

E-Business

Alibaba, la corsa delle Pmi verso l'e-commerce

Con il lockdown, l'e-commerce ha, di fatto, sostituito la chiusura di milioni di punti vendita nel mondo e questo è un dato dimostrato anche dai numeri forniti da Alibaba Italia sui primi mesi del 2020, che fotografano come tra le piccole e medie imprese ci sia stata una corsa all'e-commerce. Tra gennaio e maggio 2020, il volume complessivo realizzato dalle aziende italiane sui marketplace B2C Tmall e Tmall Global è cresciuto di oltre il 50% rispetto allo stesso periodo nel 2019 e su Alibaba.com, tra febbraio e maggio 2020 si sono registrate oltre 300 aziende italiane per aprire il proprio store, rispetto alle 20-30 richieste al mese ricevute nei periodo precedenti.

Le aziende che hanno scelto di offrire i loro prodotti sulle piattaforme digitali sono PMI con meno di 10 milioni di fatturati e meno di 30 dipendenti, soprattutto del Nordovest e del Nordest italiano, oltre che alcune richieste anche dal Centro e dal Sud, grazie a un sistema di partnership con banche e associazioni di categoria per favorire l'incontro con realtà più piccole.

I settori che hanno maggiormente trainato tale tendenza sono moda, cosmesi e agroalimentare, ma non manca anche la richiesta di meccanica italiana, dai macchinari agricoli alla componentistica varia.

Al fine di tutelare il Made in Italy, per tutte le aziende che registrano il proprio brand sulla piattaforma viene verificato che siano originali o che non sfruttino gli originali per farsi promozione. Inoltre, vengono verificate le segnalazioni di falso e, nel caso, si può arrivare fino alla chiusura dello store in 24 ore.

Caratteristica peculiare è che in Cina, il lockdown si è tradotto anche nell'inaugurazione di "fiere virtuali", nelle quali le aziende possono aprire veri e propri stand che possono costare tra i 2mila e 5mila dollari e nelle quali i clienti entrano liberamente su invito.

fonte: Il Sole 24 Ore – 27 giugno 2020