

## "Servizi premium: valutazioni etiche alla luce della responsabilità sociale. Una scelta inesistente, suicida, coraggiosa o ...furba?"

*Abstract: dopo una breve introduzione sui concetti di "egoismo", "edonismo" ed "etica", il loro significato normalmente percepito e il loro significato reale, viene proposto il paradosso "l'etica, scelta possibile anche come scelta edonistica". Esposizione del concetto di "responsabilità sociale". Riflessione sui servizi Premium di Mobile Fun, sulle possibili implicazioni sociali e su come queste possono influenzare negativamente lo stesso business. Necessarie distinzioni. Domande del pubblico.*

Nel titolo di questo intervento c'è una domanda: "la scelta etica è una scelta inesistente, suicida, coraggiosa o furba?". Ognuno è libero di rispondere come vuole. Da come è posta la domanda si capisce già quale risposta io personalmente ritengo giusta, e cioè l'ultima: per me è una scelta furba. Se non siete d'accordo con me, in questo intervento spero di riuscire a spiegarvi questo punto di vista. Se invece siete già d'accordo con me vi lascio liberi di andare. (pausa) Vedo che nessuno si è mosso, quindi deduco che nessuno è d'accordo con me, come mi aspettavo. Allora posso continuare. Spero di potervi dare qualche utile spunto di riflessione.

Vi dirò ora tre parole. **Egoismo, edonismo, etica**. Se è consentito chiederei l'aiuto del pubblico, come si fa a "chi vuol esser milionario". Poniamo che questa sia la domanda da un milione.

Egoismo, edonismo ed etica. DUE di queste parole vanno d'accordo fra loro, sono concetti affini, una invece è intrusa. La domanda è: qual è l'intrusa?

Qui non abbiamo il marchingegno con i bottoni di Jerry Scotti, potremmo farlo con i telefonini, basterebbe che dessi un colpo di telefono in SMS Italia per richiedere un meccanismo di voting via sms, che è una delle nostre specialità, ma credo ci voglia almeno una mezz'oretta per la consegna, quindi non credo avremmo tempo. Quindi andiamo per alzata di mano.

Alzi la mano chi sostiene che l'intruso sia l'**egoismo** (quindi edonismo ed etica affini). Alzi la mano chi sostiene che l'intruso sia l'**edonismo** (egoismo ed etica affini). Vedo che nessuno ha alzato la mano, quindi mi sembra che la maggioranza sia schierata sulla terza possibilità: **l'intrusa è l'etica** (edonismo ed egoismo sono normalmente considerati affini).

Se adesso rifacessimo l'alzata di mano (ma ve la risparmio) inserendo anche la parola guadagno economico, soldi, credo che la maggioranza direbbe che guadagno è affine ad edonismo ed egoismo, e non certo a etica.

L'etica viene spesso vista in contrapposizione al guadagno, al business. E' lo "squalo" l'animale che si usa per rappresentare solitamente lo spietato uomo d'affari; le multinazionali, nell'immaginario collettivo, almeno in quello dei no global non sono esattamente modelli di etica.

Analogamente, se si parla a un businessman di etica o di scelte etiche è facile immaginarsi che gli venga l'orticaria. Nella migliore delle ipotesi ammetterà che magari sarebbe giusto, o bello, ma non si può fare. Lui, e la sua Società, devono perseguire un altro obiettivo, che è un obiettivo economico. Sembrerebbe che l'etica non vada d'accordo con l'economia, con i soldi.

Secondo me questo non è l'unico modo per considerare le cose, e neanche il più intelligente.

E' sicuramente vero che il comportamento anti-etico è il più conveniente a breve termine. Se non costruisco il depuratore sicuramente risparmio. Ma sono proprio certo che sia la scelta più conveniente a **lungo** termine? Sono proprio sicuro che il danno prodotto nell'ambiente si riversi **solo** sugli altri, e non anche su di me? Sulla **mia salute** e quella dei **miei** cari e dei **miei** discendenti, per esempio; ma non c'è solo la salute, questo spettro che viene evocato dagli ecologisti, e non solo da loro, come una maledizione o una iattura da

scagliare. Quanto vale la **bellezza** del paesaggio, quanto vale per **me** intendo? Quanto vale il **sapore** del cibo sulla **mia** tavola? Un amico mi ha dato una notizia che non ho avuto il tempo di verificare: secondo la quale ci sarebbe una direttiva europea che vieta la cottura del pane in forno a legna a causa degli agenti inquinanti presenti nella legna stessa. Quanto vale il pane buono?

E quanto vale la mia **reputazione** e quella della mia azienda? Una cattiva reputazione mi porterà buoni affari?

Se il mio comportamento **scontenta** qualcuno, la repressione o la gestione del malcontento implicherà dei costi. Dovrò fare i conti con le minoranze intelligenti e reattive, che riescono sempre più spesso ad alzare la voce e farsi ascoltare, e con l'eventuale popolo degli oppressi, che prima o poi si rivolta.

Vorrei far notare che la reputazione l'ho messa per ultima. E non ho usato i cavalli di battaglia di chi di solito denuncia le ingiustizie e chiede comportamenti etici, come ad esempio la **coscienza** e la **giustizia**, terrena e ultraterrena che sia. Queste sono categorie che aggiungono, eventualmente, motivi ulteriori alla scelta etica; ma la scelta etica può tranquillamente sussistere anche senza di essi: **la scelta etica può tranquillamente essere animata e motivata solo dalla convenienza personale.**

Sono andato a guardare le tre parole di prima sul vocabolario Zingarelli (Ho scelto lo Zingarelli per comprensibili motivi campanilistici):

egoismo: amore **esclusivo** ed **esagerato** di sé stesso e del proprio interesse, indipendentemente dal danno altrui recato per procurarselo.

edonismo: atteggiamento o filosofia che identifica il fine principale dell'agire umano con il conseguimento del **piacere**.

etica: **modello di comportamento** che uno o più individui seguono nelle proprie azioni per di conseguire un **fine considerato assoluto**.

Qual è il fine assoluto per l'uomo? La domanda sarebbe molto profonda. Posso semplificare dicendo ognuno di noi cerca la felicità? Se qualcuno si è posto l'infelicità come obiettivo mi interrompa.

Allora l'etica, che apparentemente sembra una parola così pesante e impegnativa, è semplicemente **il modello di comportamento che noi seguiremo per ottenere il nostro fine, e cioè: essere felici.**

Ma la ricerca del piacere abbiamo detto che è l'edonismo, no? Allora mi sembra che abbiamo dimostrato che l'edonismo non solo è affine all'etica, ma può benissimo stare alla sua base.

Quindi mi avreste fatto perdere un milione: l'intrusa non era la terza parola, l'etica, ma la prima: l'egoismo. L'egoismo è una scelta anti-etica, e anti-edonistica, perché è contrario al **mio** stesso piacere, alla **mia** felicità. E questa risposta l'abbiamo trovata con il semplice ragionamento, non abbiamo fatto alcun atto di fede.

L'egoismo è miope: mi fa credere di essere in un mondo a parte, separato da quello degli altri. Invece non è così, non lo è a lungo termine. Siamo nella stessa barca: se io faccio un buco dalla vostra parte, affondo anch'io, magari sarò l'ultimo, ma non è una gran consolazione. Potrei fare tanti altri esempi. Distruzione del mondo a parte, se anche solo lo abbruttisco, il mondo, mi trovo a vivere in un mondo più brutto.

Cosa c'entrano tutte queste cose in un convegno sul Mobile Fun?

Da [www.tim.it](http://www.tim.it) ho cliccato sui servizi di divertimento in mobilità. Si è aperta una pagina enorme con un sacco di servizi [slide], ne leggo alcuni.

Oroscopo. Chiedi alle stelle cosa dovrai fare domani. Iscriviti al servizio, costa solo 15,49 cent per ogni sms ricevuto. Al giorno. E se mi consiglia di restare in casa e c'è una bella giornata di sole?

Oracolo de "I Ching". Se lo zodiaco non è dalla tua parte, prova a chiedere altrove. Il pronostico cinese ti racconta il futuro giorno per giorno... Altri 15,49 cent per ogni sms ricevuto. Al giorno. Stai attento ai colpi di sole.

Calcolo del Bioritmo. È proprio una bella giornata oppure è meglio non vedere gente oggi? 30,90 cent, questo costa il doppio. C'è da arrabbiarsi...

Bastardidentro. Se ti senti bastardo, ma proprio dentro, entra nella community di bastardidentro.com. Per alimentare degnamente la tua cattiveria... Iscriviti al servizio, 30,90 cent per ogni sms ricevuto. Anche qui costa il doppio ma almeno loro lo dicono di essere bastardi.

Paparazzi: Fatti i fatti degli altri. 30,90

Platinette: Ricevi sul tuo telefonino gli aforismi di Platinette 30,90

Infocasting. Non vorrai perdere l'occasione della tua vita per diventare famoso! Iscriviti al servizio, 50 cent per ogni sms ricevuto.

Loghi e suonerie: 2 euro per ogni logo o suoneria monofonica, 3 euro per quella polifonica. C'è anche in abbonamento, te ne arriva una alla settimana.

Non li ho scelti a fatica, li ho presi a caso. Ce ne sono (160?) tutti diversi. Solo sul sito di TIM. Ma la selva di queste offerte, tutte simili tra loro, è ormai una giungla

Rapporto Eurispes-Telefono Azzurro sui bambini e adolescenti italiani. Secondo le ultime stime, si inviano circa 63 milioni di sms al giorno e l'uso è diffuso soprattutto tra i bambini e gli adolescenti. Preoccupante appare il crescente numero di soggetti vittime della «sms-addiction», che riescono a spendere addirittura **dai 40 ai 50 euro al giorno** per inviare sms di vario tipo. Si tratta ormai di un vero e proprio fenomeno sociologico. Rientra tra le dipendenze cosiddette comportamentali anche quella da videogioco, diffusa comprensibilmente soprattutto fra i più giovani. Si stima che sia attribuibile ad essi il **10%** dei casi di epilessia che interessano soggetti tra i 7 e i 19 anni.

Repubblica Italiana. Codice Civile. Libro Primo, Titolo I, Art. 2

La maggiore età è fissata al compimento del diciottesimo anno. Con la maggiore età si acquista la capacità di compiere tutti gli atti per i quali non sia stabilita una età diversa.

L'età diversa è stabilita esplicitamente dalla legge per il lavoro, ad esempio, dove bastano 16 anni, o per altri atti relativi ad esempio alla vita politica, per cui è necessaria un'età più elevata.

Se andiamo a leggere in un manuale di diritto troviamo che "nella prassi accade sovente che i minorenni concludano personalmente contratti: si pensi all'acquisto di beni di consumo, alimentari, abbigliamento, ecc. in genere di rilievo economico relativamente modesto, i contratti si ritengono validi in quanto compiuti dal minore in forza di incarico implicitamente ricevuto dai genitori.

Che è implicito fino al momento in cui non è esplicito il contrario. Cioè se vostro figlio torna a casa e ha comprato un diamante da cartier, voi tornate con il diamante da cartier e vi riprendete tutti i vostri soldi, indipendentemente dal diritto di recesso.

Per quanto riguarda questi servizi, rivolti principalmente a un pubblico minorenni, c'è quindi un problema di età.

Non sto parlando solo del profilo legale, disonestamente aggirabile con stratagemmi tipo quello usato dai gestori, di intestare l'utenza a un maggiorenne. Sto parlando dello spirito da cui nasce la legge: fino a una certa età il consenso non è formato in modo pieno.

Voi potreste dire che è colpa dei genitori. Sicuramente la responsabilità dovrebbe essere principalmente la loro. Ma quei genitori sono gli stessi che usano il credito al consumo per comperarsi contemporaneamente il salotto nuovo, il televisore al plasma, 2 telefonini all'anno, la macchina, e una bella vacanza alle Maldive per

poi accorgersi quando iniziano a pagarli che non se lo potevano permettere, e forse l'appartamento che contavano di lasciare in eredità ai loro figli basterà a mala pena per pagare i debiti accumulati. La responsabilità va assunta da chi è più consapevole. Questa situazione paradossale l'ha creata il mercato, dimostrando di essere molto furbo. Un famoso ministro dell'economia ha detto "l'Italia dei furbi non è un'Italia furba". Credo che debba essere proprio il mercato a porre rimedio a questa situazione, se lui stesso vuole sopravvivere.

Per utilizzare questi servizi è necessaria anche una buona dose di stupidità. Siamo sicuri che è meglio sfruttare la stupidità o l'ignoranza, piuttosto che cercare di curarla? I 10 clienti della mia azienda che fatturano di più non sono fra quelli più stupidi, ma fra quelli più intelligenti.

Credo che sia importante decidere di limitare liberamente questi tipi di business, prima arrivi la legge a farlo, perché lo farà in modo quasi certamente sproporzionato: sappiamo che leggi vengono fatte, purtroppo, da politici e non da esperti del settore, e di solito vengono fatte come mosse politiche, in risposta all'opinione pubblica quando finalmente qualcuno la fa muovere. Basti vedere a quel che è successo con gli 144, poi con gli 166... E' stata una guerra, ma come in tutte le guerre non c'è alcun vincitore: non la parte debole, e quindi ne' la legalità ne' la giustizia. Ma nemmeno il mondo del business: è ormai consolidato un clima di assoluta sfiducia, per cui i numeri a tariffazione aggiunta sono ora "bollati" e non si riescono più a utilizzare per fare servizi che sarebbero pulitissimi, servizi a cui vorrebbero accedere un sacco di piccole imprese e che genererebbero un business, certamente meno immediato e dirompente, ma più stabile e a lunga durata.

Almeno inserire un limite massimo nella spesa mensile, prima che sia la legge a imporlo, e un ulteriore limite impostabile dal genitore.

Altre alternative e proposte non ne faccio: non me lo sono posto come obiettivo. Ho fatto già abbastanza se sono riuscito, con questo discorso, a provocare qualche ragionamento, a muovere qualche intelligenza. Una volta mossa, quell'intelligenza saprà cercare e trovare le soluzioni del caso.

Noi in SMS Italia qualcosa, nel nostro piccolo, crediamo di averla fatta. Nello scorso maggio, in occasione della modifica allo statuto per recepire le nuove modifiche al diritto societario, abbiamo modificato anche l'oggetto sociale, in un modo abbastanza anomalo. Abbiamo inserito questa frase: "La società SMS Italia non potrà svolgere le attività relative o collegate a servizi erotici, o per adulti, gioco d'azzardo, magia, cartomanzia, astrologia". Avrei voluto aggiungere anche altro, tipo "servizi similari", "servizi rivolti ai minorenni", ma il notaio non ce l'ha permesso perché in quanto erano indicazioni troppo generiche e rischiavano di creare problemi di validità.

Di tutto questo negli ultimi anni se ne sta fortunatamente incominciando a parlare a molti livelli, per fortuna anche all'ONU e negli organi di governo della nostra Unione Europea, con il nome di "responsabilità sociale". Prendendo fondamentalmente atto del fatto che per risolvere i problemi e far andare meglio le cose, il diritto, soprattutto quello internazionale, non è lo strumento adatto, e la cosa più efficace è sensibilizzare la responsabilità degli amministratori e degli imprenditori.

**Non sperando che diventiamo più buoni** (la storia umana non è andata in questa direzione) **ma più colti e più intelligenti** (in questa direzione invece è andata indubbiamente l'evoluzione umana).

Tornando al titolo, spero di aver motivato la mia risposta. Scelta inesistente, cioè non porsi nemmeno la domanda etica è un atteggiamento ignorante e superficiale. Pensare che l'etica sia una scelta suicida, contraria al business, è miope, perché è un ragionamento che considera solo il breve termine. Pensare che sia una scelta che fanno fare solo i coraggiosi, i santi, significa che ho parlato a vuoto, perché ho cercato di spiegare per tutto il tempo che è una scelta da imprenditori, non da santi. Pensare che è una scelta furba vuol dire capire che l'etica non diminuisce il business, ma lo aumenta in modo duraturo e sostenibile.

---

Prima di chiudere, credo sia bene fare alcune necessarie distinzioni per non creare equivoci. Mobile Fun **non** significa solo servizi onerosi a contenuto divertente. Ci sono anche quelli non onerosi che personalmente mi stanno molto simpatici. Penso ad esempio ai concorsi a premi e all'advertising, dove i giochi e le applicazioni

multimediali mobili vengono usati sia ad integrazione di campagne pubblicitarie tradizionali, ma anche in campagne totalmente "new-media", e bisogna dire con molto successo: creano redemption molto alte, soprattutto se li facciamo noi di SMS Italia. Che soprattutto ultimamente abbiamo sempre più commesse in questa direzione, essendo partner tecnologici di varie agenzie di creatività.

Anche di tutti i micropagamenti non bisogna fare un unico fascio. Ad esempio i servizi a cui ho accennato prima, e che ho definito "pulitissimi", realizzabili con numeri telefonici a tariffazione aggiunta, pensate alla richiesta e al pagamento di visure online, l'inserimento a pagamento di annunci di oggetti usati, in generale servizi informativi, l'assistenza a pagamento alla clientela in caso di contratti che non lo prevedono, eccetera. Talvolta si riescono ancora a utilizzare numerazioni come l'899, c'è anche l'892 che è un po' più costoso, quando il cliente preferisce non usarle, per i problemi di bollatura a cui accennavo prima, si può utilizzare un numero normale o un semplice sms, addebitando su carta di credito senza dover inviare il numero della carta, grazie a un servizio di pagamento che abbiamo sviluppato in modo esclusivo che ritengo veramente molto interessante. Questi servizi noi li facciamo e li facciamo bene. Con molti di essi siamo partiti per primi in Italia, nell'ormai lontano 1996.

Lasciatemi fare un'ultimo accenno di pubblicità. Da poche settimane abbiamo lanciato un nuovo servizio, una novità a livello europeo: Si tratta di un "guardiano virtuale" che controlla continuamente i server delle aziende abbonate, per segnalare tempestivamente eventuali malfunzionamenti ai tecnici dell'azienda stessa, via SMS. Il servizio l'abbiamo battezzato SMS Guardian e consente di intervenire rapidamente in caso di guasti hardware, assenza di tensione o di connessione alla Rete e quindi permette di evitare o almeno di limitare i danni a livello contrattuale e di immagine.

Fra l'altro si attiva in 10 minuti perché non c'è nessun programma da scaricare e funziona con tutti i sistemi operativi. Si può usare sia per monitorare i propri server, sia per chi ha un server in housing o un sito in hosting per allertare il provider e tenere sotto controllo il rispetto degli standard di disponibilità garantiti. Infatti a fine mese facciamo un bel report con tutti i tempi di down e le statistiche, così uno può direttamente girarlo al provider per ottenere gli eventuali rimborsi previsti dallo SLA.

Per approfondire questi e gli altri servizi vi invito a visitare il nostro sito [www.sms.it](http://www.sms.it).

Se mi volete scrivere i vostri commenti: [e.preda@sms.it](mailto:e.preda@sms.it).

Grazie della pazienza.

---

Domande e risposte in breve:

*D-Non le pare che sia il genitore a dover educare il minorenne, e non le aziende?*

R-Certamente, ma bisogna dare degli strumenti al genitore. E' semplicistico rovesciare la responsabilità di negare la ricarica telefonica sul genitore. Il genitore potrebbe volere la parte vocale (ad esempio per essere chiamato in caso di necessità) ma voler proibire o limitare la parte a valore aggiunto.

*D-Se c'è una domanda, non è etico non rispondere con un'offerta*

R-La soddisfazione della domanda crea notoriamente un circolo, un'aumento della domanda stessa. La domanda viene incentivata, aumenta in complessità e profondità. E' questo il circolo vizioso da non innescare, cercando di sostituirlo con un altro circolo virtuoso

*D-Chi stabilisce le regole etiche? Chi decide se un servizio è buono o è cattivo?*

R-Le stabilisce lei stesso, secondo il SUO concetto di felicità. Ciò che sto ipotizzando non è assolutamente una censura esterna, ma un'autocensura, semmai.

*D-Non è assurdo che ci sia un ricarico dell'80% da parte degli Operatori?*

R-Sì, e questo mostra, secondo me, che anch'essi dovrebbero sentirsi coinvolti da questa responsabilità. Al di là del codice di comportamento, anche la politica tariffaria non è "etica", intendo conveniente, per loro stessi: toglie ossigeno ai clienti e non favorisce lo sviluppo del mercato.