande distribuzione, per non stare con le mani in mano, prova ne sia che in un recente seminario Montedison organizzato per la stampa specializzata la società che controlla servizi e distribuzione (Standa, Euromercat) e iniziativa Meta, ha tracciato attraverso l'intervento dell'amministratore delegato Standa il programma per gli anni Novanta.

Niccolò Felizzari, infatti, ricordando come sia venuto il momento di «ritornare alle origini» nel senso di perseguire la «centralità del mercato», ha proposto che ai clienti oltre ai prodotti di largo e generalizzato consumo Standa offra la possibilità di acquistare ben altro. A partire dai primi mesi '87, infatti, sperimentalmente prenderanno il via due «money shop» a Pavia e Brescia che serviranno per vendere prodotti di largo consumo. Fondi comuni e contratti di assicurazione si compreranno, insomma, come calzini o pantaloni. Ma non è finita qui. Più propriamente in linea con la informatica nel punto vendita, in 50 magazzini Standa saranno installati Pos a moneta elettronica. «Se l'esperimento — ha detto Felizzari — darà buoni risultati non è escluso che in tempi brevi la monetica possa entrare su tutto il circuito Standa (6 ipermercati, 113 magazzini con supermercati, 121 grandi magazzini, 26 supermercati, 103 affiliati, 45 magazzini, 4 centri commerciali, n.d.r.). Il progetto, non c'è chi dire, è ambizioso».

m. f.

«Sì, ma chi si occuperà del consumatore?»

Il rischio che il cliente si trovi tra due fuochi: la banca e l'impresa - A colloquio con il responsabile dei sistemi informatici della Coop di Milano - Lo scontro di interessi nella battaglia per la moneta elettronica - Il problema della attribuzione dei costi

Nostro servizio

MILANO — L'informatica ha avuto un grande sviluppo sia nelle banche sia nelle società manifatturiere. Nella grande distribuzione questo fenomeno, solo ultimamente, ha preso piede ed è destinato ad avere, in futuro, un suo sistema di spesa e di investimenti. I sistemi informatici sono nati per automatizzare le aree aziendali classiche (amministrazione, logistica, personale, ecc.). Oggi, però, s'impone un salto di qualità che può essere possibile seguendo due direttrici: l'informatica orientata verso gli aspetti commerciali e l'automatizzazione dei singoli punti di vendita.

La situazione odierna di forte concorrenzialità tra le diverse aziende della grande distribuzione, impone di attuare politiche di confronto e di vendita molto aggressive e quindi di adottare sistemi informativi adeguati (informazioni rapide e sintetiche).

Automatizzare il punto di vendita vuole dire affrontare e risolvere i problemi relativi a due situazioni precise: la gestione del sistema di elaborazione adottato per controllare l'attività globale del negozio e l'utilizzo della cassa (si parla in questo caso di supermercati o magazzini simili) visto come una barriera per il cliente che deve pagare i propri acquisti.

Molte casse sono dotate di un sistema informativo bancario per il trasferimento elettronico dei fondi e l'acquirente può quindi decidere di non effettuare il pagamento in contanti ma tramite una tessera magnetica che permetta di verificare il suo conto corrente e di addebitare la somma spesa.

Su questo rapporto banca-grande distribuzione si è aperto un conflitto di competenza in atto da diversi anni. Ognuno vorrebbe gestire quest'operazione all'interno del proprio sistema: il cliente stretto tra due «fuochi» si trova così «prigioniero» di varie operazioni (quella imposta dalla banca da una parte e dal supermercato dall'altra) prima di poter pagare senza ricorrere al liquido.

Evidentemente lo scontro di interessi è talmente vasto da non far rinunciare nessuno dei due contendenti alla propria totale autonomia. «La Coop consumi — dice Oliviero Kokosar, responsabile dei sistemi informativi della Coop di Milano — vuole tenere conto, in questa disputa, dell'interesse del cliente definendo a chi devono essere attribuiti i costi della commissione bancaria molto elevata. Le decisioni vanno prese alla svelta ma senza però passare al di sopra della testa di chi acquista».

Evidentemente il conflitto ha risvolti politici in quanto coinvolge due componenti importanti nella nostra società: le banche e la grande distribuzione. Assume connotati ancor a più ampi perché subentra l'interesse del cittadino che si serve della banca e del supermercato. legata agli aspetti della sicurezza impone a questo punto di creare un unico tesserino per avere accesso a due sistemi diversi.

«Non è sufficiente — ribadisce Kokosar — l'attuale impostazione: sarebbe necessario instaurare un servizio pubblico per regolamentare il sistema del pagamento. Queste divergenze, non ancora risolte, dovrebbero infatti essere mediate dallo Stato».

La situazione va risolta con un intervento deciso dell'ente pubblico. Il sistema informativo tra l'altro è destinato nei prossimi anni a svilupparsi notevolmente e, quindi, si deve arrivare ad una risoluzione dei problemi, sorti tra banche e grande distribuzione, al più presto. La Coop, nella sua politica di espansione dei sistemi informativi, si preoccupa, in modo particolare, di salvaguardare l'interesse del cliente».

m. cb.

Tra azienda e ente locale un «gap» anche informatico

Il racconto dell'ingegner Macchia della società di costruzioni industriali, Frilli - Progettazione e realizzazione di impianti

POGGIBONSI (Siena) — «Quando ci è accaduto ci è sembrata una cosa davvero strana. Noi avevamo presentato i nostri progetti elaborati dal calcolatore agli enti locali che ce lo avevano richiesto, ma questi ce lo hanno restituito con la preghiera di riscriverlo a mano perché non erano abituati a questa forma nuova di lavoro». L'ingegner Andrea Macchia che si occupa del coordinamento del settore informatico alla Frilli, un'azienda poco fuori Poggibonzi in una piccola località nella strada che porta a Certaldo, al confine con la provincia di Siena e di Firenze, forse non si rende conto di quanti anni luce passi tra l'organizzazione dell'azienda di cui si occupa e gli enti locali di cui parla.

La ditta Frilli, infatti, lavora. È il caso di dirlo senza alcuna enfattizzazione, per un domani che non è ancora arrivato in molti luoghi di lavoro. L'azienda poggibonese infatti progetta e realizza impianti per l'ottenimento di alcool etilico per distillazione dei prodotti delle lavorazioni agricole e anche impianti per il trattamento degli «effluenti», gli scarti cioè delle lavorazioni principali, evitando in tal modo o per lo meno riducendo al minimo i rischi di inquinamento e ottenendo anche prodotti che hanno un proprio valore di mercato.

La struttura complessiva dell'azienda in questi anni è stata completamente cambiata, rivoluzionata e da una dimensione artigianale si è passato ad una più industriale, simili alle grandi società di ingegneria, «tipo Snam progetti» rivela l'ingegner Macchia. E l'informatica ha consentito che il servizio offerto fosse completo, partendo, infatti, dagli studi di fattibilità economica dei progetti e passando poi alla ricerca di finanziamenti, la progettazione esecutiva, la costruzione, all'avviamento dell'impianto.

«Insomma, noi diamo veramente il nostro prodotto chiavi in mano», sottolinea l'ingegner Macchia che aggiunge: «Questa trasformazione ha comportato la necessità di lavorare diversamente rispetto al recente passato con un incremento del settore della ricerca e con lo sviluppo dell'informaticizzazione nella

parte amministrativa, in quella della vera e propria progettazione, fino al magazzino. L'informaticizzazione — aggiunge Macchia — ci consente in ogni momento di vedere il controllo a che punto è il progetto di cui ci occupiamo e di avere sempre il quadro dei tempi e dei costi di realizzazione. Avendo poi anche il magazzino informatizzato possiamo controllare la situazione delle scorte e l'addebito sui singoli progetti del materiale utilizzato. Noi — aggiunge l'ingegner — puntiamo a correlare globalmente la vita di un progetto per avere sempre sotto controllo, il progetto stesso».

Anche la parte della segreteria tecnica è stata rinnovata con un sistema di videoscrittura per la preparazione e l'archiviazione dei progetti mentre davvero interessante è il settore tecnico-scientifico. Qui è stato abbandonato il tradizionale sistema di calcolo manuale e tutto è verificato con il calcolatore. Anche i programmi necessari sono stati in parte acquistati e in parte sviluppati all'interno dell'azienda che occupa un centinaio di persone molte delle quali altamente specializzate. «Nel settore tecnico-scientifico — sottolinea Macchia — abbiamo come obiettivo la costituzione di una rete interna locale di personal computer per l'integrazione del momento progettuale con quello scientifico, arrivando alla produzione con macchine a controllo numerico pilotate da questa rete di elaboratori. Si tratta di un progetto che comporta lo sviluppo dei programmi Cad, cioè la progettazione assistita dal calcolatore. Inoltre pensiamo anche al programma Cam, la costruzione assistita dal calcolatore. I tempi di realizzazione sono legati allo sviluppo del nostro settore produttivo che speriamo avvenga. Comunque il periodo di un anno è sufficiente per una integrazione globale».

Su un aspetto comunque l'ingegner Macchia vuole essere chiaro: «Ci interessa sottolineare che l'informaticizzazione non la intendiamo come un mezzo per una riduzione della manodopera, ma come un sistema teso al miglioramento del prodotto, ottimizzando le condizioni di progetto degli impianti».

Augusto Mattioli

«Una maggiore offerta di servizi e nuove opportunità di marketing»

Che cosa sta accadendo nella rete distributiva in una analisi di un esperto di commercio organizzato - Il problema della formazione dei tecnici e dei costi di esercizio

Pochi consumatori, si sono accorti dei grossi cambiamenti che stanno avvenendo sotto i loro occhi nei momenti più inspettati della loro periodica attività di approvvigionamento alimentare e no. Qualcuno avrà forse cominciato a chiedersi il significato di quegli spazi pieni di linee chiare e scure di diversi pagati ugualmente.

È quello per citare solo alcuni degli aspetti più appariscenti. Nessuno probabilmente si è chiesto che cosa in realtà sta succedendo nel vasto e non sempre apprezzato sistema distributivo. Ci troviamo in realtà di fronte ad un gigantesco iceberg di cui oggi appare solo la punta, sia per la limitata dimensione attualmente raggiunta dal fenomeno, sia per la ridotta quantità dei suoi elementi visibili. Per le imprese di distribuzione l'informatica è un fenomeno di cui quella informatica è senz'altro quella più evidente, è una strada percorsa sempre più in fretta non solo per ridurre i costi di distribuzione, ma anche per allargare l'offerta di servizi, per migliorare la qualità della gestione, per sviluppare nuove opportunità di marketing. In più di una occasione sarà capitato a qualcuno di leggere articoli o interviste in cui si sottolineava il fatto che la recente introduzione della normativa sui misuratori fiscali poteva essere considerata dagli esercenti anche come una occasione per migliorare i propri mezzi di gestione e di controllo del punto di vendita.

Tra coloro che sottolineavano questo risvolto positivo della nuova legge non mancavano esponenti delle maggiori case costruttrici di calcolatori e fornitori in generale di apparecchiature per l'informatica. In effetti la differenza fra i più moderni sistemi di cassa e le più tradizionali apparecchiature

informatiche sta diventando sempre più piccola, tanto che già ora è possibile parlare esplicitamente di informatica per il punto di vendita e di specifici strumenti ad essa legati. Può essere utile analizzare le ragioni per cui oggi è sentito parlare di informatica del punto di vendita e cercare di definire in cosa può consistere, in pratica l'introduzione di strumenti informativi in negozio.

Si può riconoscere che fino alla prima metà degli anni settanta, la gestione della attività commerciale in genere era basata su capacità, attitudini e professionalità di tipo prevalentemente empirico. Ciò che era importante era sapere comprare bene, gestire bene il rapporto con la clientela; in sostanza era importante essere un buon commerciante. Se questi requisiti erano soddisfatti era difficile che il risultato finale in termini di redditività venisse meno. In ogni caso i mutamenti di mercato ed in genere la dinamica della attività commerciale erano caratterizzati da una velocità non eccessiva per cui era possibile in qualche modo accorgersi in tempo delle nuove realtà e se necessario correggere la gestione.

Oggi la gestione efficace di un punto di vendita moderno non può essere affidata solo alla sensibilità, all'esperienza, all'intuito dell'esercente o di chi lo assiste. L'utile di un punto di vendita non si realizza più essendo bravo commerciante; oggi bisogna essere molto più attenti ad elementi nuovi come quelli finanziari, organizzativi e non si riescono più a trovare

soluzioni definitive. La situazione cambia continuamente ed occorre seguirlo costantemente adottando di volta in volta nuove decisioni. La gestione deve essere quindi basata sempre più sulla conoscenza diretta e sul confronto con i numeri, il successo di ciò che succede, momento per momento nel punto di vendita ed esiste una sola tecnica concreta per disporre di tale conoscenza quella dei numeri.

E con i numeri che bisogna controllare se un articolo rende oppure no, e con i numeri che bisogna valutare se sappiamo gestire bene il settore del banco o la sala; l'intuito o la sensibilità senza il confronto con i numeri, rischiano di diventare chiacchiere. L'informatica è una risposta al problema di reperire continuamente i numeri e di rielaborarli per sapere come vanno le cose nella conduzione del negozio. Ma anche in questo caso occorre trovare il giusto equilibrio e definire con molto buon senso ciò che può essere realmente utile.

Automazione del punto vendita

Fin qui abbiamo detto che l'informatica in un punto di vendita va messa in relazione con i bisogni di conoscenza. Questa impostazione va però ampliata in quanto gli strumenti informatici sono in genere anche strumenti di automazione del lavoro e non solo di raccolta ed elaborazione di dati.

Un registratore di cassa con un lettore automatico di etichette (scanner) è un strumento tramite il quale è possibile memorizzare le singole vendite di ogni articolo (e con ciò è uno strumento di informazione), ma nello stesso tempo rende molto più veloce e semplice il lavoro della cassiera, automatizzando parte del suo lavoro (non importa battere più sulla tastiera).

La scelta di cosa si vuole tenere d'occhio in un punto di vendita influenza in qualche modo la scelta degli strumenti elettronici da usare. La realtà di oggi si può riassumere in poche categorie di strumenti: le casse con le loro apparecchiature complementari, i terminali portatili, il personal computer. I registratori di cassa hanno subito negli ultimi anni una trasformazione abbastanza radicale sia dal punto di vista delle tecnologie costruttive, sia dal punto di vista delle funzionalità che offrono. Dal punto di vista tecnico i nuovi registratori di cassa elettronici sono praticamente tutti realizzati come fossero un piccolo calcolatore, dal punto di vista funzionale, cioè si traduce in una crescita generale di flessibilità oltre che di potenza tanto che gli apparecchi da un certo livello sono tutti più o meno programmabili. Questa programmabilità varia a seconda dei prodotti venduti e seconda dei prodotti vendendo dalla possibilità di memorizzare i codici di tutte le casistiche autorizzate, quella di preimpostare un certo numero

nelle operazioni di pagamento e la chiarezza di lettura e di lasciate (lo scontrino) con il quantitativo, il peso, il prezzo, la descrizione del prodotto e perché no, i saluti.

Può trasparire da queste righe od in generale si può ritenere che l'avvicinamento alla tecnologia informatica, per realizzare funzioni particolari, esattamente come si potrebbe fare su un piccolo calcolatore.

Quali gli effetti?

Gli effetti della introduzione di queste nuove tecnologie sono stati esaurientemente trattati dal punto di vista teorico, mentre manca in generale un riscontro pratico soprattutto per quanto riguarda gli effetti sulla rete.

In una prima fase del ciclo di assimilazione di tali tecnologie, si registrano una serie di effetti quantitativi valutabili quali il miglioramento delle attività di prezzatura dei prodotti e riprezzatura per le variazioni, l'aumento della velocità delle casse, lo scontrino analitico, l'eliminazione di errori di battitura e nella variazione dei prezzi, la riduzione di ammanchi e dei tempi di chiusura la conoscenza analitica di informazioni di vendita e di tipo qualitativo come lo sviluppo di opportunità di marketing, la razionalizzazione delle organizzazioni, i riordini più o meno automatici, i controlli di inventario, la vendita delle informazioni...

E per i consumatori? Certamente gli attributi principali nella scelta della forma distributiva rimangono la qualità dei prodotti, il prezzo, l'assortimento, la facilità di trovare gli articoli e di girare nel negozio, la cortesia del personale, ma ora si aggiungono anche attributi come la velocità

«Responsabile del settore servizi specializzati del Conad (Consorzio nazionale dettaglianti)»