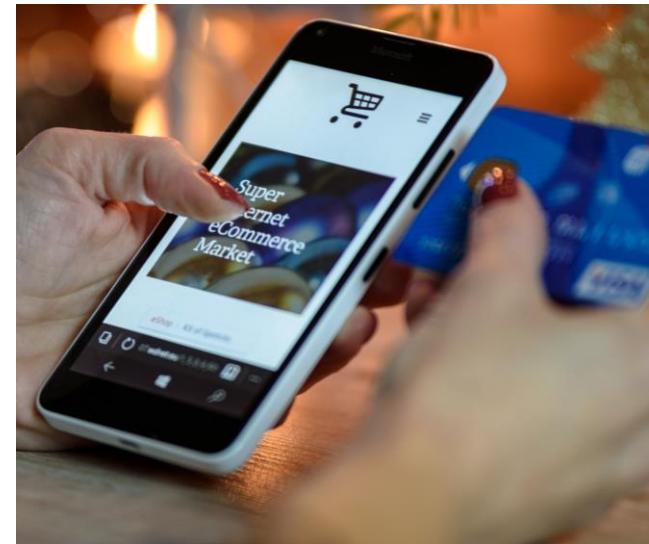


# LA DIFFUSIONE DELL'E-COMMERCE

Nei Paesi emergenti l'E-Commerce è in crescita: nel 2017 gli utenti di internet di quelle regioni erano circa 2,1 miliardi, ma nel 2022 si prevede che saliranno a 3 miliardi, cioè tre volte il numero degli utenti delle economie sviluppate. E tutti faranno acquisti online.

Secondo il report *“Digital Consumers, Emerging Markets, and the \$4 Trillion Future”* elaborato da The Boston Consulting Group, tra quattro anni il totale della spesa influenzata dalla rete, cioè quella in cui internet propone, indirizza o suggerisce l'acquisto, si aggirerà intorno alle quattro migliaia di miliardi di dollari, di cui 3,9 deriveranno proprio dai mercati emergenti.



Uno scenario economico promettente ma, elemento da considerare per chi vuole investire, anche

molto frammentato. I nove Paesi studiati da BCG (Brasile, Cina, Filippine, India, Indonesia, Kenya, Marocco, Nigeria e Sudafrica) presentano livelli di sviluppo digitale differenti e, perciò, esigenze e priorità diverse nell'acquisto online. L'unico punto comune è il primato dello smartphone, ormai strumento privilegiato per l'accesso alla rete per nove utenti su dieci.

I Paesi “**Digitally aware**”, come le Filippine e i quattro Stati africani presi in considerazione, presentano un grado di sviluppo ancora modesto. Qui le revenue dell'e-Retail sono inferiori al 2% del totale e la “**Digital influence**” è di un dollaro su 20. Fanno un po' meglio i Paesi “**Digitally advancing**”, cioè Brasile, Indonesia e India, per i quali le revenue dell'e-Retail, ancora basse, si aggirano tra il 3% e il 5%, mentre è molto forte l'influenza del digitale: va dal 12% del totale delle spese (Indonesia) al 35% (Brasile). Infine, tra i “**Digitally advanced**” spadroneggia la Cina: qui la rete influenza il 40% degli acquisti, mentre le revenue dell'E-Commerce costituiscono il 20% del totale. Numeri superiori a quelli di Gran Bretagna (15,7%) e Usa (12,7%).