

Dolci, formaggi e salumi: decolla l'e-commerce enogastronomico

written by Redazione | 2 Marzo 2015



Una crescita del 17% nel 2014, con un valore medio d'acquisto pari a 31 euro: le categorie relative ai prodotti enogastronomici su eBay.it lo scorso anno hanno fatto registrare un incremento significativo e per il 2015 si prospetta un'ulteriore crescita, un segnale di come

l'e-commerce si stia sempre più affermando tra i canali preferenziali per vendere online anche prodotti enogastronomici e del Made in Italy. E a confermare i grandi margini di crescita per il settore alimentare online, nel mercato interno e nell'export, ci sono i dati dell'osservatorio del Politecnico di Milano secondo i quali nel 2014 il comparto grocery ha costituito l'1% del totale del commercio elettronico italiano contro il 13% del Regno Unito.

Sulla piattaforma italiana di eBay lo scorso anno sono stati venduti 32.792 prodotti nella sottocategoria "Dolci e Biscotti", 25.733 prodotti in "Pasta e condimenti" e 8.146 prodotti in "Salumi e Formaggi". Un segnale che conferma eBay.it come uno tra i principali player italiani e abilitatore di multicanalità per i venditori, sia in Italia che verso l'estero. In tempo reale, invece, sono oltre 265

mila i prodotti enogastronomici in vendita su eBay.it e ogni 73 secondi si registra un acquisto.

Per sostenere i venditori, eBay.it ha annunciato l'azzeramento delle "commissioni sul valore finale" pagate dal venditore professionale sul prezzo del prodotto venduto, a partire dal 2 aprile prossimo. Ogni venditore professionale che opera nelle categorie dedicate all'alimentare (da "dolci e biscotti" a "pasta e condimenti" fino a "salame e formaggi" e a "gastronomia"), dunque, non pagherà alcuna commissione sul valore finale della vendita dei prodotti. Nei fatti, si passa dall'8,7% sul prezzo del prodotto allo 0% di commissione applicata sul valore finale. Inoltre i venditori professionali con un negozio premium su eBay non pagano le tariffe d'inserzione. eBay ha deciso di applicare queste modifiche in modo da permettere ai propri venditori di offrire prodotti a prezzi molto più competitivi, soprattutto in vista dell'EXPO.

L'annuncio è stato dato durante la tavola rotonda organizzata da eBay con la partecipazione del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, di Aicig (Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche) e di Coldiretti per discutere dei trend del mercato food in Italia e dell'opportunità del commercio elettronico.