



You are here: [Home](#) / [Economia&Finanza](#) / **Crescono di più del 20% le PMI campane che vendono in Italia e all'estero su Amazon**

Crescono di più del 20% le PMI campane che vendono in Italia e all'estero su Amazon

By Redazione SinergicaMentis

18 0 0

ECONOMIA&FINANZA

29/07/2020

User rating:





Milano, 29 luglio 2020 - Più di 2.000 realtà locali, in crescita di più del 20%, vendono i propri prodotti online su Amazon: questo è l'aumento registrato nel 2019 per le piccole e medie imprese campane che puntano alla digitalizzazione e all'e-commerce per raggiungere nuovi clienti non solo in Italia, ma anche all'estero. Più della metà di queste imprese, infatti, vende le eccellenze della produzione locale in Europa e nel mondo attraverso Amazon, dove trovano servizi, soluzioni e programmi dedicati, come Amazon Handmade e Amazon Made in Italy, che le aiutano a far crescere il proprio business. In totale, le PMI italiane che vendono su Amazon sono più di 14.000.

Ed è ancora al Made in Italy che Amazon.it dedica una nuova iniziativa, #VacanzeInItalia, in collaborazione con Lonely Planet: un viaggio attraverso lo Stivale, 20 itinerari, uno per regione, alla scoperta delle gemme nascoste di tutta la Penisola, delle sue mete meno conosciute e delle destinazioni più suggestive. Ogni percorso proposto racchiude anche una selezione delle eccellenze del Made in Italy tipiche del territorio, tra cui prelibatezze enogastronomiche e prodotti fatti a mano dagli artigiani italiani.

Per quanto riguarda la regione Campania la guida include i prodotti tipici come i Piatti e le Tazzine da caffè realizzate da Le Ceramiche del Castello di Nina Palomba, i Sandali in stile "Positano" della Calzoleria Naclerio dal 1896, disponibili sulla vetrina Handmade di Amazon.it, e il Caffè napoletano di Passalacqua Harem e i taralli napoletani extra mandorlati artigianali di Iazzetta disponibili sul negozio Made in Italy di Amazon.it

Tra le aziende della Campania di maggior successo su Amazon figura Coppola Foods, un'azienda salernitana a conduzione familiare, arrivata ormai alla quarta generazione e con una lunga tradizione nella produzione e commercializzazione di prodotti alimentari. Nonostante la commercializzazione dei loro prodotti sia già dedicata anche all'export, Amazon ha permesso all'azienda di esplorare il commercio online in Italia e in mercati esteri come Germania, Francia, Spagna e Stati Uniti. "Il programma creato con l'Agenzia ICE rappresenta un'ulteriore occasione per migliorare la nostra visibilità" spiega Ernesto Coppola, CEO di Coppola Foods. "Grazie ad un corso iniziale abbiamo avuto modo di comprendere fino in fondo tutte le funzionalità e le potenzialità della piattaforma che ci offre la possibilità di vendere online in modo efficiente, soprattutto in ottica della gestione dei volumi e di personalizzazione dell'offerta sulla base dei feedback dei clienti". Il pomodoro San Marzano e i sughi pronti senza zuccheri aggiunti sono tra i prodotti più apprezzati all'estero e durante il lockdown le vendite di Coppola Foods sono quadruplicate: "Vendendo generi alimentari di prima necessità,

abbiamo preferito dare priorità alle consegne tramite Amazon al fine di aiutare, nel nostro piccolo, la popolazione in un momento di grossa difficoltà” conclude Ernesto.

Amazon sostiene l’artigianato italiano attraverso Amazon Handmade, un negozio dedicato ai prodotti creati a mano, e le eccellenze italiane attraverso la vetrina Made in Italy, che oggi conta oltre 2.000 imprese e una selezione di 1 milione di prodotti, cui 300.000 solo su Amazon.it. A questo, si aggiunge l’intesa siglata nel 2019 tra Agenzia ICE e Amazon che prevede la realizzazione di un piano di promozione e sviluppo per l’inserimento di nuove aziende e dei loro prodotti nella vetrina di Amazon Made in Italy, per la formazione ed il supporto alle aziende nelle vendite online, e per attività di marketing che promuovano i prodotti ed accrescono le vendite all’estero, in particolare in Francia, Germania, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti.

Amazon

Amazon è guidata da quattro principi: ossessione per il cliente piuttosto che attenzione verso la concorrenza, passione per l’innovazione, impegno per un’eccellenza operativa e visione a lungo termine. Le recensioni dei clienti, lo shopping 1-Click, le raccomandazioni personalizzate, Prime, Logistica di Amazon, AWS, Kindle Direct Publishing, Kindle, i tablet Fire, Fire TV, Amazon Echo e Alexa sono alcuni dei prodotti e dei servizi introdotti da Amazon. Per maggiori informazioni, visitate il sito www.aboutamazon.it e seguite l’account Twitter [@AmazonNewsItaly](https://twitter.com/AmazonNewsItaly)

(Comunicato Stampa)



Redazione SinergicaMentis

Previous Article

Wiki Loves Monuments: al via concorso foto monumenti per illustrare Wikipedia