

- Home Local
- Calcio e Sport
- Crimini e Delitti
- Cronaca e Attualità
- Economia e Consumi
- Immigrati e Integrazione
- Internet e Tecnologie
- Politica e istituzioni
- Società e Cultura
- Dossier Local
- Alto Adige
- Corriere delle Alpi
- Gazzetta di Mantova
- Gazzetta di Modena
- Gazzetta di Reggio
- Il Centro
- Il Mattino di Padova
- Il Piccolo
- Il Tirreno
- La Città di Salerno
- La Nuova Ferrara
- La Nuova Sardegna
- La Nuova di Venezia
- La Provincia Pavese
- La Sentinella del Canavese

DALLE CRONACHE DEI QUOTIDIANI

PER ARGOMENTO

PER TESTATA

inserisci la parola da ricercare

Scegli un argomento



→ VAI

INVENTATO DA UN TRENTACINQUENNE. SEGNA LA PRODOTTO PER PRODOTTO IN QUALE SUPERMERCATO C'È L'OCCASIONE GIUSTA

Un sito web per la spesa al minor prezzo l'offerta migliore la trovi con un clic

Luca De Vito

In tempi di crisi, Internet può diventare un alleato: c'è un sito, Klikkapromo.it, che segnala prodotto per prodotto, dalla pasta all'acqua minerale, dalla mozzarella allo shampoo, il prezzo più basso praticato nei supermercati di Milano e Provincia. Di più: consente di aggiungere le proprie preferenze (i negozi più vicini o le marche di fiducia), e calcolare il costo della spesa a seconda che la si faccia in zona o seguendo le offerte là dove sono.

Il servizio, il primo così concepito in Italia e per ora attivo solo a Milano e Provincia, l'ha inventato il trentacinquenne Luciano Mazzone, esperienza di consulente finanziario nel campo dei mutui on line e convinto che [Klikkapromo](http://Klikkapromo.it) sia, su scala collettiva, anche un'operazione ecologica: «Se in Italia si smettesse di stampare i volantini con le promozioni si risparmierebbe l'emissione di 500mila tonnellate di CO2, il taglio di tre milioni di alberi e il consumo di 35 milioni di megawatt». Sulla scala del consumatore individuale, la promessa è di un risparmio annuo che, approfittando in teoria di ogni miglior offerta, potrebbe arrivare a duemila euro all'anno per famiglia. «Nessun prodotto, aggiunge Mazzone, viene messo in primo piano rispetto ad altri se non per la convenienza e nessun operatore della grande distribuzione è presente nella struttura della nostra società, a garanzia della nostra totale indipendenza». Ma allora come campa, [Klikkapromo](http://Klikkapromo.it)? «La grande distribuzione rappresenta comunque il nostro cliente ideale perché con le nostre segnalazioni neutrali risparmia sui costi di comunicazione delle proprie offerte». Per ora sul sito ci sono prodotti di sei grandi catene, ma superata la cautela iniziale di molti grandi distributori [Klikkapromo](http://Klikkapromo.it) spera di espandersi. Caso raro per una startup, sull'onda della crisi.

→ Torna indietro