

Alibaba, alleanza nell'e-commerce da 4 miliardi con la coreana E-Mart

Le azioni E-Mart hanno chiuso la seduta a Seul in rialzo del 5,45%, bene anche Alibaba

M&A

AliExpress International e Gmarket creeranno una joint venture paritaria

Marco Masciaga

Dal nostro corrispondente

NEW DELHI

Il colosso cinese Alibaba ha raggiunto un accordo con il numero uno sudcoreano del retail E-Mart per fondere le rispettive attività di e-commerce operanti nella quarta economia asiatica. AliExpress International e Gmarket creeranno una joint venture paritaria che possiederà il 100% di Gmarket, una piattaforma che è quanto di più simile ci sia ad Amazon sul mercato sudcoreano. Secondo fonti vicine al dossier, il valore della nuova entità – nella quale entrambe le società sembrano intenzionate a investire ulteriori risorse – potrebbe aggirarsi intorno ai 4 miliardi di dollari.

Alibaba sta cercando di espandere la sua presenza internazionale, così da compensare la crescita più lenta del suo *core business* di e-commerce domestico che sta soffrendo del rallentamento del boom economico cinese. Un accordo di fusione con E-Mart in Corea del Sud aiuterebbe entrambe le società a competere sia con rivali locali, come Naver e Coupang, sia con competitor cinesi come Temu su quello che, secondo le stime di Euromonitor, è il quarto mercato mondiale dell'e-commerce. Un dato sorprendente alla luce delle dimensioni del Paese, che ha circa 52 milioni di abitanti, ma molto meno strano se si considera la penetrazione della banda larga: la Corea ha una delle reti più veloci al mondo.

Un tempo leader indiscusso nel settore dell'e-commerce cinese, Alibaba sta faticando a crescere ai ritmi di un tempo anche a causa della concorrenza di nuovi rivali come Pdd e ByteDance. Questo, unitamente al rallentamento del tasso di crescita del Pil, ha costretto l'azienda a consolidare le sue attività principali, integrare maggiormente le operazioni domestiche e non nel settore dell'e-commerce e a focalizzare gli investimenti nelle aree di business che sembrano promettere i maggiori margini.

In questa ottica la scorsa settimana Alibaba ha accettato di vendere Intime, il suo business nel settore dei grandi magazzini, per circa 1 miliardo di dollari: una mossa che rientra in una strategia di dismissione degli asset *non core*. L'operazione comporterà una perdita da 1,3 miliardi di dollari sull'investimento iniziale.

Nel corso degli anni E-Mart ha ampliato la sua attività di e-commerce sia organicamente che tramite acquisizioni. Nel 2021 ha acquistato per circa 3 miliardi di dollari una quota di controllo nella succursale sudcoreana di eBay, espandendo la sua base di clienti verso nuove categorie di prodotto.

Le azioni di E-Mart hanno chiuso la seduta a Seul in rialzo del 5,45%, spingendo la capitalizzazione dell'azienda a 1,4 miliardi di dollari, mentre i titoli di Alibaba quotati alla Borsa di Hong Kong hanno guadagnato il 2,65 per cento.

Il consolidamento del mercato sudcoreano dell'e-commerce avviene mentre la fiducia dei consumatori della Corea del Sud è scesa al livello più basso dallo scoppio della pandemia, a causa del tentato colpo di Stato del presidente Yoon Suk Yeol. Nonostante Yoon abbia dovuto fare precipitosamente marcia indietro e sia stato messo in stato d'accusa dall'Assemblea nazionale, il Paese è sprofondata in una crisi istituzionale gravissima che non accenna a risolversi e che ha costretto le autorità finanziarie a intervenire sui mercati per stabilizzare Borsa e valuta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

