Eataly, con l’e-commerce va alla conquista degli Usa

EatalyNet, la società che gestisce l’ecommerce di **Eataly**, punta alla conquista del mercato americano on line. Sul sito sono già presenti 2.000 prodotti scelti tra le eccellenze dell'enogastronomia **Made in Italy**: le premesse sono ottime, visto che solo nella prima metà del 2015 sono stati “piazzati” 10.000 ordini e 3 milioni di visite. La novità è che ora sarà un team interamente italiano, interno a Eataly Net e composto da 15 persone, a gestire anche la parte informatica e tecnologica dell'e-commerce, con il supporto del partner torinese Synesthesia. L'obiettivo è quello di creare una piattaforma e-commerce unificata a livello globale, che integri e supporti in modo sinergico tutti i canali di vendita, dal retail fisico al web al mobile. Una piattaforma che offra una panoramica completa sulla cultura enogastronomica italiana, raccontando i prodotti e i produttori, proponendo video-ricette, corsi di cucina, degustazioni e persino pacchetti viaggio per scoprire cantine e birrifici della Penisola.