

Numero 1 • Giugno - Settembre 2014



ASIA BRIEFING

da Dezan Shira & Associates



E-commerce in Asia: il mercato online di Cina, India e Vietnam

p. 4 Mezzo miliardo di click al giorno. Il consumatore cinese è online.

p. 8 L'e-commerce vietnamita: aziende, regole, tendenze

p. 11 E-tailing: lo scenario indiano



Introduzione

Cari amici, clienti e lettori,

Il mercato asiatico online si sta trasformando nel più grande al mondo. La creatività, gli hardware sempre più comodi e i software intuitivi, stanno dando piena forma al sogno del commercio al dettaglio online. La trasformazione, già in atto, sta assumendo proporzioni importanti nell'Asia Pacific. Pur non soccombendo, il negozio tradizionale deve affrontare il vigore di quello digitale. Gli acquisti online si sono via via perfezionati nella sicurezza per le transazioni, nell'incrementata velocità di spedizione della merce e si stanno adottando garanzie a sostegno dei diritti del consumatore sempre più in analogia con l'Occidente.

La rapida crescita della classe media in Asia, ha inoltre favorito lo sviluppo di una popolosa comunità di consumatori portatori di nuove tendenze e caratteristiche nell'acquisto. Questi dati non sono più ignorabili da chi intenda insediarsi a lungo termine in queste aree del mondo.

Una reale comprensione delle tendenze e dei cambiamenti che stanno attualmente attraversando il panorama asiatico, è un'indispensabile chiave al successo in Asia per ogni tipologia aziendale. Questo è tanto più vero per un mercato in continua evoluzione come quello dell'e-commerce.

Essere online per la presentazione del prodotto e per l'assistenza al consumatore è un binomio fondamentale oggi, poichè sempre più frequentemente il primo incontro che un cliente vive con un prodotto avviene online e l'esperienza che ne trarrà sarà decisiva nel valutare l'eventuale relazione tra i due.

In Cina l'espansione dell'e-commerce nelle città cosiddette di "primo livello" (Pechino, Shanghai, Guangzhou e Shenzhen) è incalzato da un incremento anche nelle città di secondo, terzo e quarto livello. Entro il 2020 il boom dell'e-commerce raggiungerà un volume tra i 420 e i 650 miliardi di USD. Il 12° Piano Quinquennale cinese ha spinto infatti verso un modello economico più orientato verso i consumi interni e verso un incremento di settori quali quello delle telecomunicazioni e dell'Information Technology.

Le aziende i cui siti si modellano in base ai gusti locali e si adeguano alla domanda dei singoli mercati, hanno spesso un successo più marcato di quelli che non curano questo 'aspetto locale' del consumatore dell'area sociale e culturale in cui decidono di vendere. Un esempio infelice è quello di eBay, che ha mancato nel comprendere appieno questo approccio e nell'adattarsi alle tendenze dei consumatori cinesi, soccombendo in poco tempo alla forza di Alibaba.com (Taobao e Tmall incluse), con ovvia estromissione dal mercato.

Anche in India l'e-commerce vive la sua primavera. Grazie ai recenti cambi di governo, potremmo verosimilmente assistere all'apertura del mercato e al rilassamento delle restrizioni verso gli investitori stranieri in questo settore, come al gigante Wal-Mart Stores Inc. da tempo interessato al mercato del Paese.

In questo nuovo panorama, essere presenti online in Asia può generare incertezze giuridiche per le aziende che tentano di muoversi tra ordinamenti stranieri e complesse regolamentazioni. Una guida d'esperienza può assicurare un insediamento solido e un felice debutto online nell'emergente mercato asiatico dell'e-commerce.

Con i più cordiali saluti,

Alberto Vettoretti
Managing Partner, Dezan Shira & Associates,
Editore, Asia Briefing



Alberto Vettoretti

Managing Partner, Cina e Vietnam
Dezan Shira & Associates

Per Riferimento

Asia Briefing e i titoli correlati sono pubblicati da Asia Briefing Ltd, una sussidiaria interamente controllata di Dezan Shira Group.

I materiali all'interno sono forniti da Dezan Shira & Associates. Si declina ogni responsabilità per i contenuti di questa pubblicazione. Per qualsiasi domanda riguardante il contenuto di questa rivista, si prega di contattare:

editor@asiabriefing.com

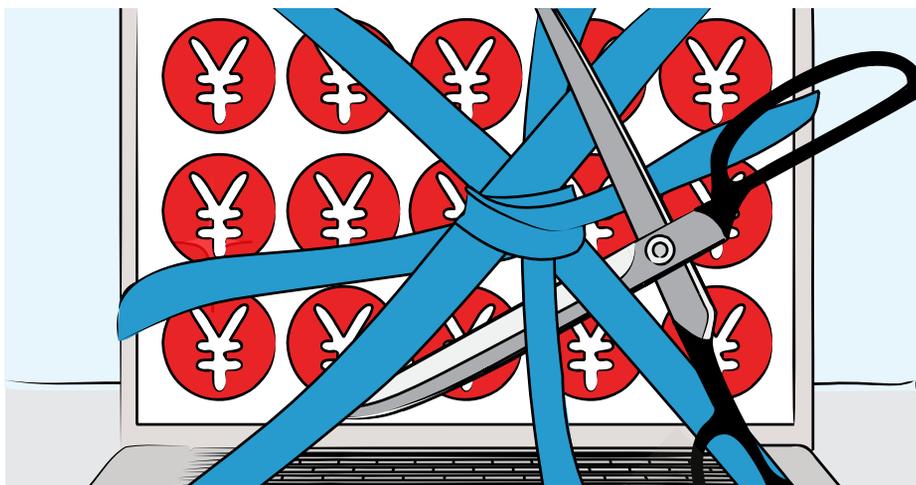


Spring Day
Dang Van Quynh
Olio su tela, 100 X 150 cm
Green Palm Gallery
info@greenpalmgallery.com | www.greenpalmgallery.com | +84 91 321 8496

La copertina di questo mese

E-Commerce in Asia: il mercato online di Cina, India e Vietnam

Contenuti



p.4 Mezzo miliardo di click al giorno. Il consumatore cinese è online.

p.8 L'e-commerce vietnamita: aziende, regole, tendenze

p.11 E-tailing: lo scenario indiano

p.13 Tendenze del mercato online in Cina

p.15 La Shanghai Free Trade Zone: una nuova piattaforma per l'e-commerce transfrontaliero

p.16 L'accordo tra Tmall.com delle imprese italiane in Cina

p.17 Smartphone e Tablet in vertiginoso aumento

Approfondimenti su Asia Briefing

-  [Approfondimenti su Asia Briefing](#)
-  [Consulenza di pre-investimento e strategia di ingresso](#)
-  [Il quadro legislativo e le regole dell'e-commerce Cinese \(disponibile in lingua inglese\)](#)
-  [Limiti più alti agli IDE nell'e-commerce in India \(disponibile in lingua inglese\)](#)
-  [La concorrenza straniera scuote il mercato dell'e-commerce del Vietnam \(disponibile in lingua inglese\)](#)

Abbonamento Annuale

 Per abbonarsi ad Asia Briefing (6 numeri all'anno), cortesemente [cliccate qui](#)

Questa Pubblicazione è disponibile in versione ePub con le seguenti risorse interattive:

-  [Domande & Consigli](#)
-  [Visita i nostri Servizi Professionali](#)
-  [Quadro Normativo](#)
-  [Notizie normative, legali e fiscali sull'Asia](#)
-  [Notizie normative sull'ASEAN](#)
-  [Le nostre Riviste e Guide](#)
-  [Podcast & Webinar](#)

Materiale sull'Asia Emergente

 **DEZAN SHIRA & ASSOCIATES**
Your Partner for Growth in Asia

 **ASEAN BRIEFING**

 **CHINA BRIEFING**

 **VIETNAM BRIEFING**

 **INDIA BRIEFING**



DEZAN SHIRA & ASSOCIATES

Costituzione societaria | Consulenza Legale | Due diligence e Compliance | Fiscalità |
Contabilità | Gestione libri paga | Revisioni contabili e controlli aziendali

Il vostro partner per la crescita in asia

22 anni di eccellenza 1992-2014

Italia Liaison Office:
italiandesk@dezshira.com

Cina
china@dezshira.com

Hong Kong
hongkong@dezshira.com

India
delhi@dezshira.com
mumbai@dezshira.com

Vietnam
hcmc@dezshira.com
hanoi@dezshira.com

Singapore
singapore@dezshira.com

Stati Uniti Liaison Office:
usa@dezshira.com

Dezan Shira Asia Alliance:

Indonesia
indonesia@dezshira.com

Malaysia
malaysia@dezshira.com

Philippines
philippines@dezshira.com

Thailand
thailand@dezshira.com