


Spedire online aiuta e-commerce in agricoltura

written by Rivista di Agraria.org | 14 gennaio 2016

E-commerce in Agricoltura: tutte le opportunità del 2016



Un qualsiasi progetto di e-commerce in agricoltura supererebbe con ogni probabilità a pieni voti una analisi "SWOT", una analisi cioè dei punti di forza e debolezza del progetto, nonché delle minacce e delle opportunità. L'e-commerce è a tutti gli effetti una grossa opportunità non adeguatamente sfruttata dalle aziende agricole italiane: [secondo Coldiretti Toscana](#), il commercio online è infatti un mercato ancora precluso al 95% delle imprese agricole. Il 2016 potrebbe essere un importante anno di svolta, in quanto le opportunità arrivano da più fronti: dal mercato, dalle iniziative dei privati, dalle agevolazioni degli enti pubblici.

Dal punto di vista del **mercato**, si tratta di un momento assai propizio. L'e-commerce in generale cresce da alcuni anni a doppia cifra e gli italiani hanno sempre più dimestichezza con gli acquisti online. La spesa online di prodotti agroalimentari è definitivamente decollata da partire già dal 2014, con 8,1 milioni di italiani, [secondo Coldiretti](#), che acquistano il cibo online. Nel 2015, secondo l'Osservatorio eCommerce B2c Netcomm, il comparto alimentare online è cresciuto del 27% rispetto al 2014, raggiungendo un valore di 460 milioni di euro. 

Il mercato è quindi favorevole ad iniziative di e-commerce in ambito agroalimentare e c'è la possibilità per le nostre aziende agricole di agganciare questo treno. Treno che non si è lasciato sfuggire Amazon, il colosso mondiale del commercio online, che lo scorso anno ha introdotto in Italia il [servizio di vendita alimentari](#). Una scelta, quella di Amazon, che da un lato conferma che il mercato è favorevole a questo tipo di business, ma che dall'altro rappresenta una opportunità per le nostre aziende agroalimentari: queste possono infatti sfruttare il marketplace di Amazon per vendere i propri prodotti. Amazon potrebbe diventare insomma un importante canale di vendita online per molte aziende agricole italiane.

Altre importanti **iniziative dei privati** si concentrano nel settore della logistica, sino ad oggi tallone d'Achille per i piccoli e-commerce italiani, non solo agroalimentari. Spesso infatti i piccoli negozi online sono penalizzati dalle spese di spedizione, troppo elevate rispetto ai grandi colossi dell'e-commerce, che riescono ad offrire anche spedizioni gratuite. Da pochi mesi è invece a disposizione [Packlink](#), una piattaforma di comparazione dei prezzi dei corrieri, in grado di fornire un preventivo immediato dei costi di spedizione per un dato pacco e per una specifica tratta. Il servizio si avvale di diversi corrieri italiani e internazionali: **UPS, TNT, GLS, SDA, Bartolini** e altri ancora. Inoltre, grazie agli accordi con questi corrieri, Packlink è in grado di offrire tariffe scontate, rendendo più competitivo l'e-commerce di una piccola azienda agricola.



La logistica si è inoltre evoluta anche con altri servizi, primo tra tutti la crescente diffusione dei punti di ritiro: edicole, tabaccherie, librerie o altri negozi sono sempre più spesso luoghi in cui si può ritirare la merce comprata online, senza dover aspettare il corriere a domicilio. Una ulteriore evoluzione dei punti di ritiro sono i locker, veri e propri distributori automatici in cui è possibile ritirare i prodotti acquistati 24 ore su 24. Tutte queste evoluzioni della logistica offrono anche ai piccoli e-commerce delle aziende agricole nuovi strumenti per essere competitivi e offrire servizi aggiuntivi ai propri clienti.

Infine, nel 2016 le aziende agricole che vogliono investire nell'e-commerce avranno a disposizione importanti **agevolazioni**, in particolar modo il bonus che il Mipaaf ha introdotto con il decreto competitività. Già previsto per il 2015, anche per quest'anno sarà infatti disponibile il credito d'imposta del 40% su investimenti nell'e-commerce, fino a 50mila euro ad azienda. Insomma, anche per il Ministero delle politiche agricole e forestali il commercio

online è un importante **strumento per lo sviluppo delle aziende agricole** e non una semplice moda passeggera. Importante, per cogliere tutte le opportunità offerte dal commercio online, sarà accelerare il [rinnovo generazionale](#) del settore agricolo, incentivato ormai da diverse iniziative, tra cui i Programmi di sviluppo rurale.

14/01/2016