eBay.it azzera le commissioni sui prodotti alimentari

ebay-bis-7a6c4f35

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’ecommerce 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.

Ed è proprio per sostenere i venditori che eBay.it annuncia 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 per cento di commissione applicata sul valore finale. Inoltre i venditori professionali con un negozio premium su eBay non pagano le tariffe d’inserzione. La multinazionale ha deciso di applicare queste modifiche in modo da permettere ai propri venditori di offrire prodotti a prezzi molto più competitivi, soprattutto in vista di Expo Milano.

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.

«L’enogastronomia - spiega Claudio Raimondi, country manager di eBay in Italia - gioca un ruolo strategico nell’economia italiana così come nel markeplace eBay. Questa iniziativa è parte di una più

ampia strategia finalizzata a supportare le aziende italiane, in particolare le Pmi, fornendo loro una piattaforma di business unica, capace di sostenere i loro affari e le loro strategie d'internazionalizzazione a costi contenuti, in modo sicuro, completo e affidabile. eBay quindi vuole facilitare l'ingresso delle Pmi alimentari in un mercato ancora ampiamente da popolare».

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 la piattaforma come uno tra i principali player italiani e abilitatore di multicanalità per i venditori, sia in Italia sia 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.

«L'agroalimentare italiano sta dando delle risposte concrete a problemi reali, quali la disoccupazione, il welfare da ripensare, la crescita disomogenea dei nostri territori - dichiara Maria Letizia Gardoni, delegato nazionale Coldiretti Giovani Impresa -. Cresce il fatturato interno, l'export e il numero di imprese nel momento stesso in cui è in costante aumento l'attenzione internazionale nei confronti del cibo italiano e della nostra capacità di produrlo in maniera sostenibile e duratura. È così che l'Italia diventa un punto di riferimento e un modello economico da imitare; questa tendenza si manifesta però anche con l'ascesa delle falsificazioni e delle speculazioni attorno al nostro bene primario che viene erroneamente interpretato come merce di scambio. Per tale motivo è sempre più necessario creare non solo informazione riguardo al tema, ma strumenti che possano permettere al vero made in Italy agroalimentare di raccontarsi e farsi conoscere. Il web è senz'altro il primo di questi e non è un caso che oggi gli imprenditori agricoli investano anche su e-commerce, piattaforme digitali e marketing».

Ma mettere a disposizione una piattaforma di eCommerce significa anche vigilare e proteggere i consumatori contro il rischio di frode. E' per questo che lo scorso anno eBay.it, l'AICIG e il Ministero per le Politiche Alimentari, Agricole e Forestali hanno siglato un Memorandum per la protezione dei prodotti DOP e IGP che ha riscosso notevole successo, grazie a diverse segnalazioni che hanno permesso di rimuovere prodotti non originali o contraffatti. «La tutela dei prodotti italiani di qualità sul web è fondamentale per dare fiducia ai consumatori - dichiara Stefano Vaccari, capo dipartimento dell'ICQRF -. Gli acquisti online sono ormai un metodo familiare di acquisto per una fascia larga di cittadini. Il nostro obiettivo è fare del web un market place affidabile, dove produttori di qualità e consumatori sempre più consapevoli possano cogliere le migliori opportunità. L'Accordo tra Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e eBay, siglato 10 mesi fa dal Ministro Martina sta funzionando molto bene. eBay, l'ICQRF e i Consorzi di tutela lavorano giorno per giorno per dare ai consumatori sempre più informazione e affidabilità con risultati mai raggiunti prima nel contrasto alle frodi agroalimentari via web. Lavoriamo ora per allargare il campo di azione dell'accordo ad altri

prodotti e proposte interessanti saranno illustrate il 19 marzo prossimo a Lodi, nel corso del Forum internazionale sulla tutela del “cibo vero”. Si tratta di un appuntamento importante verso Expo 2015 e proprio al contrasto delle frodi sul web è dedicato un focus del Forum».

«La collaborazione con eBay e in particolar modo la firma del Protocollo d’Intesa, con tutti i benefici diretti e immediati che ne sono derivati, rappresentano un modello di riferimento e uno stimolo per le nostre attività di tutela - dichiara Pier Maria Saccani, segretario generale AICIG -. È infatti indispensabile approntare una struttura che protegga i diritti di proprietà intellettuale, anche attraverso accordi con i grandi player di mercato. Avere regole chiare e ottenere la tutela dei diritti di tutti gli attori coinvolti nel commercio elettronico è fondamentale anche per sfruttare al meglio tutte le opportunità che l’ecommerce offre ai piccoli consorzi».