

## Single Day vs Black Friday, un nuovo sorpasso dell'Oriente

L'11 novembre in Cina si sono vendute merci per circa 25 miliardi di dollari, 1 miliardo nei primi otto minuti, per gran parte transitati da Alibaba, la grande piattaforma di commercio online cinese. È "il giorno dei single" che ogni anno segna un nuovo record: quello che nel 2013 Alibaba ha fatturato in un giorno (circa 5 miliardi), oggi è stato fatturato nella prima ora.

Seguendo lo stesso modello seguito negli Stati Uniti, anche in Cina le promozioni non si limitano a un solo giorno ma si estendono ad alcuni giorni. Eppure, anche mettendo insieme tutte le *shopping holidays* di tradizione statunitense (Giorno del Ringraziamento, Black Friday e Cyber Monday), non si arriva a totalizzare le cifre che riesce a muovere il mercato cinese.

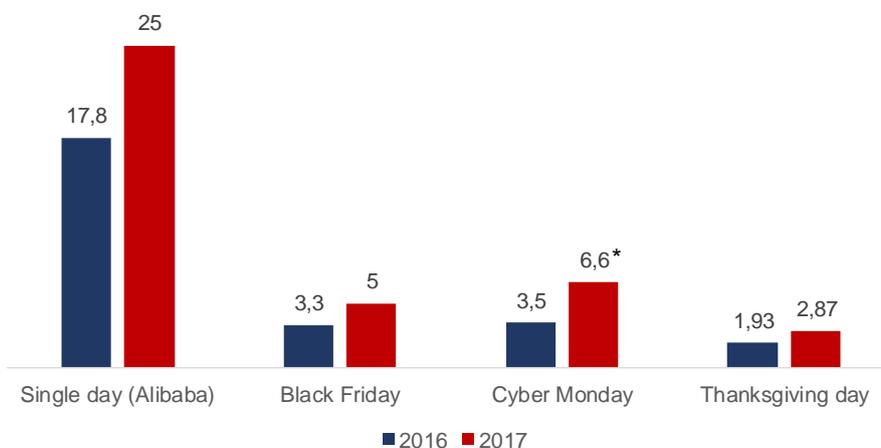
Di seguito qualche numero sul Single Day fornito da Forbes:

**140.000** il numero di *brand* che hanno partecipato all'evento (+40% rispetto allo scorso anno), di cui 60.000 di livello internazionale, e che hanno potuto accedere ai 500 milioni di utenti Alibaba.

**15 milioni** i prodotti disponibili. Tra i più venduti, i beni del reparto *wellness* e prodotti per bambini, a conferma dell'attenzione dei cinesi per la qualità e la sicurezza alimentare. Molto amati prodotti importati da Giappone, Usa, Germania, Corea del Sud.

**1,5 miliardi** il numero di pagamenti processati attraverso Alipay, sistema di pagamento di Alibaba, il 90% dei quali effettuati da mobile. Durante il Black Friday solo il 30% delle transazioni avviene tramite telefono cellulare.

Fig. 1 – Shopping holidays cinesi e statunitensi a confronto (miliardi di dollari)



Fonte: Adobe, Alibaba, Reuters

\*stime

Il Single Day, però, non è solo un evento di shopping a cifre scontate. **Oltre lo sconto, Alibaba si è posto l'obiettivo di ingaggiare i consumatori a lungo termine puntando su iniziative di intrattenimento ed eventi speciali, coniando la parola "retail-tainment"**. Ne è di esempio la serata di gala organizzata a Shanghai con ospiti del calibro di Maria Sharapova e Nicole Kidman. **Le cifre record celano, inoltre, un'importante sfida logistica:** il primo pacco è stato consegnato 13 minuti dopo l'acquisto e per diversi prodotti si è garantita la consegna entro un'ora dall'acquisto. Per l'occasione Alibaba ha trasformato 100 mila magazzini in *smart stores* a elevato livello di automazione attraverso l'impiego di robot.

L'utilizzo di *big data*, l'impiego di realtà virtuale e l'automazione dei processi identificano una rivoluzione nel comparto della vendita in un mercato *retail*, quello cinese, che vale circa 5.000 miliardi di dollari e che nel 2020 potrebbe rappresentare il 60% del commercio globale online, dove è possibile acquistare [addirittura un Boeing](#). La sensazione è che questa sia un'ulteriore occasione in cui la Cina abbia voluto affermare la validità del "modello cinese", in una società sempre più tecnologica e che, in alcuni campi, si pone già all'avanguardia rispetto a molte economie avanzate.