



Primo Piano - Giornata Unica dello Shopping in Cina sottotono soprattutto per il giro di vite governativo sull'e-commerce

Roma - 11 nov 2021 (Prima Notizia 24) Oggi la Cina ha celebrato la sua Giornata Unica dello Shopping ma il volume delle vendite quest'anno è oscurato e privato delle luci fastose dei media

degli anni passati, soprattutto a causa della stretta attuata dal Governo verso le più famose piattaforme di e-commerce come Alibaba.

La Cina oggi ha vissuto una versione sottotono della sua annuale Giornata Unica dello Shopping, spogliata del solito vanto sul volume delle vendite mentre il settore dell'e-commerce del Paese vacilla sotto un forte giro di vite del Governo su piattaforme come Alibaba. Il più grande festival dello shopping del mondo è stato accompagnato per anni da promozioni aggressive e aggiornamenti orari mozzafiato da parte di Alibaba da mezzanotte in poi, che dettagliava cifre di vendita in costante aumento che fanno impallidire il PIL annuale di molte Nazioni. Quest'anno, però, non ci sono stati conteggi continui o commenti trionfali da parte dei dirigenti delle principali piattaforme a partire da questa mattina, e i media statali hanno descritto un evento più tranquillo quest'anno sulla scia della campagna di Pechino per tenere a freno la Big Tech. Il China Singles' Day -così chiamato per la data dell'11.11- è iniziato più di dieci anni fa e per anni è stato un evento di un giorno e della durata di 24 ore. Ma Alibaba e i suoi rivali lo hanno esteso a una promozione di 11 giorni che culminerà l'11 novembre, mentre alcuni rivenditori e piattaforme hanno iniziato a offrire sconti, offerte speciali e prevendite già da ottobre. Grazie alla predilezione del consumatore cinese per la caccia agli affari tramite smartphone, il Singles' Day ora fa impallidire la promozione del Black Friday natalizio negli Stati Uniti. Le piattaforme gestite da Alibaba e dal suo concorrente più vicino JD.com hanno registrato un fatturato combinato di 115 miliardi di dollari durante la promozione dello scorso anno. Il festival è gradualmente diventato un indicatore attentamente monitorato del sentimento dei consumatori nella seconda economia più grande del mondo ma oggi non era chiaro quando sarebbero stati pubblicati i dati sulle vendite. Le piattaforme di e-commerce stanno tenendo la testa bassa a causa del controllo del Governo, che prende di mira il presunto abuso dei dati degli utenti e le pratiche commerciali monopolistiche ma sembra anche motivato in parte da preoccupazioni più ampie che la Big Tech sia diventata troppo potente e non regolamentata. Alcuni indicatori iniziali, tuttavia, avevano indicato una spesa continua e robusta, con Alibaba che ha affermato che centinaia di marchi hanno avuto un inizio più forte dal 1° novembre rispetto all'anno precedente, senza fornire dati. Il controllo del Governo ha scosso grandi attori come Alibaba, Tencent e JD, tagliando miliardi di dollari dei loro valori azionari ma gli esperti affermano che il Partito Comunista al potere non ha intenzione di ostacolare in modo significativo l'e-commerce. Il partito sta conducendo una campagna a lungo termine per diversificare

l'economia cinese da un'eccessiva dipendenza dalla produzione, dalle esportazioni e dagli investimenti governativi, verso un modello più basato sul mercato e guidato dai consumatori.

di Francesco Tortora Giovedì 11 Novembre 2021