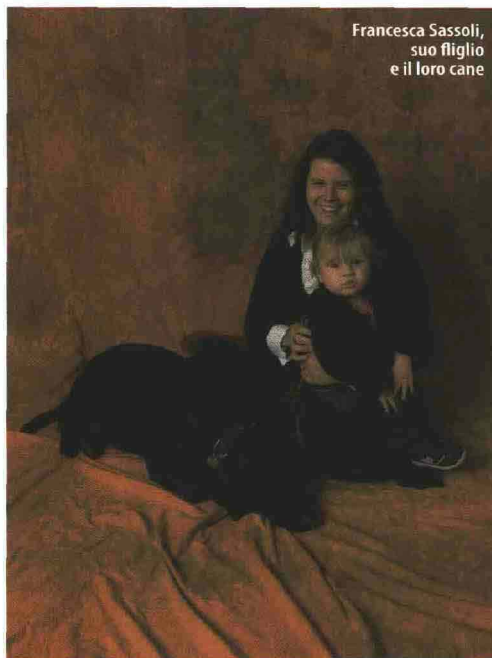


Test L'esperimento di una giornalista di CnrMedia Vivere di solo e-commerce

In alcuni Paesi acquistare online è un atto scontato e quotidiano, ma in Italia questa pratica non si è ancora affermata. Sarà la diffidenza verso le transazioni elettroniche, oppure l'abitudine radicata di "toccare con mano"; o forse la quantità di servizi offerti dal web non sono ancora all'altezza per praticità o qualità. Verificare se si può vivere comprando solo su internet è la sfida che la giornalista di CnrMedia Francesca Sassoli porterà avanti per i prossimi dodici mesi. Francesca, 36 anni, single, un figlio di tre anni e un cane, vuole indagare sulle reali opportunità offerte da internet. Sul sito Francescaonline.it dal 22 giugno scorso è possibile seguire il suo quotidiano viaggio nell'e-commerce: non solo avventure o disavventure, come la difficile impresa di pagare una multa attraverso i media elettronici, ma anche suggerimenti su dove trovare prodotti particolari e interessanti, ovviamente sempre in rete. L'amministratore delegato di CnrMedia Bruno Sofia, spiega: «Sfruttando la comunicazione multicanale e l'interazione tra i mezzi radio, tv, web e stampa quotidiana a nostra disposizione,

I mezzi del network seguiranno nei prossimi dodici mesi Francesca Sassoli che cercherà di verificare se è possibile fare acquisti esclusivamente online

di **Silvia Antonini**



Francesca Sassoli, suo figlio e il loro cane

abbiamo voluto catturare l'attenzione del pubblico attraverso un percorso realistico e giornalistico fino ad oggi mai intrapreso in Italia, decisamente forte e unico nel suo genere: affidare a Francesca Sassoli il compito di protagonista attivo del mondo dell'e-commerce. La forza del progetto, che

ha attirato l'attenzione di Netcomm e delle aziende partner, è sicuramente l'elemento d'innovazione in termini di comunicazione e di discontinuità rispetto al passato: l'e-commerce non più solo sotto il profilo di scenari e dati, ma finalmente come realtà quotidiana vissuta attraverso l'esperienza di

una persona». L'iniziativa ha trovato sostegno innanzitutto da parte di Netcomm, il consorzio del commercio elettronico italiano: «Da anni portiamo avanti progetti di valorizzazione del commercio elettronico attraverso le attività istituzionali - dichiara Roberto Liscia, presidente di Netcomm -. Oggi l'e-commerce ha raggiunto un grado di maturità tale da poter sostenere attività impegnative come quella che ci propone Cnr. Per questo motivo ci siamo fatti promotori dell'iniziativa». Oltre che sul blog www.francescaonline.it, è possibile seguire l'esperimento di Francesca Sassoli grazie ai due appuntamenti quotidiani su Cnr Radio Fm e allo spazio su Cnr Tv News, cui si aggiunge la rubrica pubblicata ogni giorno su E Polis.

modo di vivere dei consumatori e sempre più lo farà in futuro. Il mondo del turismo è tra quelli che si sono distinti come capacità di innovazione, trainando questo andamento». Alpitour World è entrato nell'e-commerce da un anno con il nuovo portale che - spiega Ezio Limonta, responsabile divisione web -, con più di 5 milioni di visitatori e 41 milioni di pagine viste rappresenta la principale sfida tecnologica del Gruppo negli ultimi anni. L'iniziativa di Cnr è particolarmente adatta a dare rilevanza a Jeans, il tour operator virtuale lanciato recentemente.

«Per la prima volta è un consumatore e non un'azienda a raccontare lo shopping online - afferma Valentina Visconti, ceo di Privalia Italia -, con l'obiettivo di velocizzare l'avvicinamento all'acquisto online del consumatore italiano», mentre Fulvio Dal Passo, direttore marketing e servizi operativi di Primi Sui Motori sottolinea: «Il web è uno strumento straordinario per le aziende, abbiamo di fronte un potenziale inespresso dovuto ancora alla diffidenza del consumatore italiano. Questo progetto è una risposta pratica, essenziale e soprattutto diretta».

Cnr, un sistema composto

■ **CnrMedia** A CnrMedia fa capo un sistema multimediale fondato sull'esperienza dell'agenzia giornalistica Agr, che fornisce notizie e approfondimenti tutti i giorni, 24 ore su 24. I giornalisti professionisti che la compongono coordinano dalla redazione centrale di Milano i contributi di circa 52 troupe e corrispondenti sparsi in tutta Italia.

■ **Cnr Radio Fm** E' la rete radiofonica nazionale nata dalla fusione tra le principali emittenti regionali italiane. Manda in onda ogni giorno 34 Gr e pubblicità nazionale trasmessa in cluster esclusivi. La ascoltano quotidianamente oltre 6 milioni di persone.

■ **Cnr Tv News** E' la prima rete-news che riunisce le migliori emittenti tv areali italiane con un format di informazione messo in onda simultaneamente. L'offerta editoriale prevede 6 edizioni di Tg quotidiani della durata di 3 minuti, in onda dal lunedì al sabato, oltre ad un tv magazine. Complessivamente i tg generano oltre 2 milioni di contatti al giorno.

■ **Altre attività** Completano il sistema, Cnrmedia.com, le applicazioni gratuite iPad e iPhone, e il quotidiano E Polis di cui Prs è concessionaria per la raccolta pubblicitaria.

Gli sponsor

L'avventura della Sassoli ha attirato l'attenzione di partner come Air Berlin, Alpitour World, Privalia Italia, Primi Sui Motori e CheBanca!, presente con i propri servizi bancari tutti rigorosamente online. Per Marco Fontana, country manager Italia di Air Berlin, il progetto è interessante per la sua connotazione di interattività. «Internet ha cambiato il



Bruno Sofia