23-NOV-2026
da pag. 46-47 foglio 1 / 2

la Repubblica AFFARI&FINANZA
Settimanale - Dir. Resp.: Stefano Cappellini
Tiratura: N.D. Diffusione: N.D. Lettori: 154000 (Data Stampa 0006901)

DATA STAMPA
45° Anniversario

Data Stampa 6901 Data Stampa 6901
Data Stampa 6901 Data Stampa 6901

FOCUS

SVILUPPO

AMAZON

Nelle pmi vendite per 4 miliardi

Il bilancio del colosso e-commerce a quindici anni dallo sbarco in Italia: investiti oltre 30 miliardi Il country manager Busnelli: «Non siamo solo un canale di vendita, siamo un partner di crescita» Arriva la formazione gratuita sull'IA con Develhope

20.000

Sono oltre 20.000 le pmi italiane che vendono sul negozio online

Quindici anni fa Amazon arrivava in Italia con un solo centro logistico e un catalogo di sei categorie: libri, musica, film, elettronica, orologi e giocattoli. Oggi vende centinaia di milioni di prodotti in oltre venti categorie. Gli investimenti accumulati superano i 30 miliardi di euro, e più di 5 sono arrivati solo nel 2025. «L'Italia non è semplicemente un mercato per Amazon: è un Paese in cui investiamo con una visione di lungo periodo», dice Giorgio Busnelli, vicepresidente e country manager di Amazon Italia. I dipendenti a tempo indeterminato sono oltre 19.000, e questo mette il gruppo tra i primi 20 datori di lavoro del Paese. Secondo Teha è l'azienda che ha creato più posti di lavoro nell'ultimo decennio. «I nostri investimenti hanno generato oltre 23 miliardi di euro di valore aggiunto per il pil italiano», aggiunge Busnelli. Ricorda poi i più di 100.000 occupati complessivi, tra diretti, indiretti e indotto, e un contributo fiscale di 1,89 miliardi.

Ma la partita più interessante si gioca con le piccole e medie imprese. Sono oltre 20.000 le pmi italiane che vendono sul negozio online. Nel 2025 hanno generato più di 4 miliardi di euro di vendite, e oltre un miliardo è arrivato dall'estero. In un anno hanno spedito circa 100 milioni di prodotti, più di 200 al minuto in media. «Non siamo solo un canale di vendita: siamo un partner di crescita. Il nostro ruolo di alleati del tessuto imprenditoriale italiano è parte di un impegno più ampio: dal 2010, Amazon ha investito oltre 30 miliardi di euro in Italia, creando più di 19.000 posti di lavoro a tempo indeterminato – siamo tra i 20 più grandi datori di lavoro del Paese», sostiene Busnelli. Secondo lui la ricerca Nomisma conferma quello che l'azienda vede sul campo. Il principale strumento per l'export è la vetrina Made in Italy: oltre 5.500 aziende e più di 3 milioni di prodotti, in 13 Paesi, dagli Stati Uniti al Giappone, dagli Emirati alla Svezia. Decisiva la collaborazione con Ice, l'agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane che ha affiancato più di 2.800 pmi e ha portato all'estero oltre 650.000 prodotti. «Attraverso la formazione e la tutela della proprietà intellettuale – spiega il manager – vogliamo che i brand italiani possano competere sui mercati globali preservando l'autenticità e la qualità che rendono unico il Made in Italy».

La nuova sfida è la tecnologia, e in particolare l'intelligenza artificiale. Per il prossimo anno Amazon Italia annuncia un nuovo ciclo di formazione gratuita per le pmi con la tech school Develhope: «Il futuro competitivo dell'Italia passa dalla capacità delle sue imprese di innovare», chiosa Busnelli.

Due storie aiutano a capire cosa significa in concreto. La prima è quella di Fler World, fondata nel 2021 da Allegra Violante, tornata in Italia a 26 anni dopo un Mba negli Stati Uniti. L'azienda, che ha la sede operativa a Padova, produce rasoi in alluminio fatti per durare,


Piccole imprese, l'IA arriva dal prodotto

Nelle pmi vendite per 4 miliardi

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS6901 - S.30528 - L.1620 - T.1748

la Repubblica AFFARI&FINANZA
Settimanale - Dir. Resp.: Stefano Cappellini
Tiratura: N.D. Diffusione: N.D. Lettori: 154000 (Data Stampa 0006901)

DATA STAMPA
45° Anniversario

con packaging riciclabile, come alternativa agli usa e getta. La gamma ora comprende anche creme e oli post depilazione. Il team conta dodici persone, otto delle quali under 30: «Amazon ha agito fin dal primo giorno come acceleratore di fiducia: l'affidabilità del negozio online e la forza delle recensioni hanno dato subito autorevolezza al marchio», racconta Violante. Il salto è arrivato con l'estero: «Costruire da zero una logistica per presidiare Germania o Francia avrebbe comportato costi proibitivi. Oggi l'IA si occupa di traduzioni e analisi dei dati, così l'azienda libera risorse per il design sostenibile e la cura della filiera».All'estremo opposto, per età, c'è Zig: è nata nel 1907 a Gragnano ed è arrivata alla quarta generazione con Tommaso Iozzino. Vende frutta secca e snack e fa il 95% del fatturato nel B2B. In Italia è stata la prima a usare un packaging 100% compostabile per la frutta secca. L'arrivo su Amazon nel 2017 ha aperto il canale diretto verso il consumatore. Nel 2023 il fatturato online è cresciuto del 30%. Grazie alla vetrina Made in Italy il marchio è arrivato in Francia, Germania, Spagna e Belgio, Svezia e Paesi Bassi.

«Sui mercati internazionali il Made in Italy non deve rincorrere la guerra del prezzo al ribasso, ma vince quando punta su tracciabilità, sostenibilità e valore della lavorazione italiana», dice Iozzino. Nel frattempo l'azienda ha riaperto lo storico pastificio di famiglia: «Il digitale – conclude Iozzino – è stato il moltiplicatore che ha permesso a oltre un secolo di storia artigianale di entrare ogni giorno nelle case di tutta Europa». – **g.cimp.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA



GIORGIO BUSNELLI Vice President e Country Manager di Amazon Italia: "Non siamo solo un canale di vendita, ma un partner di crescita"

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS6901 - S.30528 - L.1620 - T.1748