

Buon anniversario Amazon.it!

15 anni di Amazon in Italia: la storia dei consumi che racconta chi eravamo e chi siamo diventati

Dall'arrivo dell'e-commerce alla rivoluzione dell'IA: Amazon racconta la trasformazione dei trend di consumo degli italiani dal 2010 al 2025 con l'analisi "Dalla connessione alla personalizzazione: 15 anni di evoluzione della cultura di consumo italiana"

Per l'occasione, Amazon svela una selezione dei prodotti bestseller nei 15 anni e alcune curiosità su Amazon Music, Prime Video, Alexa e Audible.it, oltre a ripercorrere le tappe più significative dal suo arrivo in Italia ad oggi

Milano, 12 giugno 2025 – Sono passati **15 anni** da quando **Amazon ha aperto per la prima volta le sue vetrine virtuali in Italia**, segnando una trasformazione **radicale delle esperienze di consumo**. Per celebrare questo traguardo, Amazon presenta un'analisi condotta in collaborazione con la Prof.ssa Patrizia Martello, Università NABA di Milano e IUAV di Venezia, e AstraRicerche che racconta **15 anni di evoluzione dei trend di consumo degli italiani** attraverso i comportamenti d'acquisto dal 2010 al 2025. L'analisi completa, *"Dalla connessione alla personalizzazione: 15 anni di evoluzione della cultura di consumo italiana"*, è disponibile in formato PDF a [questo link](#). Inoltre, Amazon svela una selezione dei prodotti più amati dai clienti italiani, alcune curiosità su Amazon Music, Prime Video, Alexa e Audible.it, e ripercorre le tappe più significative della propria presenza in Italia dal 2010 ad oggi in una [timeline sul blog ufficiale Aboutamazon.it](#).

"In questi 15 anni abbiamo osservato e accompagnato un cambiamento profondo nella cultura di consumo in Italia. Acquistare ormai non è più solo un gesto funzionale, ma un'espressione di valori, relazioni e identità. Per noi è un privilegio essere parte di questa trasformazione quotidiana al fianco dei nostri clienti," commenta **Giorgio Busnelli, Country Manager di Amazon in Italia**. *"La nostra storia è iniziata con la promessa di rendere lo shopping più semplice. Oggi guardiamo al futuro sapendo che l'esperienza d'acquisto è diventata sempre più personale, consapevole e connessa. Continueremo a innovare, mettendo sempre al centro le persone."*

15 anni di cambiamenti: dal consumo come atto economico al consumo come scelta culturale

Nel 2010 l'e-commerce muove i primi passi in Italia ed è legato agli acquisti pianificati, razionali e alla ricerca della convenienza. È con **l'arrivo di Amazon in Italia proprio nel 2010** – in vendita libri, orologi, elettronica e oggetti quotidiani – che inizia la grande rivoluzione dello shopping online. Nascono nuovi valori guida per i consumatori: comodità, velocità ed efficienza. In vetta alle vendite dei suoi primi due anni troviamo: **i libri di letteratura italiana di Umberto Eco, Giorgio Faletti e Niccolò Ammaniti** e la **biografia di Steve Jobs** di Walter Isaacson. Nello stesso anno, Amazon **lancia il programma Prime** per offrire consegne rapide senza costi aggiuntivi su un'ampia selezione di prodotti. Nel 2011 arriva **Kindle, un nuovo modo di leggere i libri che dà il via alla rivoluzione della lettura digitale**, insieme alla crescita del consumo funzionale, soprattutto in ambito **igiene e cura della persona**. Nei due anni successivi, dal 2012 al 2013, si assiste al boom della categoria **accessori per GPS** e dei **dispositivi di archiviazione dati**, un nuovo bisogno diffuso creato dall'ascesa degli smartphone e dei social network. È anche il momento di gloria dei **videogiochi**, come l'action-adventure *"Grand Theft Auto V"*, tra i bestseller del periodo.

Nel 2014, la **moda**, nel pieno dello *street style*, diventa protagonista, settore trainante di un consumo che utilizza la rete come acceleratore di aggregazione sociale. Nasce **Amazon Fashion**, la vetrina dedicata alla moda e agli accessori con capi d'abbigliamento, scarpe, borse, orologi e gioielli dei migliori brand. In questi anni si parla anche di "Rinascimento" del Made in Italy, delle imprese e dei territori italiani. Legata a questo immaginario, **nel 2015 nasce la vetrina Made in Italy su Amazon.it**, con l'obiettivo di valorizzare l'attività delle PMI e i prodotti di grandi marchi italiani sia in Italia, sia all'estero. Inoltre, dopo il lancio di Amazon Prime, arriva nel 2015 **Amazon Prime Now**: per la prima volta su Amazon.it si registrano acquisti alimentari come la pasta di acciughe tra i bestseller.

Nel 2017 apre la nuova sede italiana corporate a Milano e nello stesso periodo Amazon lancia nuovi servizi destinati a cambiare il paesaggio digitale e commerciale italiano, creando nuove abitudini di fruizione culturale. Sbarcano in Italia **Prime Video** (2016), **Audible.it** (2016) e **Amazon Music** (2017). Si scoprono così i nuovi consumi televisivi, i gusti letterari e le preferenze musicali degli italiani. Sia nel 2016 che nel 2017 gli audiolibri più ascoltati sono il celebre romanzo di Paula Hawkins *"La ragazza del treno"* e il romanzo thriller-noir *"Io Uccido"*, opera prima di Giorgio Faletti. Nel 2017 è la **musica Pop** quella più ascoltata su Amazon Music, seguita da **Rock** e **Hip-Hop**.

Nel frattempo, Amazon rende disponibile la nuova modalità di pagamento veloce **Amazon Pay** e introduce la possibilità di far spedire i propri ordini presso un **Amazon Locker** per ritirarli in modalità self-service. La casa si trasforma in una finestra sul mondo: i **piccoli elettrodomestici** e i **prodotti per la casa**, come arredamento, illuminazione e smart home, spopolano su Amazon.it.

Il biennio 2018-2019 segna, invece, la svolta green: la moda diventa “eco”, il design si fa sostenibile. **Amazon è prima firmataria e co-fondatrice di “The Climate Pledge”**, con cui si impegna a raggiungere zero emissioni nette di carbonio in tutte le sue operazioni entro il 2040. Un impegno che proseguirà negli anni a venire con il lancio, nel 2020, del **programma Climate Pledge Friendly** su Amazon.it, che mette in evidenza i prodotti che soddisfano gli standard di sostenibilità. Ma questi anni segnano anche un cambiamento radicale nella relazione tra italiani e tecnologia. **Nel 2018 Alexa debutta in Italia con la famiglia di dispositivi Echo**: la rivoluzione digitale nelle case degli italiani è appena iniziata.

La pandemia (Covid19) stravolge tutto: la casa diventa uno spazio sicuro e inespugnabile ma anche un iper-luogo che ha assorbito tutto grazie a un mondo di servizi on demand e di delivery. **La casa coincide con il mondo e l'online diventa una necessità**. Nel 2020-2021 cresce l'e-commerce dei **beni essenziali** e di settori fino ad allora marginali, come **alimentare** e **benessere personale**. Tra i prodotti più acquistati su Amazon.it ci sono i set di filati per macchina da cucire, il lievito e il caffè. Con la pandemia cresce anche il bisogno-desiderio di svago e leggerezza: **“LOL: Chi ride è fuori” è in assoluto il titolo più visto su Prime Video in Italia**, mentre tra i brani più richiesti ad Alexa ci sono “Malibù” di Sangiovanni, “Baby Shark” e “Musica leggerissima” di Colapesce e Dimartino.

Dal 2022 i consumatori non cercano più solo prodotti, ma storie e autenticità, un approccio che si riflette anche nel ritorno alla qualità, alla maestria e alla passione artigianale. Ed è proprio in quest'ottica che Amazon lancia nel 2022 la **prima edizione dei Made in Italy Days**, giornate di offerte speciali dedicate alle eccellenze artigianali italiane. In questo biennio, cambia sia il consumo – che ora è una scelta culturale basata su valori e sostenibilità – sia il concetto di “scarto”: i rifiuti diventano risorse. Arriva nel 2023 **Amazon Seconda Mano**, pensata proprio per donare **nuova vita ai prodotti resi** dai clienti. Tra i prodotti più ricercati non solo **elettronica** ma **libri**, **scarpe** e **giocattoli**. Il senso di appartenenza e di italianità è forte anche in ambito sportivo: **la partita Milan-Napoli ai quarti di finale della UEFA Champions League è stato il match più visto in assoluto su Prime Video in Italia**.

Oggi, l'e-commerce è intelligente, predittivo, personalizzato e i consumi sono sempre più simbolici, legati a emozioni e identità. Aumenta l'attrazione verso prodotti e servizi che aiutano a esprimere sé stessi, soprattutto attraverso il cibo e la ricerca del benessere fisico e mentale. Cresce la ricerca di nuovi obiettivi personali e di autenticità. **Nel 2024 l'artista più ascoltato su Amazon Music è Geolier** per il grande realismo e il legame fortissimo con la sua terra che emergono nelle sue canzoni. Sempre nel 2024 la spy story italiana **“Citadel: Diana” ottiene il miglior risultato globale di sempre al suo lancio su Prime Video**, entrando nella Top 5 in quasi 150 Paesi e al 1° posto fra le serie più viste in vari paesi, fra cui Italia, Stati Uniti e Regno Unito.

Nel 2024 Amazon lancia in Italia **Rufus**, l'assistente virtuale per lo shopping basato sull'IA generativa, che ridefinisce ancora una volta la shopping experience. Nel 2025 Amazon inaugura il suo **primo negozio fisico in Italia nel cuore di Milano, Amazon Parafarmacia & Beauty**, offrendo una curata selezione di prodotti di bellezza e cura della persona, servizi innovativi e consulenza da parte di esperti. La velocità di consegna continua a rappresentare per Amazon una priorità assoluta, che ha portato nel tempo all'espansione del servizio di **Consegna in giornata** a otto città italiane: Milano, Roma, Torino, Firenze, Genova, Padova, Bologna e, nei prossimi mesi, Bergamo. Oggi, molti clienti possono ricevere i propri ordini anche nello stesso giorno dell'acquisto: un risultato che nel 2010 sembrava irraggiungibile, ma che è diventato uno standard consolidato dell'esperienza d'acquisto su Amazon.it.

In un contesto in continua trasformazione, guidato dalla tecnologia e dall'evoluzione digitale, l'esperienza d'acquisto si è fatta personale, immediata e significativa, diventando espressione delle proprie scelte valoriali. L'e-commerce ha accelerato questa evoluzione, offrendo non solo convenienza, accessibilità e ampia selezione, ma anche strumenti per costruire un rapporto autentico tra individui, brand e comunità. Consumo è e sarà non più solo un atto funzionale, ma un gesto culturale, identitario e relazionale.

Ecco una selezione di prodotti icona nei 15 anni di Amazon in Italia:

1. [Steve Jobs \(biografia\) di Walter Isaacson](#)
2. [Scheda di Memoria SDHC da 8 GB di Transcend](#)
3. [Testine di ricambio per spazzolino elettrico di Oral-B](#)

4. [Grand Theft Auto V per PlayStation 3 di Rockstar Games](#)
5. [Berretto unisex di Carhartt](#)
6. [Pasta di acciughe di GIA](#)
7. [Caffè Borbone Respresso](#)
8. [Frullatore ad immersione ErgoMixx di Bosch](#)
9. [Echo Dot con integrazione Alexa di Amazon](#)
10. [Appendiabiti di design in legno di frassino di Mobili Fiver](#)
11. [Collare antiparassitario per cani di Seresto](#)
12. [“Affari Tuoi” - Gioco da tavolo ufficiale per bambini e adulti di Clementoni](#)
13. [Pashmina 100% cashmere di Dalle Piane Cashmere](#)
14. [Rotoloni Regina - Maxi rotoli di carta igienica di Regina](#)
15. [Crema Anti Age Hyaluron Filler di Eucerin](#)

Per maggiori informazioni sul 15° anniversario di Amazon.it visita la pagina dedicata: aboutamazon.it/15-anni-amazon-italia.

Esplora i benefici di Amazon Prime

Prime è risparmio, convenienza e intrattenimento, tutto in un unico abbonamento. Oltre 200 milioni di iscritti a Prime in 25 paesi del mondo possono beneficiare dell'ampia selezione, dell'eccezionale valore e delle consegne veloci illimitate incluse con Prime. In Italia, i clienti possono iscriversi a Prime per 4,99€ al mese o 49,90€ all'anno e, se idonei, iniziare un periodo d'uso gratuito di 30 giorni su amazon.it/prime. Gli studenti universitari e gli studenti a tempo pieno dei corsi professionali possono invece iniziare un periodo di uso senza costi di 90 giorni con Prime Student su amazon.it/joinstudent. Dopo il periodo di uso senza costi aggiuntivi, Prime Student costa 2,49€ al mese o 24,95€ all'anno, metà rispetto al prezzo di Prime. I clienti Prime hanno accesso a film, serie tv del momento e ad eventi sportivi live come la miglior partita del mercoledì di UEFA Champions League con Prime Video, all'ascolto senza pubblicità di 100 milioni di brani e migliaia di stazioni, playlist e podcast con Amazon Music Prime, a giochi inclusi con Prime Gaming, a migliaia di libri e una selezione di riviste, all'archiviazione illimitata di foto con Amazon Photos, alle offerte esclusive, alle spedizioni veloci, illimitate e senza costi aggiuntivi su milioni di prodotti. I clienti Prime possono inoltre beneficiare di Deliveroo Plus senza costi aggiuntivi per un anno, con consegna gratuita per ordini superiori a €25 su Deliveroo.

Amazon

Amazon è guidata da quattro principi: ossessione per il cliente piuttosto che attenzione verso la concorrenza, passione per l'innovazione, impegno per l'eccellenza operativa e visione a lungo termine. Amazon punta ad essere l'azienda più attenta al cliente al mondo, il miglior datore di lavoro al mondo e il luogo di lavoro più sicuro al mondo. Le recensioni dei clienti, lo shopping 1-Click, le raccomandazioni personalizzate, Prime, Logistica di Amazon, AWS, Kindle Direct Publishing, Kindle, Career Choice, i tablet Fire, Fire TV, Amazon Echo, Alexa, la tecnologia Just Walk Out, Amazon Studios e il Climate Pledge sono alcune delle innovazioni introdotte da Amazon. Per maggiori informazioni, visitate il sito www.aboutamazon.it e seguite Amazon.it su [Instagram](#), [Facebook](#) e [X](#).