

SI CLICCA, SI COMPRA E SI PARLA ITALIANO

Ecco i principali siti italiani dove si possono fare acquisti on line

■ MODA

www.hyper.it/marcobracci

Camicie su misura e anteprima delle nuove collezioni.

www.fernandociai.it

Presenta un catalogo di maglieria cashmere acquistabile in rete.

www.bozzi.it

Vendita di abbigliamento di varie marche. Ricca galleria fotografica

<http://ondart.com/latentazione>

Vende al dettaglio camicie da uomo, consegna in tutt'Europa in 48 ore

www.silkfashion.com

Cravatte di Ferrè, Yves Saint Laurent, Lacroix... Con istruzioni per il nodo

■ GASTRONOMIA

www.oliocarli.it

Storia, prodotti e una sezione dedicata all'Abc dell'olio di oliva.

www.Bernardi.it

Casificio specializzato in formaggi freschi, stracchino e grana padano.

www.Sapores.com/ital

Specializzata in prodotti alimentari tipici della Sardegna.

www.savia.it

Specialità dolciarie siciliane: cassate, cannoli, torrone, olivette.

www.Lindt-Chocogramm.ch

Cioccolato e cioccolatini da regalo. Non è in Italia, ma prende per la gola

www.Esperya.com

Vendita di prodotti alimentari tipici italiani.

www.vinoplease.it

Un sito per intenditori, con bottiglie di ogni regione e ogni prezzo

www.puglia.org/iper/

Ricco il catalogo di prodotti pugliesi ma non solo

www.salami.com

Nonostante il nome specifico, qui potete trovare anche altri salumi

■ SPETTACOLO

www.tkts.it

Eventi sportivi, musicali, culturali, con verifica dello stato dell'ordine.

www.cosi.it/verona

Biglietteria telematica, consegna a casa i biglietti della stagione lirica

www.ticket.it

Prenotazione e vendita di biglietti per eventi sportivi, musicali, culturali.

www.milanoticket.it

Biglietti dell'Inter per campionato, Coppa Italia e Champions League.

■ FIORI E PIANTE

www.visaflor.com/it

Vendita di fiori con consegna diretta in vari paesi europei.

www.floritel.com/it

Fiori e composizioni, con consegna entro 4 ore in decine di paesi.

www.fiorionline.com

Fiori per ogni circostanza, con notizie e curiosità sul mondo fioreale.

■ PRODOTTI PER LE IMPRESE

www.agatirno.it/abs

Mobili per ufficio, portacomputer, stampanti, cassetteria, ricambi per PC

www.vocabolario.com

Traduzioni in molte lingue da madre lingua. Preventivi in tempo reale

www.pigna.it

Tutti i prodotti di cartoleria, il diario virtuale, i concorsi, le collaborazioni.

www.dmail.it/

Cancelleria assortita: block-notes, post-it, penne e matite.

■ LIBRI

www.internetbookshop.it

La grande libreria virtuale italiana, anche con volumi stranieri

■ INFORMATICA

www.centrohi.it

Hardware e software in tutta Italia.

www.sesamarket.it/

Un piccolo Dell italiano

■ MALL

www.bestofitaly.it

Uno dei primi "supermercati virtuali" italiani

www.bella-italia.com

Da Vicenza agli USA (e non solo), il made in Italy on-line

■ ASSICURAZIONI

www.linear.it

Tutte le polizze per l'auto a portata di clic

www.generweb.it

Automobili protette via Internet, con informazioni e costi delle polizze.

le spedizioni usano la posta ordinaria, è probabile che si possa pagare in contassegno, senza fornire il numero della propria carta di credito. Una cosa che agli italiani risulta assai sgradita: è uno dei motivi-chiave del lento sviluppo del commercio elettronico nel nostro paese, nonostante i sistemi di pagamento sicuro (vedere riquadro nella pagina precedente). «Gli italiani hanno una scarsa propensione ad acquistare a distanza utilizzando cataloghi o altri metodi analoghi» afferma Giorgio Cantarini di Bull. «Si tende ancora a cercare il confronto con un venditore in carne e ossa, e si ha paura di utilizzare le carte di credito, strumento di pagamento diffusissimo nei paesi anglosassoni».

Dal punto di vista dell'offerta, per le piccole aziende l'ostacolo è rappresentato non tanto dalla creazione del sito, quanto dalla realizzazione di una struttura informatica in grado di gestire l'e-business. Per fare fronte a queste esigenze diversi produttori di informatica, prima tra tutte l'Ibm, si sono attrezzati per fornire loro pacchetti chiavi in mano per l'e-commerce (www.ibm.com/e-business/it).

Un altro freno al commercio elettronico è dato dalla scarsa penetrazione di computer dotati di modem (e quindi di potenziali navigatori) nelle case italiane: le aziende continuano a vedere sulla Rete un numero troppo esiguo di possibili clienti, e dunque non investono. «Domanda e offerta (di beni e servizi in Rete) si limitano o si alimentano reciprocamente» conclude Walter Poloni, E-Commerce Program Manager Microsoft.

Ma ogni giorno nascono nuovi siti dedicati al commercio elettronico e gli utenti italiani già possono stipulare una polizza dopo averla confrontata con altri prodotti simili (www.finair.it), acquistare un Pc (www.centrohi.it), azioni (www.fineco.it), o cd e videocassette alla neonata Cd City (www.cdcity.it).



www.oliocarli.it

www.ibm.com/e-business/it