

LIBRI E GUIDE
Per le strade del Cairo
di Nagh Alghaz, Ibrahim Combari, Farouk, pagine 204, Euro 15,95



Il club delle riciclate segrete
di Andrea Izzari e Nancy Garbin, Gucchi, pagine 204, Euro 15,95



Mostrali tutti

mondo in tasca
solo TU sei il protagonista



DOSSIER E SPECIALI
Storia del Camminare
Comincia nel deserto australiano questa storia. Tra grandi nevadisti che puntano del nulla, gruppi di hippy-kid, il più evanescente di persone che gira a piedi, libri, storie di vita e di uomini, in cammino

Francia caraibica
I Caraibi francesi, dove si fondono culture e tradizioni diverse mantenendo un'aria vagamente familiare. Senza cambiare moneta, basta la carta d'identità e una macchina a noleggio per girare liberamente da sud

Mostrali tutti

CLICK & VIEW

Vivere solo di acquisti on line

di Sara Bianchi
Parte l'esperimento promosso da NetComm, consorzio del commercio elettronico italiano. Francesca Sassoli, giornalista di CertMedia, single, 36 anni e un bimbo di tre, nei prossimi mesi comporrà tutto il necessario tramite la rete

Francesca Sassoli inaugura il suo primo giorno di e-commerce "totale". Per i prossimi mesi farà la spesa solo da portali e siti Internet, acquistando on line ciò che le sarà necessario in prodotti e servizi. Il progetto lanciato il 18 maggio scorso da NetComm, Consorzio del commercio elettronico italiano, diventa un esperimento reale per tramite della giornalista di CertMedia, che si è preparata al test scrivendo un blog, che aggiornerà via via e cominciando, parlo sua, "con una spesa da periodo bellico". Una punta di timore si intravede in quello che, per l'Italia, è un'iniziativa unica e che coinvolge, insieme a Francesca, Filippo, il suo bambino di tre anni, il cane Beck. Un nucleo familiare come tanti che proverà a mettere in luce pregi e difetti dell'attuale offerta del commercio elettronico. La Sassoli è supportata da un gruppo di aziende partner e sarà seguita da Cnr Radio, di Cnr Tv News, dal quotidiano EpInfo.



I protagonisti dell'esperimento: Francesca, il suo bambino e il cane

Il mercato in fase matura

La sfida sarà mostrare come il web possa permettere di acquistare proprio tutto: dai beni alimentari al buono per il parcheggio. "Da anni portiamo avanti progetti di valorizzazione del commercio elettronico attraverso le attività istituzionali", ha detto Roberto Liscia, presidente di NetComm. "Oggi il settore ha raggiunto un grado di maturità tale da poter sostenere progetti impegnativi come quello che ci propone Cnr". Emergente nei primi anni Duemila con il primo boom di Internet, il commercio elettronico si è guadagnato uno spazio di mercato, minoritario rispetto agli altri canali, ma sempre in crescita. Le percentuali di incremento sono positive anche per quanto riguarda un territorio, come quello italiano.

Secondo NetComm, il commercio elettronico rivolto ai consumatori finali, da siti web italiani, nel 2009 aveva registrato un volume d'affari di 5.637 milioni di euro, mentre la previsione di sviluppo per il 2010 è del 16 per cento. Il turismo, dagli acquisti devoli sino alla scelta dell'itinerario e dei pacchetti vacanze, figura sempre tra le prime voci.

E-commerce quotidiano

Dalla gestione delle transazioni di pagamento - Tra i punti critici per lo sviluppo sui grandi numeri - alla funzionalità dei servizi di distribuzione, sono tanti i temi che l'esperimento farà emergere. "Francesca Sassoli porterà avanti, nei prossimi mesi, un progetto estremamente interessante per la sua forte connotazione di interattività", ha detto Marco Fontana, Country Manager Italia di Air Berlin, tra i partner dell'iniziativa, "questo permetterà alle agenzie di vivere insieme al consumatore alcune delle dinamiche fondamentali dell'e-commerce". Internet ha cambiato il modo di vivere dei consumatori e sempre di più lo farà in futuro. Il mondo del turismo è tra quelli che più si sono distinti come capacità di innovazione, trainando questo andamento. Per Fulvio Dal Passio, direttore Marketing & Service Operativi di Primi sui Motori Spa "il web è e sarà uno strumento straordinario per le agenzie italiane, abbiamo di fronte un potenziale inesperto, dovuto ancora alla diffidenza del consumatore italiano. Questo progetto è una risposta, pratica essenziale e soprattutto diretta". Partner annunciati anche Alpitour World, CheBanca, Privata Italia. (22/06/10)



Il web come supermercato

Il blog di Francesca Sassoli
www.Francescaonline.it

mondo in tasca Registrati alla newsletter

movimenti
Primo creativo per governi viaggiatori

NAVIGA, CONFRONTA, PRENOTA ONLINE

Prenota e parti subito con

Interhome
Dove abitate le vacanze

Le più belle destinazioni del mondo

Prenota le tue vacanze

TUI.it
L'esperto nel tuo viaggio