

## Amazon: i numeri della stagione natalizia. Venduti 20 milioni di prodotti delle Pmi italiane



A pochi giorni dalla fine dell'anno, **Amazon** rende noti i suoi dati sulla stagione natalizia 2020, con particolare attenzione a quelli relativi alle piccole e medie imprese che hanno scelto la celebre piattaforma di e-commerce per vendere i propri prodotti.

Nel 2020, infatti, Amazon ha continuato a sostenere le **Pmi** durante la pandemia, investendo circa 16 miliardi di euro complessivi per aiutarle a incrementare le loro vendite, e, a partire dal Prime Day e per tutta la stagione natalizia l'azienda di Seattle ha investito più di **85 milioni** in nuove attività promozionali per dotarle

di strumenti per far crescere il loro business ed entrare in contatto con i clienti, anche attraverso vetrine dedicate alle Pmi e al Made in Italy. Fa parte di questa attività anche "Accelera con Amazon", un programma di formazione gratuito realizzato in collaborazione con Ice, Mip Politecnico di Milano, Confapi e Netcomm per sostenere la crescita e la digitalizzazione di oltre 10.000 piccole e medie imprese italiane.

Probabilmente anche per questo, l'ultima stagione natalizia è stata la migliore in assoluto per le imprese indipendenti, quasi tutte medie e piccole, che vendono sulla piattaforma con un fatturato mondiale in **crescita del 59%** su base annua rispetto allo stesso periodo nel 2019. Nello specifico, durante la stagione natalizia, le piccole e medie imprese italiane hanno venduto più di **20 milioni di prodotti** su Amazon in tutto il mondo.

Sia in Italia che nel resto del mondo, Amazon ha posto in essere diverse attività per tutelare l'occupazione in un anno particolarmente complicato. Oltre ai cospicui investimenti in sicurezza, per evitare occasioni di contagio da Covid-19 sul luogo di lavoro, il colosso dell'e-commerce ha infatti assunto più di **400.000** dipendenti a tempo pieno e part-time in tutto il mondo.

Consistente è stata anche l'attività di **beneficenza**: per tutto il 2020, inclusa questa stagione natalizia, Amazon ha aiutato a sostenere le comunità di decine di Paesi, collaborando con organizzazioni locali per distribuire pasti alle famiglie più bisognose e alle persone più anziane e vulnerabili, offrendo aiuto in caso di calamità ed emergenza e ha donato alle scuole milioni di dollari a livello globale, sia in prodotti che denaro, per sostenere l'apprendimento online. In Italia, Amazon ha sostenuto, con oltre 200.000 euro in prodotti, il progetto "Riscriviamo il Futuro" di Save The Children, per combattere la povertà educativa, e, durante la Colletta Alimentare 2020, dal 1 al 10 dicembre, sono state donate oltre 30 tonnellate di generi alimentari a Banco Alimentare, acquistati dai clienti nello store dedicato su Amazon.it. Amazon ha chiuso la Colletta Alimentare donando l'equivalente per il recupero e la distribuzione di ulteriori 500.000 pasti a Banco Alimentare in Lombardia.

Sempre in Italia, inoltre, l'azienda di vendite online ha lanciato la terza edizione della borsa di studio Women In Innovation (Donne nell'Innovazione), estesa a quattro importanti università italiane per supportare l'innovazione italiana e rivolta a giovani donne meno privilegiate che studiano i corsi STEM. Nel nostro Paese, poi, Amazon Prime Video ha investito 1 milione di euro per l'industria italiana dello

spettacolo, per supportare i lavoratori colpiti dalla crisi dovuta al Covid-19, destinando la donazione al fondo Scena Unita.

---

[Home](#) | [Privacy Policy](#) | [Il widget di Trasporti-Italia](#)

© Trasporti-Italia.com - Riproduzione riservata