

INTERNET. Esperimento di Francesca Sassoli , mamma e giornalista

## «In 8 mesi di spesa on line ho risparmiato il 30-40%»

ROMA Da otto mesi vive di **e-commerce**: viaggi, regali, aperitivi, cene e trattamenti di bellezza. Due i grandi assenti: benzina e farmaci. **Francesca Sassoli** ha 36 anni, è giornalista e mamma single di un bambino di tre anni e mezzo. Da giugno 2010 compra online. «Economicamente ho registrato un risparmio di circa il 30-40% e sono più consapevole di come uso il mio denaro». Niente spese folli né sprechi. «Posso fare la spesa a mezzanotte mentre mio figlio dorme e il giorno dopo andare al parco invece che al supermercato». «Certo mi mancano il cappuccino al bar e il giornale dell'edicola. Ma dove non arriva l'**e-commerce** ci sono gli amici che offrono». Per Francesca, online si possono fare «parecchi affari, dai coupon con pacchetti di offerte» agli outlet per l'abbigliamento. Ma Attenzione «a non cadere alla tentazione dell'iper-sconto e agli acquisti oltre i confini doganali». L'ideale, all'inizio, è affidarsi «a siti più conosciuti, magari già sperimentati da amici». Finora non ha subito truffe e ai molti italiani reticenti e timorosi dell'utilizzo della carta di credito online dice: «Spesso i dati sensibili sono rubati offline». L'esperienza della giornalista, è raccontata sul blog [www.francescaonline.it](http://www.francescaonline.it) e, attraverso la sua esperienza «di debuttante allo sbaraglio sulla Rete altre persone si sono convinte che forse fare shopping online, pagare un bollo oppure la spesa per il week end si potevano fare comodamente dal proprio divano senza code e ansie». «Oggi in Italia i compratori online sono 8 milioni, più di un milione rispetto al 2009», afferma Roberto Liscia presidente Netcomm (Consorzio del commercio elettronico italiano), prevedendo «una forte evoluzione nel prossimo futuro». Anche perché «25 milioni di persone si informano su Internet» e, anche se non comprano, questo dimostra che «la geografia della Rete genera una nuova toponomastica e saranno sempre di più le aziende in grado di interpretare questi nuovi ambienti, coloro in grado di vincere la competizione nel proprio settore».