

*La sfida del futuro per le imprese sarà costruita sulla reputazione
che avrà come base il giudizio online di partner e consumatori*

THE DARK SIDE DEL COMMERCIO ONLINE

di

Francesco Morace - @FrancescoMorace

Le dimensioni di vita del futuro, e quindi anche le scelte strategiche per difendere il commercio e il retail dalle truffe digitali sempre più frequenti, sono caratterizzate da una nuova relazione psico-culturale delle tecnologie digitali con il mondo del commercio e la moltiplicazione di reati legati al web. Questa dimensione che spesso viene rimossa dalle analisi di marketing, perché crea ansia e inquietudine, richiede nuove e molto varie competenze professionali. A partire dall'individuazione dei commenti lesivi per le insegne che in alcuni casi subiscono attacchi di concorrenza scorretta: la grande novità riguarda infatti un mondo che non può più essere assimilato alla delinquenza comune, ma

di illeciti digitali che si auto-organizzano, proliferano in modo contagioso e globale, vivendo sulla costruzione del discredito e rientrando nell'ambito della concorrenza scorretta. Tutti sappiamo che la sfida del futuro sarà basata sulla reputazione, che avrà come base il giudizio online di partner e consumatori. A questo proposito è interessante

il testo "Reputation Economy: come ottimizzare il capitale delle nostre impronte digitali" di Fertik e Thompson che già da qualche anno indica la strada e i possibili rischi reputazionali nel digitale. Gli operatori del commercio e della distribuzione con una reputazione discutibile o compromessa, verranno infatti sempre più isolati e

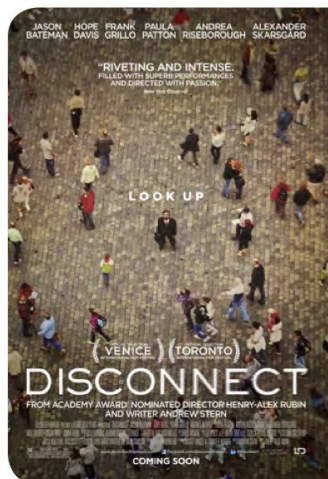
TRUFFA COMUNE
1990 - 2005

ILLECITO DIGITALE
2005 - 2020

PUNTUALE
MARGINALE
DELINQUENZIALE
SPECIFICA E LOCALE
TRASGRESSIVA
MONDO DELLE DEVIANZE
ALLEANZE DI SANGUE E DI SUOLO
COMUNITA' MALAVITOSE E ARTICOLATE

RETICOLARE
INCLUSIVO
INTENSIVO
CONTAGIOSO E GLOBALE
NORMALIZZATO
MONDO DEGLI ILLECITI
SISTEMI AUTO-ORGANIZZATI
TRUFFE LIQUIDE E INTERSTIZIALI

Fonte: Future Concept Lab



Il caso: il film Disconnect

Un esempio emblematico che riguarda la dimensione delle truffe che in futuro potrà essere sempre più orientata pescando dal lato oscuro del web, viene raccontata da Disconnect, un film del 2012 di Henry Alex Rubin, che narra la storia di alcune normalissime famiglie coinvolte loro malgrado da episodi di bullismo a scuola, da furto dell'identità fiscale e da ricatto ripetuto (per una moglie adescata online da un presunto amante che poi la ricatta). Il film coglie con intelligenza e sensibilità le fragilità di persone normali che si trovano a vivere sulla frontiera dell'illecito per non aver saputo controllare la radicalità di alcuni loro comportamenti.

resi irrilevanti. Bisognerà quindi tenere alta la guardia ed elaborare strategie adeguate per individuare e immediatamente rimuovere materiali lesivi della buona reputazione non solo delle persone, ma anche degli operatori del commercio. Facebook e Google sembrano mettendo a punto algoritmi difensivi che possano aiutare i soggetti più esposti a questo rischio a gestire la minaccia. Contemporaneamente emerge una criticità anche nelle forme di viralità che un tempo avremmo definito spontanee e che quasi mai lo sono: nel suo testo recente "Hit Makers", Derek Thompson chiarisce che al di là della retorica costruita sul "virale dal basso", in realtà c'è quasi sempre bisogno della spinta di un grande broadcaster affinché qualcosa diventi mainstream.

La qualità dei contenuti è importante, ma non basta per emergere: da un certo livello in poi la differenza la fa la distribuzione, e nel mondo digitale ciò include la rete di influencer e blogger pagati per simulare il loro interesse. Anche l'Unione Nazionale Consumatori e il suo presidente Massimiliano Dona hanno segnalato il problema, sollecitando l'interessamento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato affinché chiarisca i confini tra un selfie privato e una pubblicità camuffata: "I selfie delle star, degli youtuber o influencer che promuovono questo o quel prodotto -spiega Dona- sono assimilabili a un product placement non dichiarato e quindi illegale". Dall'altra parte bisognerà arginare il fenomeno delle truffe online basate sul furto di identità digitale,

che trova una proliferazione ancora più incontrollata: l'idea di poter possedere e consumare beni e servizi non alla propria portata, facendo ricorso alle magie della rete, è diventata liquida e interstiziale trasformando molti soggetti in difficoltà in potenziali portatori sani di comportamenti illeciti, senza che essi si sentano malfattori, e quindi non potendo più essere ricondotti a queste categorie morali. Soggetti che attingono informazioni dal lato oscuro del web, che si attrezzano e auto-organizzano senza che ci sia una vera e propria regia dall'alto, e neanche una particolare vocazione al reato. Perché lo fanno in tanti. Di quali professionalità bisognerà allora arricchirsi -anche in una organizzazione che guarda alla distribuzione commerciale- per fronteggiare queste nuove minacce che

proliferano attraverso il web?

In primo luogo di nuove specializzazioni informatiche, psicologiche e sociologiche, in grado di affrontare in termini interdisciplinari reati non più legati all'antropologia malavitosa, facile da infiltrare e combattere, ma una dimensione reticolare, inclusiva, intensiva, costituita spesso da soggetti insospettabili quasi normali che si pongono in una condizione spesso lesiva della dignità della persona, o dell'onestà nel commercio.

La Polizia Postale, che in Italia segue e persegue la dimensione dei reati digitali, dovrà allora essere aiutata e supportata dai responsabili della sicurezza delle singole organizzazioni che non potranno più limitarsi a controllare l'integrità della merce per i piccoli furti in loco, ma dovranno isolare le minacce di truffe online, utilizzando le stesse metodologie sofisticate che spesso vengono utilizzate a tali fini. Bisognerà far lavorare fianco a fianco gli analisti del web e gli esperti di truffe, gli psicologi con gli esperti di organizzazione, i tecnici delle intercettazioni con i sociologi delle dipendenze, per comprendere fenomeni che altrimenti rischiano di assumere tratti di intollerabile minaccia collettiva, mettendo in difficoltà gli operatori più onesti e trasparenti. ❷