

La notizia arriva da Shanghai, ora locale 2 di notte, in Italia 6 del pomeriggio, giorno di Pasqua. E' Carlo Tagliabue, contitolare di Tagliabue Gomme Gross Srl di Villasanta (MB), nonché ingegnere informatico e nome noto nel settore. Ci mettiamo qualche minuto a comprendere il succo della questione, tanta è la determinazione dell'imprenditore lombardo, che si trova all'estero da una decina di giorni e che ha dovuto interrompere una cena di lavoro per ricevere da Roberto Taderini, responsabile del contact center dell'azienda, una notizia allarmante.

I fatti: Tagliabue ha scoperto che le informazioni del suo B2B sono state inserite nel database di GommaFlash, un comparatore di prezzi di pneumatici che mette a disposizione dei gommisti, a fronte del pagamento di un abbonamento, una schermata che somma e confronta le offerte di tutti i suoi fornitori. Anziché aprire ed entrare con password nel B2B di ciascun fornitore, il gommista seleziona, nella sua pagina di accesso a GommaFlash, il prodotto desiderato e il sistema gli mette a disposizione il confronto delle condizioni dei suoi fornitori. Di fatto, GommaFlash ha avuto accesso e utilizza in tempo reale tutte le informazioni commerciali di Tagliabue.

Ma Tagliabue non ci sta. E programma il proprio sistema informatico in modo da impedire a GommaFlash l'accesso alle informazioni del suo portale B2B, invitando anche i colleghi distributori a fare altrettanto.

Come funziona GommaFlash

"Già da un po' stavamo controllando le attività di GommaFlash", dice Tagliabue. "Il sito si presenta come un applicazione web che permette al cliente di comparare le offerte dei diversi distributori, dei quali possiede regolare account. In pratica, se sono un gommista e mi rifornisco, tramite B2B, da 3 distributori, diciamo A, B e Tagliabue, sono in possesso delle regolari password che questi mi hanno dato per connettermi."

"Se io, gommista, devo acquistare un prodotto, apro i tre B2B, dove ricerco e compro in funzione di diversi ragionamenti: disponibilità, prezzo, tempi di consegna, premi di fine anno, premi incentive, programmi di fedeltà, professionalità dell'agente e dei ragazzi in ufficio e - perché no? - simpatia verso l'azienda. Un sacco di tempo perso direi!!!", esclama ironico Tagliabue. "Ecco allora GommaFlash, che in un lampo confronta i prezzi al posto tuo. Tutto regolare, niente di fraudolento... tanto è vero che, da qualche anno e in tutto il web, per evitare interazioni automatiche con le varie banche dati, sono comparse quelle belle immagini con i numeri tutti storti, che dobbiamo ogni volta decifrare e inserire. Questo per evitare l'accesso a software automatici, che sono spesso disturbatori, se non illeciti. Un inquinamento pazzesco, proprio una roba da geni... c'è anche Aladino - se non sbaglio -

sulla home page del sito, davvero bravi!”

Il fenomeno è trasversale e va fermato

Carlo Tagliabue è davvero arrabbiato. E' scattata nella sua mente una molla che ha aperto una voragine. Il distributore di pneumatici conosce i rischi e la gravità dei danni che possono portare questi nuovi sistemi. E le considerazioni non partono da un operatore aprioristicamente ostile al web, bensì proprio da uno specialista di questi nuovi strumenti, uno che li ha studiati al Politecnico a fine anni '90 e che vanta amici con collaborazioni alla Stanford University di Palo Alto, dove ora hanno sede i vari Google e Facebook.

La questione si allarga, perché non si parla solo di Italia, e non si parla solo di pneumatici. E' un fenomeno trasversale, con dati riservati che viaggiano liberamente attraverso database di terzi e che falsano le logiche di mercato, vanificando il lavoro che sta dietro la storia di un'azienda e la difficile creazione di una strategia commerciale.

Lo sdegno di Tagliabue, che invita anche tutti i suoi colleghi all'azione di boicottaggio di questo come di altri siti europei analoghi, non si riferisce alla procedura tecnica, di per sé legale, ma alla sostanza e alle ricadute che la prevalenza delle logiche di puro prezzo stanno avendo nel mercato dei pneumatici, soprattutto per le aziende che puntano alla qualità del servizio.

Il prezzo non è tutto!

“E' gravissimo: si riduce tutto a una questione di prezzo, vanificando le azioni di valorizzazione annesse”, dice Tagliabue. “In un mercato che fa -27%, con prospettive di pareggio dei volumi 2010 nel 2018, direi niente di male... si salvi chi può - che vinca il prezzo - sperando che i volumi, che mancano, vadano a compensare l'abbassamento di margine dovuto al confronto secco dell'asta e che gli ingegneri delle varie aziende riescano a limare i costi o a rubare il teletrasporto alla USS enterprise.”

“Inoltre - continua Tagliabue - il sito in questione crea valore esclusivamente comparando informazioni altrui. Una bella fonte di guadagno senza muovere un bancale!!! E come? Beh, se hai un elenco di distributori importanti, come Tagliabue e altri, allora il sito prende valore, altrimenti non ha senso. A cosa serve confrontare i prezzi di operatori che non hanno offerte valide?”

Tagliabue non usa mezzi termini: “Per quanto mi riguarda il valore vero si crea con il lavoro e non tramite forme di parassitismo. E come facciamo a combattere un fenomeno simile, se

è tutto legale e questi siti, grazie ai guadagni sulle nostre spalle, possono contare su fior fior di programmatori? E noi invece abbiamo sempre meno magazzinieri! Chi consegnerà le gomme poi? Un cavo a fibre ottiche o il furgoncino?”

Tagliabue infila nella riflessione anche il portale di Delticom, GommaDiretto.it, che utilizza logiche diverse, ma che secondo l'imprenditore lombardo nasconde grossi rischi per il mercato tradizionale: “alla fine chi installerà le gomme? Lo dico io... GommaDiretto, dopo aver studiato il mercato per bene, aprirà i suoi negozi e addio gommisti!”

Ed ecco la soluzione made in Tagliabue

Ma ecco la soluzione, almeno per questo step: Tagliabue Gomme Gross, che si avvale da anni di una software house di Ancona, 3tech Group, ha chiesto agli specialisti di studiare il funzionamento del sistema e di elaborare la cosiddetta patch, una sorta di codice, che consente di bloccare l'accesso a GommaFlash. “Non accettiamo questa forzatura, che va contro la nostra volontà di rilasciare informazioni automaticamente e soprattutto che permette che passino tramite una società di terzi. I nostri listini sono riservati ai clienti. I nostri agenti li promuovono facendo comprendere il valore dell'offerta al gommista, che a sua volta deve fare lo stesso con il consumatore. Non ci va bene che li veda anche GommaFlash. Inoltre, se dietro a tutto questo ci fosse un distributore competitor o un produttore, significherebbe fornire un piatto di argento con sopra la nostra offerta commerciale”, sottolinea Tagliabue, che renderà a breve disponibile anche ai colleghi il risultato di questo lavoro di programmazione.

“Io ho scelto di continuare insieme a mio cugino un percorso che dura da 90 anni in Tagliabue Gomme”, conclude il contitolare dell'azienda di Villasanta. “Sono costretto a prendere 100 voli l'anno per cercare partner e prodotti che possano adattarsi ad un mercato che sta per morire come il nostro. Abbiamo continuato ad investire e ricevere premi e riconoscimenti per le tecnologie software che creiamo e per le crescite segnate negli ultimi anni. Vogliamo continuare a difendere il nostro lavoro.”

Prossimamente online la patch per tutti

Tagliabue termina con un appello esplicito ai colleghi: “Mentre state leggendo questo articolo, noi abbiamo risolto il problema. Sì, noi lo consideriamo un problema. Ognuno è comunque libero di pensarla come vuole, poi vedremo, quando nel 2023 festeggeremo 100 anni di attività, chi ci sarà ancora con noi a vendere gomme e chi invece le starà consegnando e montando per altri.”

“Per il momento consegniamo a PneusNews.it, perché la pubblichi e la renda disponibile a tutti, la relazione tecnica che descrive il problema. E non appena la patch sarà pronta, la libereremo gratuitamente attraverso PneusNews.it, siti web e social network, insieme al codice necessario per fermare questi fenomeni... per noi il caso GommaFlash è chiuso.”

Scarica la relazione tecnica elaborata da 3tech Group

Carlo Tagliabue metterà a disposizione del settore il codice di programmazione che consente di bloccare l'accesso ai comparatori di prezzi online

Chi non ha mai dovuto inserire le letterine per poter procedere nella visualizzazione di un sito? Servono per determinare se l'utente sia un umano o un computer. Tecnicamente si chiamano CAPTCHA (completely automated public turing test to tell computers and humans apart), ossia test pubblico e completamente automatico per distinguere computer e umani