

IL COLOSSO DELL'E-COMMERCE CON LE ISTITUZIONI PER LA PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY

Amazon spinge l'export italiano

L'obiettivo è aiutare le aziende della piattaforma a raggiungere 4 miliardi di vendite all'estero nel 2025. La country manager Marseglia: in 14 anni investiti 17 miliardi e la strategia è continuare

DI ROSSELLA SAVOJARDO

Il portale di e-commerce più grande al mondo a sostegno del Made in Italy. Amazon in collaborazione con l'Agenzia Ice e tre diversi ministeri (Imprese, Agricoltura e Esteri) si sono impegnati a collaborare per mettere in campo una serie di azioni volte alla promozione e la protezione del marchio Made in Italy nel mondo.

«L'export per l'Italia è una voce importantissima», commenta la vice presidente e country manager di Amazon in Italia e Spagna Mariangela Marseglia, «e rappresenta all'incirca un terzo della nostra ricchezza. I valori delle esportazioni sono stati stazionari lo scorso anno anche a causa delle condizioni macroeconomiche ma ci stiamo impegnando a crescerne l'entità in maniera significativa». Nella strategia del colosso Usa c'è infatti l'obiettivo di spingere le vendite delle imprese italiane che usano la piattaforma fino a raggiungere un valore di 4 miliardi di euro entro il 2025. In questo modo Amazon alza l'asti-

cella, e annuncia di avere già superato l'iniziale impegno, assunto nel 2022, di supportare le piccole e medie imprese italiane che vendono sul negozio digitale per raggiungere gli 1,2 miliardi di euro di vendite all'estero entro il prossimo anno. A oggi, infatti, le vendite all'estero di tutti i partner di vendita sono di oltre 3 miliardi.

«Questo supporto», spiega ancora Marseglia parlando con *MF-Milano Finanza*, «si concretizza nella visibilità che diamo ai prodotti autentici del Made in Italy sul nostro sito. Già dal 2015 abbiamo una vetrina dedicata dove continuamente aggiungiamo nuovi prodotti e creiamo percorsi regionali». Insieme a questo, Amazon e l'agenzia Ice si sono impegnati nella realizzazione della terza edizione dei Made in Italy Days: una finestra promozionale, dal 27 maggio al 2 giugno, dedicata ai prodotti italiani negli Emirati Arabi Uniti, in Francia, Germania, Giappone, Regno Unito, Stati Uniti e Spagna, oltre che in Italia. Oltre a questo, insieme hanno rinnovato l'accordo che permetterà a altre 300 aziende di aprire

un proprio account sul portale, ricevendo una consulenza strategica tramite i programmi Incubator e uno specifico supporto logistico e legale negli Stati Uniti. Le vetrine target in questo caso sono quelle di Francia, Germania, Spagna, Regno Unito, Paesi Bassi, Svezia, Polonia e Stati Uniti. Un terzo elemento di supporto agli obiettivi preposti è il protocollo d'intesa siglato con i tre ministeri per tutelare l'autenticità dei prodotti e contrastare i fenomeni di contraffazione a danno di imprese e consumatori. «Dobbiamo rimanere a fianco soprattutto delle pmi, quelle che vanno più aiutate a entrare nei mercati internazionali», conclude Marseglia. «Amazon in Italia è ormai presente da 14 anni e in questo periodo abbiamo investito quasi 17 miliardi di euro nell'economia italiana, siamo tra le prime tre aziende straniere per investimenti in questo Paese e abbiamo creato circa 18 mila posti di lavoro senza considerare l'indotto. La nostra strategia per il futuro è di continuare su questa stessa linea». (riproduzione riservata)

