



dimenticare code e pesanti borse da trasportare» dichiara François Nuyts, Country Manager di Amazon Italia e Spagna. «Oggi è solo il primo giorno: abbiamo iniziato con migliaia di prodotti da centinaia di marchi nazionali e internazionali di eccellenza e continueremo ad ampliare la nostra selezione in modo rilevante nelle prossime settimane e nei prossimi mesi. A cominciare da questa estate daremo l'opportunità ai venditori terzi di offrire i loro prodotti all'interno del nuovo negozio Alimenti e cura della casa: questa è una grande occasione per le aziende alimentari italiane di raggiungere milioni di clienti Amazon sia in Italia sia all'estero».

Un mercato che l'Osservatorio eCommerce B2c Netcomm - Politecnico di Milano ha fotografato : «Il comparto alimentare è nel 2015 uno dei settori più dinamici nel panorama dell'eCommerce B2c italiano», spiega Alessandro Perego, Direttore Scientifico degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano. «Crescono sia il Grocery (spesa da supermercato), che nel 2015 supera i 200 milioni di euro, sia il Food&Wine enogastronomico, che sfiora i 260 milioni di euro». E aggiunge: «Negli ultimi due anni sono diverse le insegne della grande distribuzione che hanno attivato iniziative di Click&Collect, con la possibilità di ordinare online e di ritirare presso il punto vendita. Anche nel Food&Wine enogastronomico rileviamo un certo fermento grazie all'intraprendenza di produttori, "presidi territoriali" (che valorizzano prodotti locali), retailer, enoteche e start up, come ad esempio nella vendita di prodotto fresco (soprattutto frutta e verdura), nella consegna del pranzo pronto a domicilio, e nella vendita di prodotti in nicchie molto specifiche. L'ingresso di Amazon non può che incrementare ulteriormente la vitalità del comparto. Ne beneficeranno anche le Pmi del settore food, che con il Marketplace potranno avere un ulteriore canale di accesso all'eCommerce e all'export online».