

Un catalogo con 27 mila prodotti tra informatica, elettrodomestici, fotografia, telefonia, videogiochi

# ePrice, un modello all'americana

## Tre i punti di ritiro pick & pay e la possibilità di pagare a rate

DI CINZIA BURO

**D**iventare un punto di riferimento nazionale per gli acquisti virtuali di prodotti tecnologici, oltre che il miglior sito di e-commerce italiano.

Sono questi gli intenti di [www.ePrice.it](http://www.ePrice.it), distributore globale di prodotti d'informatica, hi-tech e di altre categorie merceologiche commerciabili via web, rivolto sia alla piccola e media impresa sia a professionisti e a utenza finale.

ePrice nata nel 2000, con i suoi attuali 20 mila accessi giornalieri, è in grado di offrire un catalogo di circa 27 mila prodotti tra informatica, elettrodomestici, fotografia, telefonia, videogiochi ecc., fornendo prezzi competitivi unitamente a un buon servizio pre e post-vendita, velocità nelle consegne, aggiornamento in tempo reale circa la disponibilità dei prodotti e sicurezza nelle transazioni economiche.

Il sito presenta tra le sue sezioni principali quella riguardante le varie categorie di pro-

dotti offerti, un box di ricerca veloce, una guida all'acquisto in otto rapide lezioni e uno spazio per i link.

«Il nostro modello di business», spiega Raul Stella, amministratore delegato della società, «è quello dei grandi siti di e-commerce americani e inglesi (Amazon, Buy.com, Cdw.com, Dabs.co.uk) applicato alla realtà italiana delle piccole e medie imprese. Le differenze fra ePrice e altri siti di e-commerce che offrono servizi simili sono ravvisabili nella presenza di un ampio catalogo rispetto alla maggior parte dei siti concorrenti, nel fatto di essere presente in Italia con tre punti di ritiro pick & pay (Gallarate, Milano e Roma), dove è possibile ritirare il prodotto acquistato on-line e pagarlo direttamente al responsabile del punto vendita, e altresì nella facoltà concessa all'utente di usufruire di differenti modalità di pagamento e ritiro della merce».

Infatti, l'apertura dei pick & pay come luogo fisico di ritiro della merce, avvenuta per rispon-

dere alle necessità dei clienti, è dettata principalmente dalla scarsa propensione e fiducia negli acquisti on-line, dato che ancora oggi numerosi utenti preferiscono pagare la merce solo se visibile fisicamente al punto di ritiro. Inoltre, con tale sistema non si hanno spese aggiuntive per la spedizione e il pagamento può avvenire all'atto del ritiro della merce sia in contanti sia con bancomat, carta di credito o assegno bancario.

In alternativa al sistema del pick & pay, è possibile ritirare la merce acquistata on-line presso uno dei 1.400 Tnt point dislocati in tutta Italia e concentrati principalmente nelle zone centrali delle città presso stazioni, negozi della catena Buffetti, cartolerie, agenzie viaggi. La differenza fra quest'ultima modalità di ritiro e il pick & pay, consiste nell'utilizzo del corriere espresso Tnt per il trasporto, che, a seconda del peso degli articoli ordinati, varia nel costo, mentre la formula di pagamento è costituita da carta di credito, bonifico bancario anticipato o bolletti-

no postale. Tra le diverse tipologie di pagamento è prevista anche la formula a rate. Infatti, grazie a un accordo con Consel spa, società finanziaria di credito al consumo del gruppo Banca Sella, gli utenti hanno la possibilità di usufruire di una rateizzazione dei pagamenti attraverso un finanziamento personalizzato che può essere richiesto per un minimo di 155 euro (Iva inclusa) e un massimo di 7.750 euro (Iva inclusa). Il pagamento della prima rata avviene 30 giorni dopo la liquidazione dell'importo da parte della finanziaria e ciò consente al cliente di dilazionare il pagamento e pianificare il bilancio.

ePrice.it è inoltre il primo sito italiano «verified by Visa», sistema sviluppato da BankAmericard e utilizzato per ridurre l'uso fraudolento delle carte di credito Visa negli acquisti on-line, che permette ai titolari della carta di autorizzare il pagamento su internet tramite un'autenticazione protetta da password.

«Secondo le analisi di mercato», conclude Stella, «il nostro



Raul Stella

reach è tra i primi in Italia e oltre il 35% degli utenti che effettua un acquisto ritorna sul nostro sito per effettuarne altri. Il riscontro positivo ottenuto ha consentito alla società di chiudere l'esercizio 2003 con un fatturato di 9,2 milioni di euro, con gli utili attestati sui 35 mila euro, mentre per il 2004 è previsto un fatturato di 12 milioni di euro». Per quanto riguarda gli obiettivi, ePrice intende consolidare la propria leadership nel commercio elettronico italiano e di espandere, non prima del 2005, il proprio business anche sul fronte europeo.