

## ECONOMIA

# e-Commerce, volano pmi made in Italy su Alibaba.com

di AdnKronos

26 Luglio 2019

aaa

Roma, 26 lug. (AdnKronos) - Dalla moda ai prodotti dell'agroalimentare come il vino, l'olio o il caffè, vola l'e-commerce delle pmi del made in Italy che portano il loro business online. Ad assicurarli è Alibaba.com che ha confermato e rafforzato il suo impegno per la digitalizzazione delle piccole imprese che commerciano in prodotti tipici italiani, prodotti "famosi in tutto il mondo per il design e l'alta qualità".

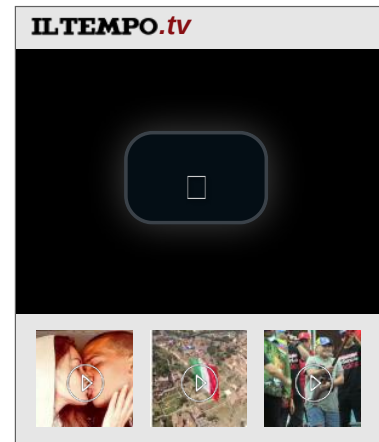
"Alibaba si impegna a digitalizzare le piccole e medie imprese e ad aiutarle a raggiungere il successo aziendale nel loro campo" afferma Zheng Penghui, responsabile in Europa del commercio internazionale di Alibaba, a 10 anni dall'approdo in Italia del colosso asiatico dell'e-commerce. "Alibaba.com utilizza un approccio 'digitale' per aiutare le piccole e medie imprese del made in Italy a connettersi con gli acquirenti globali e vendere beni italiani in tutto il mondo" sottolineano dalla piattaforma più grande di e-commerce B2B in Italia.

Gao Jingya, esperto italiano di marketing regionale della Divisione commerciale internazionale del Gruppo Alibaba, sottolinea che ormai "Alibaba.com copre tutte le regioni d'Italia, è presente a Milano, in Lombardia, o a Firenze fino a estendersi ad altre zone". A fare la differenza rispetto agli altri player dell'e-commerce, la piattaforma asiatica riferisce di poter contare su "partnership con UniCredit, tra le maggiori banche commerciali italiane, e con [VarGroup](#), società di servizi digitali, con l'obiettivo di portare servizi personalizzati ai commercianti italiani" nelle diverse aree del Bel Paese.

Un servizio personalizzato, riferiscono i manager di Alibaba.com, che "ha dato i suoi frutti perché ha avvicinato acquirenti da tutto il mondo a prodotti tipici italiani come la moda, l'abbigliamento, il settore degli accessori come borse e scarpe, ma anche per l'agroalimentare come il vino e l'olio d'oliva italiano noti in tutto il mondo" entrati così nel gigantesco flusso dell'e-commerce globale.

Portare online il proprio business ha fatto la differenza, ad esempio, per l'imprenditore italiano Claudio Trenta che gestisce un commercio di caffè. "Gli annunci di parole chiave su Alibaba ci hanno dato una spinta importante nei nostri business" assicura.

"Stiamo assistendo ad un aumento deciso dell'esposizione dei prodotti e stiamo raggiungendo un maggior numero di acquirenti" e, conclude l'imprenditore, "siamo molto soddisfatti anche dei suggerimenti che abbiamo avuto per migliorare la nostra impresa".



## Ross & Brown Eyewear



## PIÙ LETTI

## PIÙ CONDIVISI



**"Fotografano le bambine". "Pedofili" rischiano il linciaggio**



**Carabiniere ucciso a coltellate. Ascoltate in caserma quattro persone...**



**Non fu la scorta il dramma di Borsellino. Ma uno Stato sempre nemico**



**Meghan strizzatissima. E quel dettaglio sciocca i social**



**Il dettaglio di Ilary che non sfugge ai fan. Totti la salva col siparietto VIDEO**



[MULTIMEDIA](#) [METEO](#)


[ACCEDI](#) [CERCA](#) [ILTEMPO TV](#)

Titolo

Testo

INVIA


Caratteri rimanenti: 1500



Ross & Brown  
Eyewear

Timeless Design with a Contemporary Twist

Flagship Store  
Via Bernardino Corio, 2 - Milano



Stariffe.it

OFFERTE ENERGIA:  
Confronta e Risparmia

Scopri le tariffe più adatte a te!

[Home](#)  
[Disclaimer](#)  
[Contatti](#)  
[Privacy Policy](#)  
[Pubblicità](#)  
[Credits](#)  
[RSS](#)

**ILTEMPO.it**

Sede legale: Piazza Colonna, 366 - 00187 Roma CF e P. Iva e Iscriz. Registro Imprese Roma:  
13486391009 REA Roma n° 1450962 Cap. Sociale € 1.000.000 I.v.  
© Copyright IlTempo. Srl- ISSN (sito web): 1721-4084

Powered by Miles 33