

# Alibaba e E-Mart, un colosso asiatico per sfidare Amazon sull'e-commerce

Alleanza con i sudcoreani da quattro miliardi per guadagnare spazio nell'Unione

di **LAURA DELLA PASQUA**

■ Un colosso asiatico dell'e-commerce in grado di dare del filo da torcere ad Amazon. La mega piattaforma cinese del commercio online, Alibaba, ha raggiunto un accordo con il numero uno sudcoreano del retail E-Mart per fondere le rispettive attività che operano nella quarta economia asiatica. Una joint venture da 4 miliardi di dollari che potrebbe essere annunciata nei prossimi giorni ma che lascerà autonomia di gestione alle due piattaforme.

L'operazione arriva a ridosso del cambio della guardia a Washington con la vittoria di **Trump** con il quale il gigante cinese deve fare i conti. Nel suo primo mandato il presidente degli Stati Uniti aveva inserito in una sorta di lista nera, diverse aziende del Sol Levante arrivando a firmare un ordine esecutivo che metteva al bando otto app cinesi tra cui Alipay, la piattaforma di pagamento online lanciata in Cina proprio da Alibaba. Cosa accadrà con il nuovo **Trump** è tutto da scoprire. Nel frattempo i cinesi hanno chiuso la causa collettiva intentata da alcuni investitori americani che li avevano accusati di pratiche monopolistiche. Alibaba, pur negando di aver commesso un illecito, ha preferito pagare 433,5 milioni di dollari per risolvere la questione spiegando di voler evitare i costi e le interruzioni dovute a un'ulteriore causa.

La joint venture con i coreani fa parte della strategia di un rafforzamento su un mercato diventato altamente competitivo. Circa un mese fa la multinazionale cinese ha riunito in un'unica unità aziendale i suoi gruppi, Taobao, Tmall, Alibaba International Digital Commerce Group a cui fa capo Aliexpress (la piattaforma europea). Alibaba è un conglomerato di siti per servizi di ogni tipo. Oltre alla vendita dei prodotti ai consumatori cinesi, con la presenza di circa 300 store italiani, vi sono servizi collaterali come Alipay, app di pagamenti smart leader a livello mondiale, Alibaba Cloud (AliCloud), il più grande fornitore cinese di servizi cloud per le aziende, come Amazon Web Services e Cainiao, piattaforma per la logistica. Questo fa capire di che colosso stiamo parlando. L'ad di Alibaba, **Eddie Wu**, in un discorso riportato da Reuters, ha descritto quale è la sfida in corso: «L'e-commerce in Cina e in tutto il mondo sta entrando in una nuova era, e le capacità della catena di approvvigionamento globale, di esecuzione e di servizi rapidi ai consumatori determineranno il futuro scenario. Le piattaforme di e-commerce di Alibaba sono state messe sotto pressione sia in Cina che all'estero da nuovi player aggressivi, come la cinese Pinduoduo, il sito internazionale Temu, Douyin e TikTok di ByteDance, che guadagnano quote di mercato ven-

dendo beni a basso costi».

Alibaba si avvantaggia delle misure di stimolo all'economia avviate da settembre scorso dal governo di Pechino con il chiaro obiettivo di raggiungere una crescita del 5% quest'anno. Tant'è che i Singles Day, il più grande evento di shopping in Cina, hanno superato le aspettative degli analisti. Alibaba non ha reso noti i dati di vendita dell'evento, durato quasi un mese, ma ha dichiarato che sono cresciute in modo robusto e che c'è stato un numero record di acquirenti.

Abbiamo davanti non solo il maggior marketplace per il mobile e online e-commerce al mondo. Il colosso della tecnologia cinese ha svelato di recente il suo robot per le consegne a domicilio. Sviluppato dalla Alibaba Damo Academy, l'iniziativa di ricerca globale del gruppo Alibaba, il robot può portare 50 pacchi per volta e coprire 100 chilometri con una sola ricarica.

La nuova strategia, battendo Amazon, è di puntare sull'Europa, soprattutto sui mercati di Spagna e Italia, con l'obiettivo di attrarre un maggior numero di marchi locali in modo da modificare l'immagine ormai diffusa di piattaforma di soli prodotti cinesi. Migliaia di piccole imprese sono già entrate, su AliExpress, grazie a commissioni dimezzate. Il gigante cinese è un avversario più che temibile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**MANAGER** L'amministratore delegato di Alibaba Eddie Wu [Getty]