

Dentro la vetrina digitale che aiuta le startup

Come funziona Amazon Launchpad, il programma per Pmi innovative appena nate

Dal supporto marketing alla logistica per vendere i prodotti con una fee del 5%

di **Giulia Cimpanelli**

Amazon apre le porte alle startup. Dopo il successo di Amazon Marketplace, la vetrina online che consente alle piccole e medie imprese di vendere autonomamente sul portale, ora arriva Amazon Launchpad. È un nuovo programma per le startup che vogliono lanciare sul mercato e far conoscere in tutto il mondo i propri prodotti, mettendoli a disposizione dei milioni di clienti Amazon. «L'idea — commenta Luca Cassina, direttore seller services e Marketplace, Amazon Europa — è supportare le startup nella commercializzazione dei loro prodotti, con un servizio a tutto tondo che comprende la messa online, il supporto marketing, fino alla logistica». Insomma, un trampolino di lancio per testare nuovi prodotti sul mercato, già disponibile negli Stati Uni-

merce monomarca e preferiscono altri veicoli. Secondo lo studio *L'eCommerce B2c in Italia*, le prime evidenze per il 2018 degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano, fatto cento il totale delle vendite via ecommerce di aziende italiane, il 43% avvengono proprio attraverso marketplace (le aziende vendono in modo diretto usando gli aggregatori, vetrine online come Amazon Marketplace, Launchpad o eBay), il 20% attraverso retailer online (i loro prodotti sono acquistati e poi venduti dai retailer online, come Amazon o Yoox) e il 37% attraverso un sito di ecommerce privato aziendale. Ma come si accede a Launchpad? «Le startup possono presentare una richiesta diretta, ma prevalentemente a segnalare sono i partner del settore che abbiamo in ogni Paese: incubatori, acceleratori, venture capital. Tra gli italiani, per esempio, Digital

E i costi? L'iscrizione è gratuita e Amazon trattiene il 5% del ricavato di ogni prodotto venduto. Il nuovo servizio è pensato per proporre agli utenti una vetrina di prodotti innovativi e particolari: «Launchpad è una categoria all'interno dell'homepage di Amazon, ma non pensate solo a prodotti di elettronica, ci sono oggetti appartenenti a oltre 30 categorie merceologiche diverse, dalla moda all'alimentare». Per esempio l'italiana My Cooking Box propone scatole con all'interno tutto l'occorrente per cucinare un piatto tipico italiano. La fondatrice Chiara Rota ha attivato il suo account ancora prima che Launchpad arrivasse in Italia, per cominciare a vendere all'estero: «Ho uno stretto rapporto con il mio account manager di Amazon Launchpad che mi ha aiutata sia a comunicare i prodotti in modo efficace sia a progettare campagne sponsorizzate».

Per il lancio di Amazon Launchpad, alcune delle startup metteranno a disposizione prodotti con sconti dal 10% al 20%. Tra questi per esempio Dodow, un dispositivo che consente di addormentarsi più rapidamente, Naptime, un prodotto che aiuta a rilassarsi e le cuffie wireless per lo sport Crazybaby. Tutte hanno davanti un mercato già attivo di oltre 100 milioni di clienti Prime in tutto il mondo. «Quando una startup avrà successo su Launchpad verrà spostata al Marketplace».

Le 10mila aziende registrate alla vetrina di Amazon per le Pmi hanno venduto all'estero oltre 350 milioni di euro nel 2017. Con un impatto sul mercato intero: «Dall'arrivo di Marketplace in Italia nel 2010 — conclude Cassina —, le vendite su Amazon hanno creato 10.000 nuovi posti di lavoro all'interno delle aziende».



Chez nous

Luca Cassina, direttore seller services e Marketplace, Amazon Europa: «Abbiamo lavorato con più di duemila startup»

ti, in Canada, India, Messico, Francia, Germania, Regno Unito e Spagna con più di 15.000 articoli a disposizione dei clienti: «Ad oggi abbiamo lavorato con più di duemila startup, 85 delle quali hanno venduto per oltre un milione di euro su Launchpad».

L'opzione

Un'ulteriore possibilità di aprire un canale di vendita online, visto che le aziende scelgono sempre meno di avviare un sito di ecom-

Magics e Premio Gaetano Marzotto».

Launchpad consente di raccontare la storia del prodotto con video, immagini e presentazioni mirate. Inoltre, a differenza di Marketplace, nel caso di Launchpad a occuparsi della logistica è il programma Fulfillment di Amazon: «Basta mandare a noi i prodotti e sarà Amazon a consegnarli al consumatore, a gestire l'assistenza clienti e a occuparsi dei resi per conto della startup».

Per accedere a Launchpad, però, bisogna rispettare dei criteri di selezione: la startup deve vendere un prodotto fisico, il prodotto deve essere rivolto alla clientela finale, la startup non deve essere partecipata da un grosso gruppo ma deve dare prova della bontà del prodotto con investimenti ricevuti da venture capital o altri soggetti istituzionali o dimostrando i volumi di vendita.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

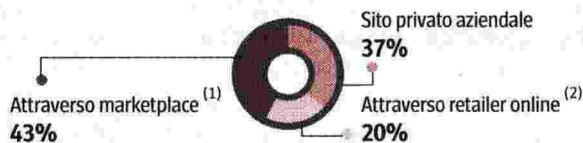
La fotografia

+15% La crescita dell'e-commerce in Italia nei primi sei mesi del 2018 (rispetto allo stesso periodo del 2017)

27 miliardi di euro Stima del valore degli acquisti online in Italia nel 2018

+ 3,6 miliardi di euro Crescita rispetto al 2017

Come vendono le aziende italiane in Rete



(1) Le aziende vendono in modo diretto usando gli aggregatori, vetrine online come Amazon Marketplace, Launchpad o eBay; (2) i loro prodotti sono venduti dai retailer online come Amazon o Yoox



Fonti: L'e-commerce B2c in Italia: le prime evidenze per il 2018. Osservatori Digital Innovation. Polimix, 2018; Amazon Italia, 2018

