

Sviluppo commerciale E-Commerce nel Far-East



We Are Social Report 2018

Secondo il We Are Social Report 2018, i cittadini del Sud Est Asiatico spendono in media 3.9 ore al giorno utilizzando il loro smartphone (con punte di 4.3 ore in Indonesia), in USA le ore giornaliere spese sono 2.2 mentre in Giappone 1.3.

E-Commerce in Asia Pacific

THE WORLD OF INTERNET





E-commerce triplichera' nei prossimi anni

Uno studio dall'azienda Bain & Co, svolto in collaborazione con Temasek e Google, ha stimato che entro il 2025 i Digital Consumer nella Regione ASEAN spenderanno tre volte quello che spendono oggi, passando quindi da una spesa media di US\$125, a US\$390 entro il 2025.

Oltre all'aumento della spesa media, aumentera' anche il numero dei DIGITAL CONSUMER.

Nel 2015 i Digital Consumer nell'Area ASEAN erano 90 milioni, nel 2018 aumentarono a 250 milioni ed entro il 2025 saranno 310 milioni.

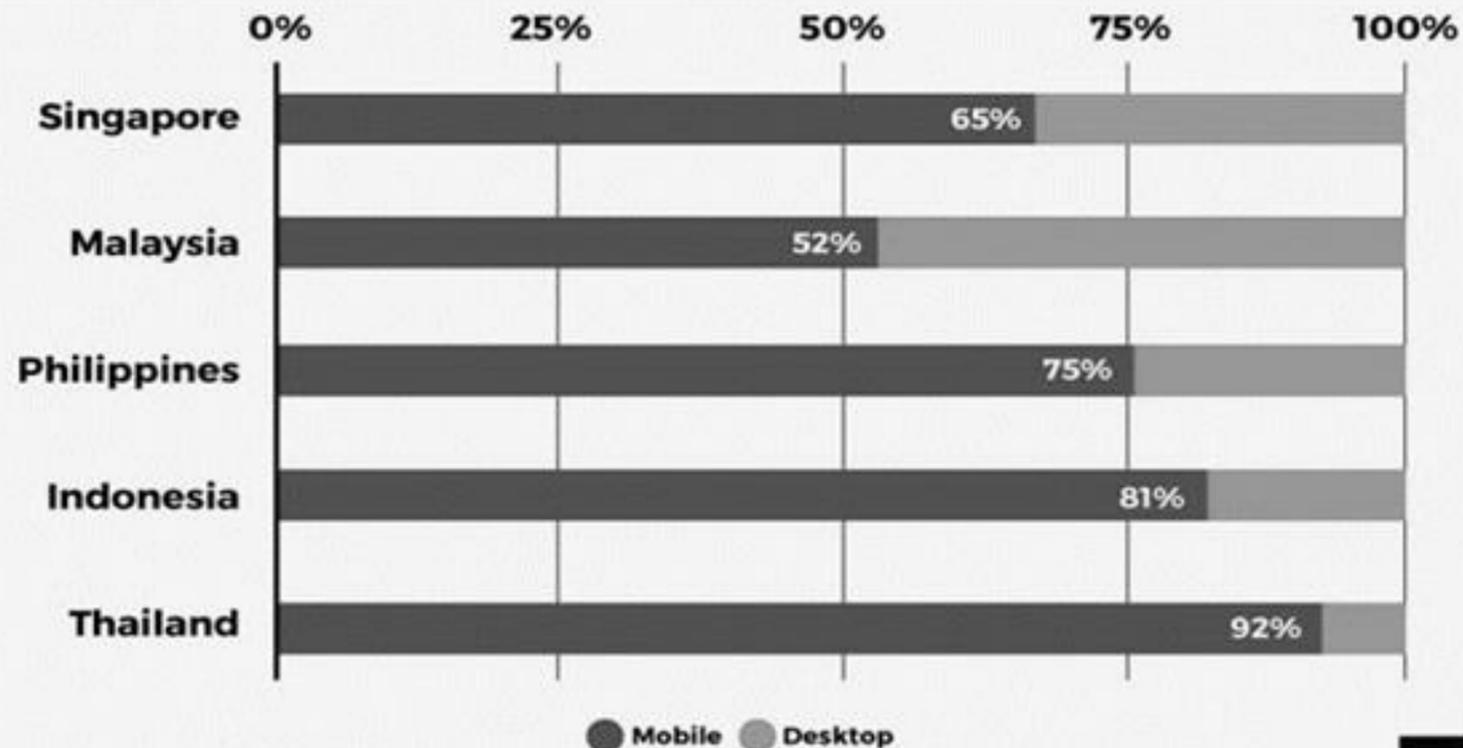
**IL 90% DEGLI UTENTI NEL SEA E'
CONNESSO ATTRAVERSO SMARTPHONE**

M-Commerce Penetration in Southeast Asia 2018



Source: We Are Social Report 2018

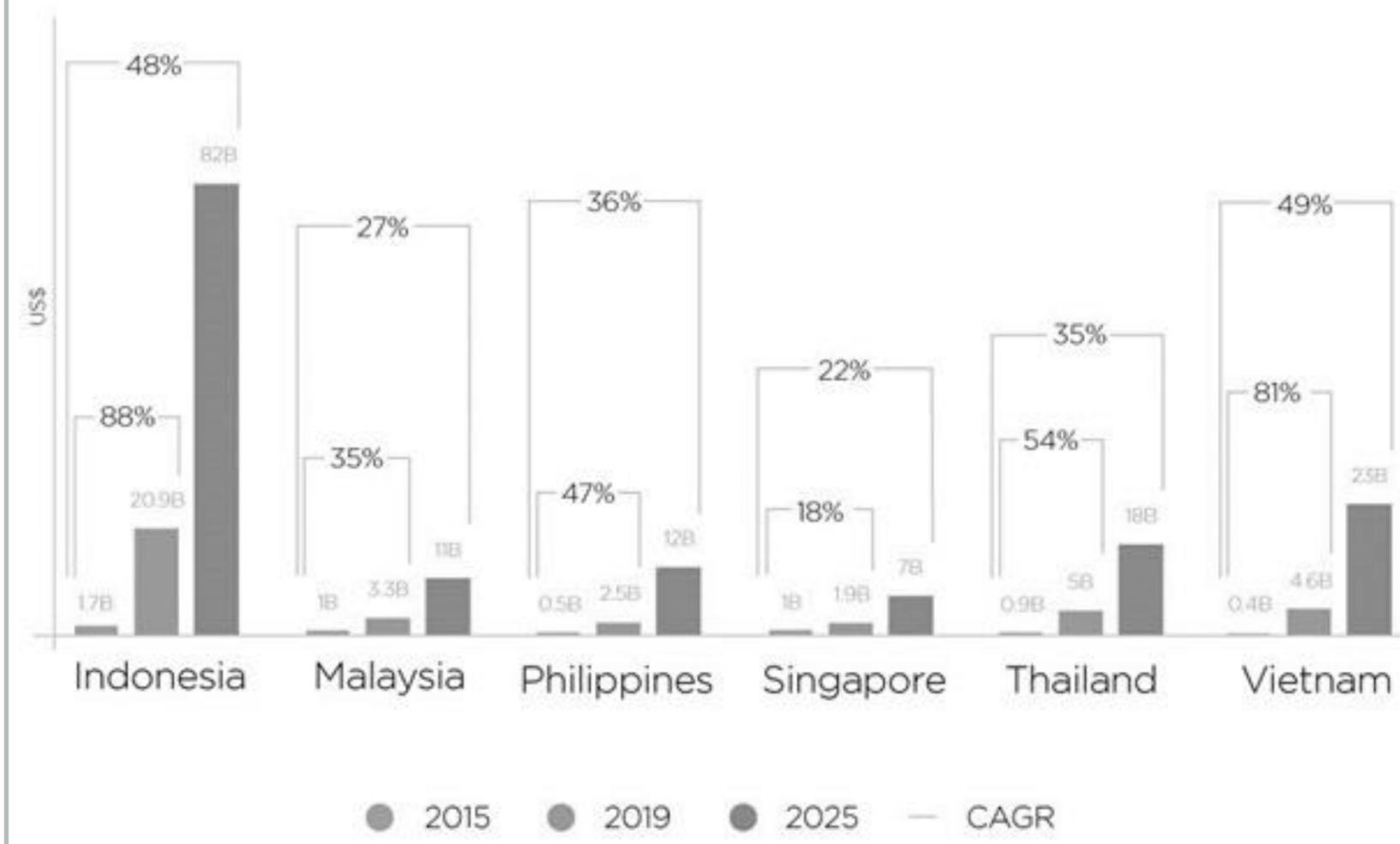
Percentage of transactions made online through mobile and desktop



Il mercato e-commerce e' fortemente dominato dal mobile infatti il 90% degli acquisti nell'area Asean avviene attraverso i cellulari



■ SOUTHEAST ASIAN
 ■ E-COMMERCE MERCHANDISE
 ■ VALUE



*Merchandise values are of gross value

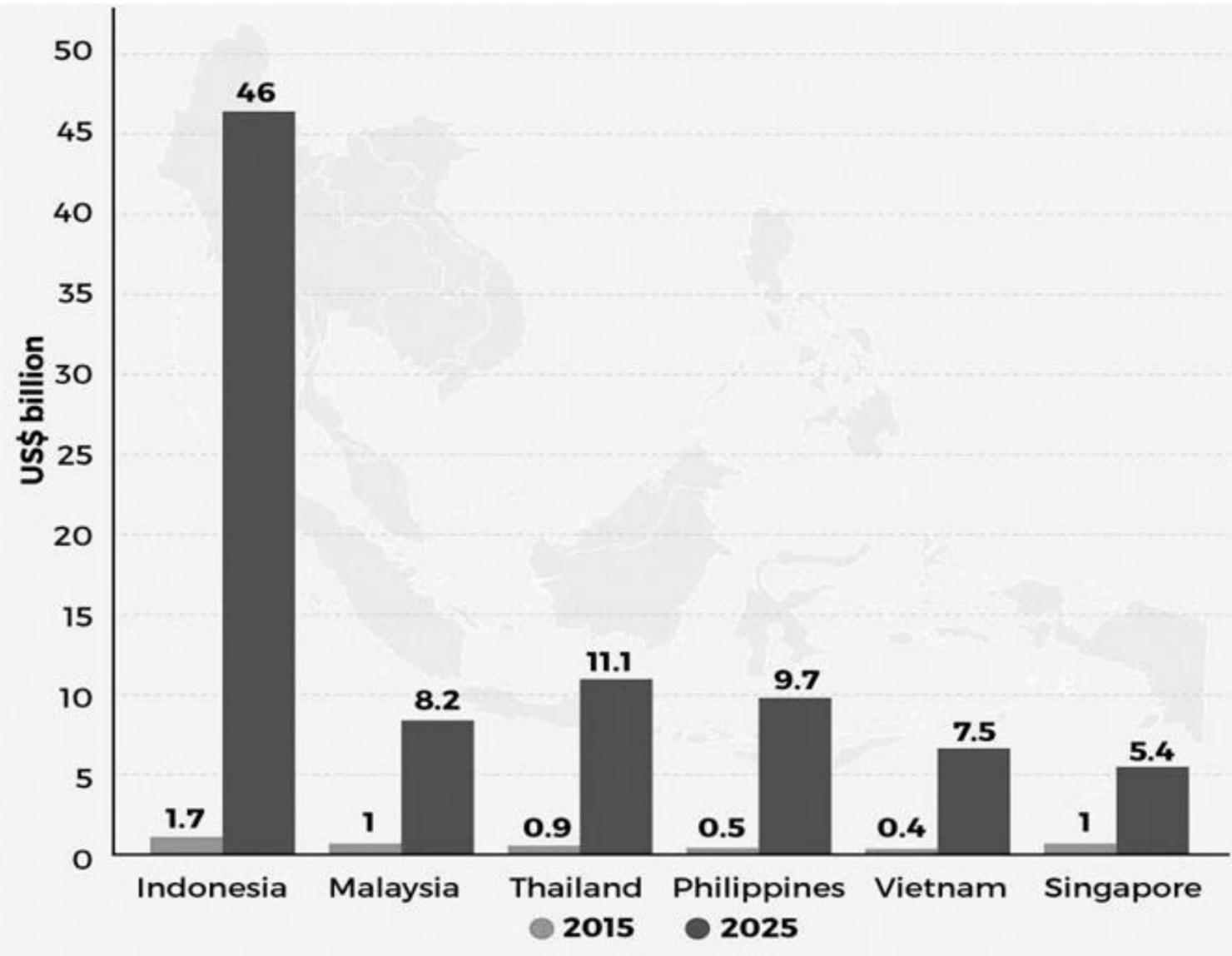
Nell'area Asean il **Valore** dell'e-commerce e' cresciuto **7 volte** in **4 anni** passando da US\$5.5 nel 2015 ad oltre US\$38 nel 2019.

Il settore e' nella giusta direzione per passare **US\$102 miliardi** nel **2025**.

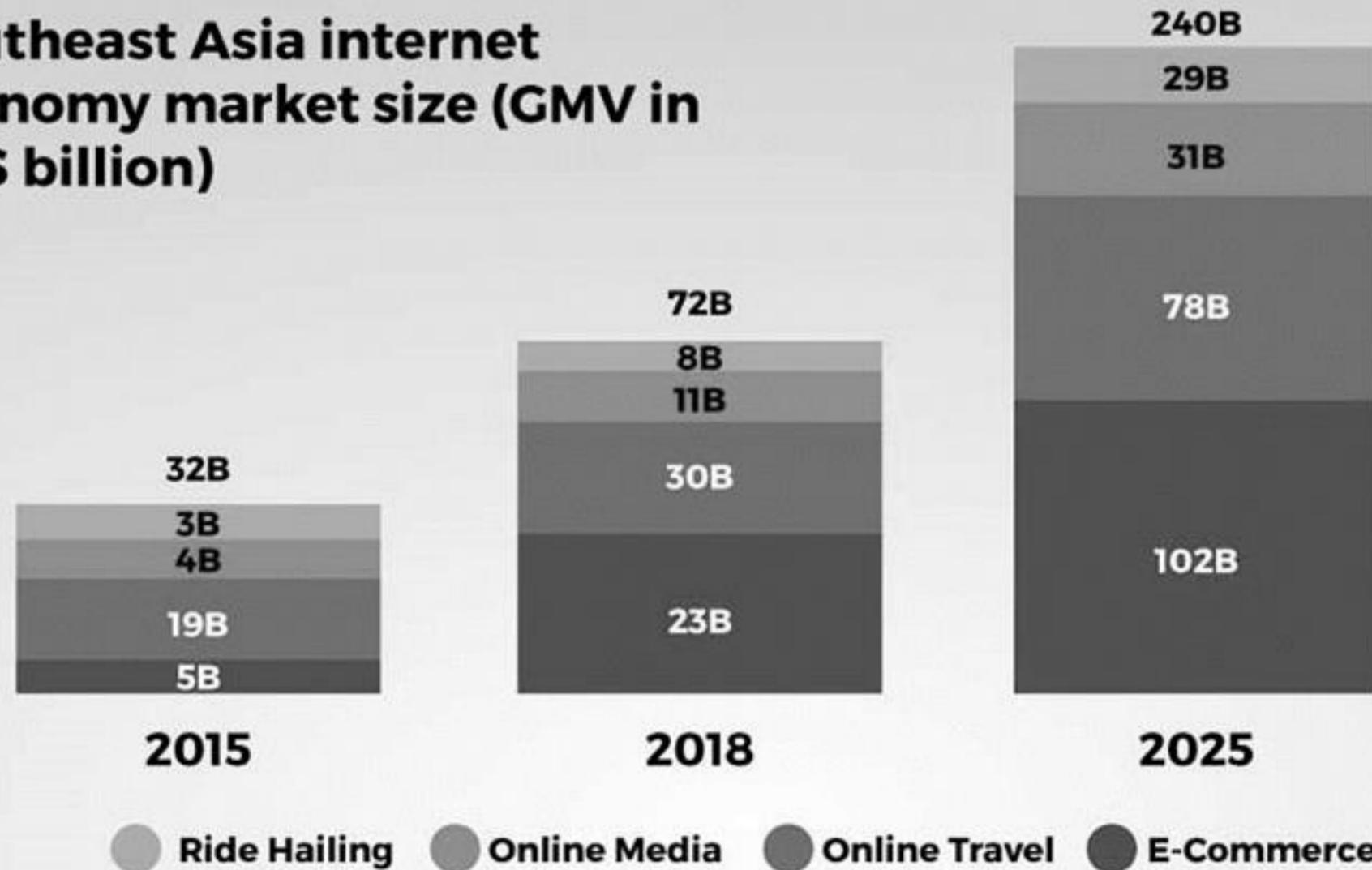
Asean E-Commerce Market

L'internet economy nel South East Asia raggiungera' un valore di **US\$240 Miliardi** entro **il 2025**

Di questo valore, **US\$102 Miliardi** saranno rappresentati dall'e-commerce (oltre 40% del settore totale).



Southeast Asia internet economy market size (GMV in US\$ billion)



Southeast Asia's Internet Economy on track to exceed USD\$240 Billion By 2025



Secondo delle interviste fatte ai consumatori dell'Asia Pacific, **il 67%** ha dichiarato di non avere una chiara idea di cosa acquistare prima di accedere ai portali e-commerce.

Con milioni di prodotti offerti, in media i clienti nell'**ASEAN** consultano **4 piattaforme online prima di procedere all'acquisto.**

Attivare programmi promozionali e attività' di marketing per attrarre il cliente diventa una parte fondamentale della strategia di vendita.

Le piattaforme e-commerce partner del progetto



The Most Visited E-Commerce Websites in Southeast Asia, Q3 2019

Indonesia	Malaysia	Philippines	Thailand	Vietnam	Singapore
1 tokopedia	1  Shopee	1  Lazada	1  Lazada	1  Shopee	1  Lazada
2  Shopee	2  Lazada	2  Shopee	2  Shopee	2 <i>Sendo.vn</i>	2  Qoo10
3 BukaLapak	3 Lelong.my	3 ZALORA	3 nbs	3  Thegiantcompany	3  Shopee
4  Lazada	4 ZALORA	4 ebay	4 Pomelo.	4 tiki.	4 ezbuy
5  blibli	5 PGMALL	5 BEAUTY	5  Chilindo	5  Lazada	5 ZALORA



LAZADA



- Più grande operatore e-commerce in South East Asia
- Investimenti raccolti USD 647 Mln
- HQ a Singapore e presenza in 6 Paesi
- 18 categorie di prodotto



Principale marketplace locale per i prodotti agroalimentari

Consegna 7/7

3 Milioni di visitatori mensili
(+90% traffic YtoY)

Eta media consumatore 25/40 anni

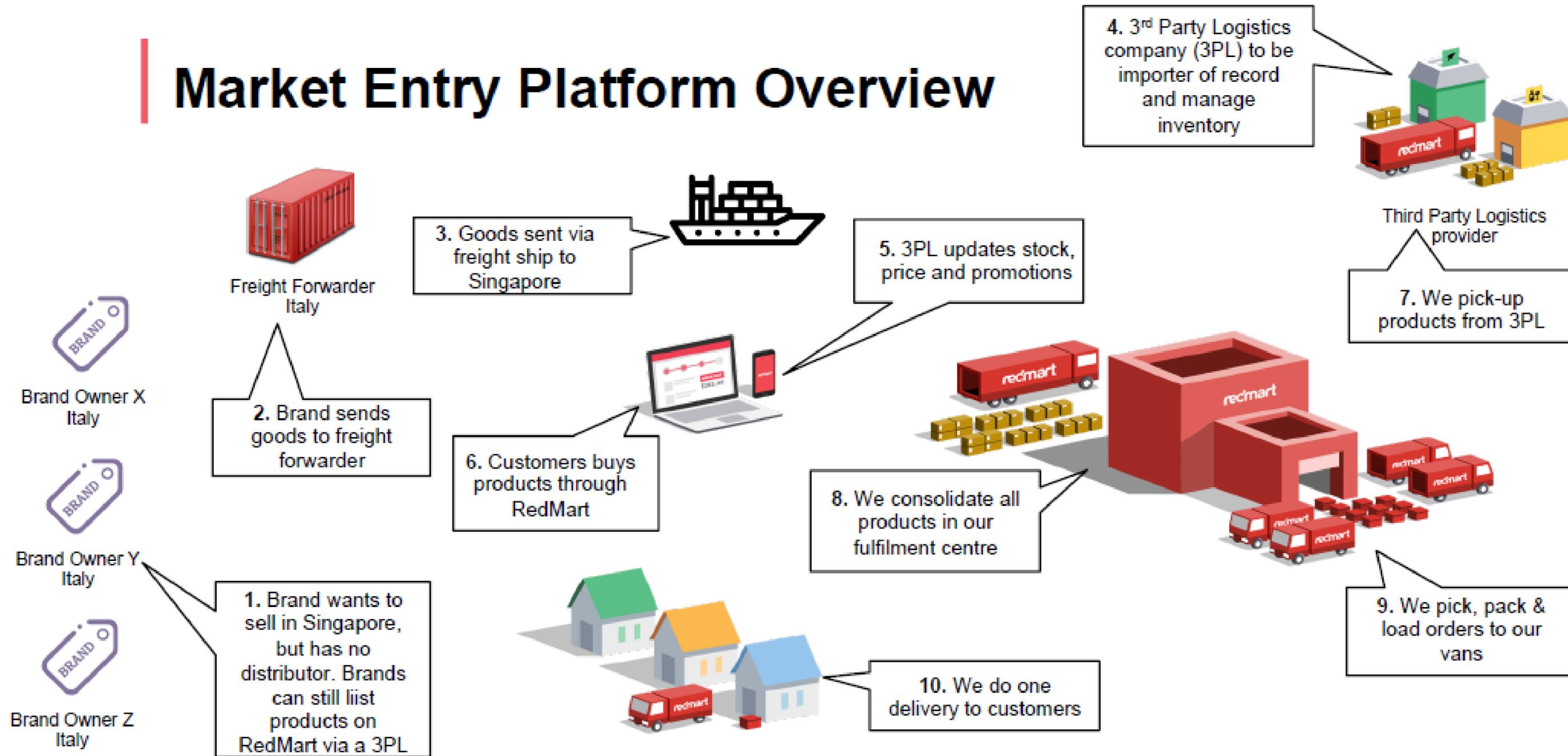


REDMART

Majority investor



Market Entry Platform Overview





SHOPEE



- Presente in 7 Paesi del Sud Est Asiatico
- App scaricata 160M
- 13M di follower online
- USD 604 Mln di ordini nel 2018 (+147% YtoY)



Order Type: Paid Order

Real-Time: Today Until 13:00

Export Data

Key Metrics

Metric	Value	Change
Sales	\$ 660.16	85.61% ↑
Orders	13	30.00% ↑
Conversion Rate	3.03%	-0.33% ↓
Sales per Order	\$ 50.78	42.78% ↑
Unique Visitors	429	43.96% ↑
Page Views	768	34.55% ↑

Trend Chart of Each Metric



Progetto E-Commerce per le aziende italiane



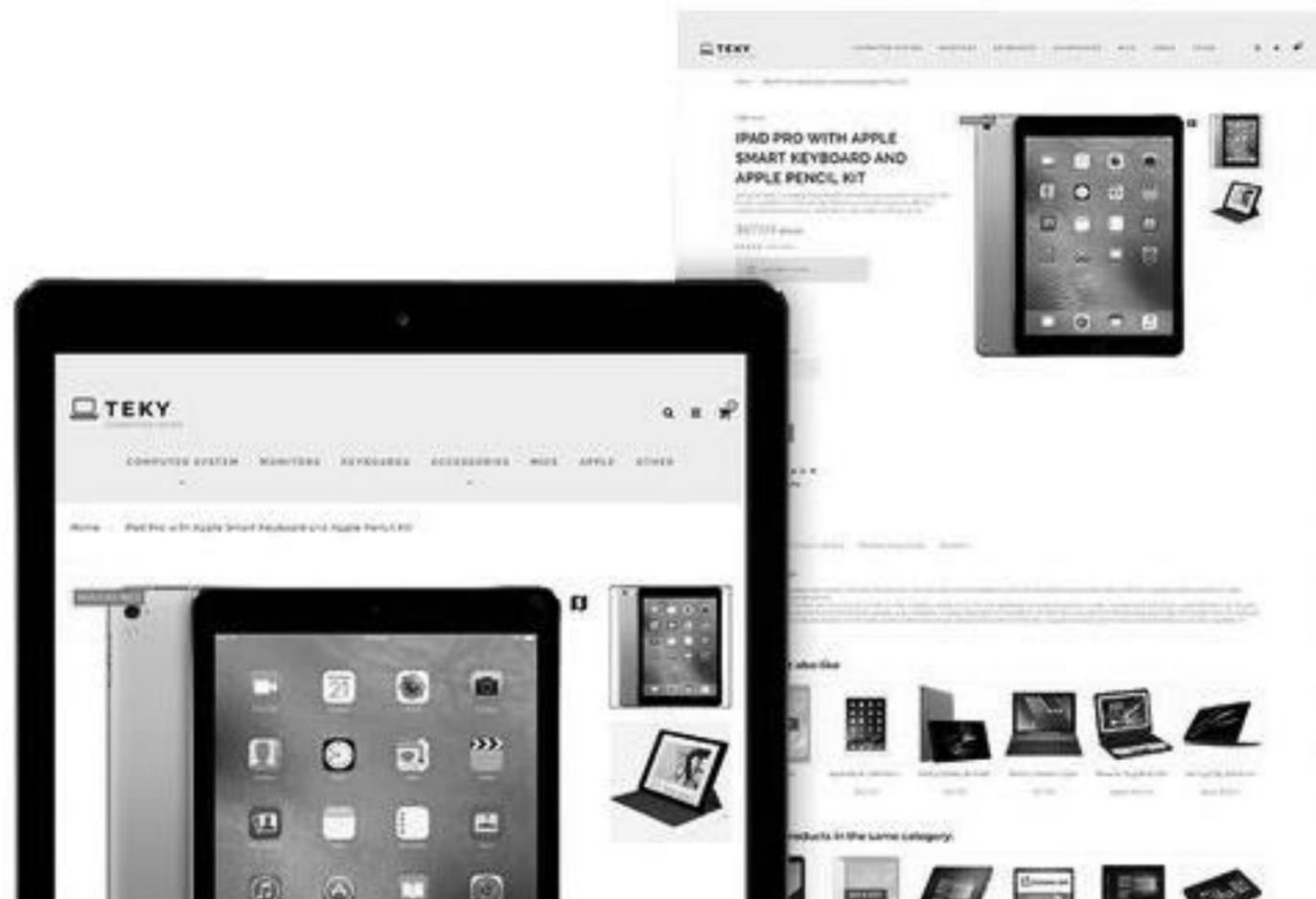
ICCS grazie alla consolidata esperienza nell'offrire servizi di sviluppo commerciale, aiuta le aziende italiane ad espandersi nel Far East attraverso la promozione, la presenza e la vendita nei principali marketplace locali.

SERVIZI OFFERTI DA ICCS

- Studio di prefattibilita'
- Supporto nella preparazione del prodotto per il marketplace
- Individuazione del marketplace piu adatto al prodotto e all'azienda
- Supporto alla promozione online
- Supporto logistico

SERVIZI OFFERTI DA ICCS

- Spedizione da porto italiano a Singapore
- Sdoganamento
- Inserimento dei prodotti aziendali all'interno della piattaforma e-commerce (RedMart, Shopee, Lazada)
- Creazione della pagina online
- Gestione degli ordini
- Gestione dell'interazione con potenziali clienti
- Creazione delle campagne marketing sul mercato di riferimento con attività online e offline
- Reportistica ogni 2 settimane sulle performance della pagina e vendita dei prodotti



**Ogni azienda
selezionata dovrà'...**

Condividere la descrizione del prodotto in lingua inglese

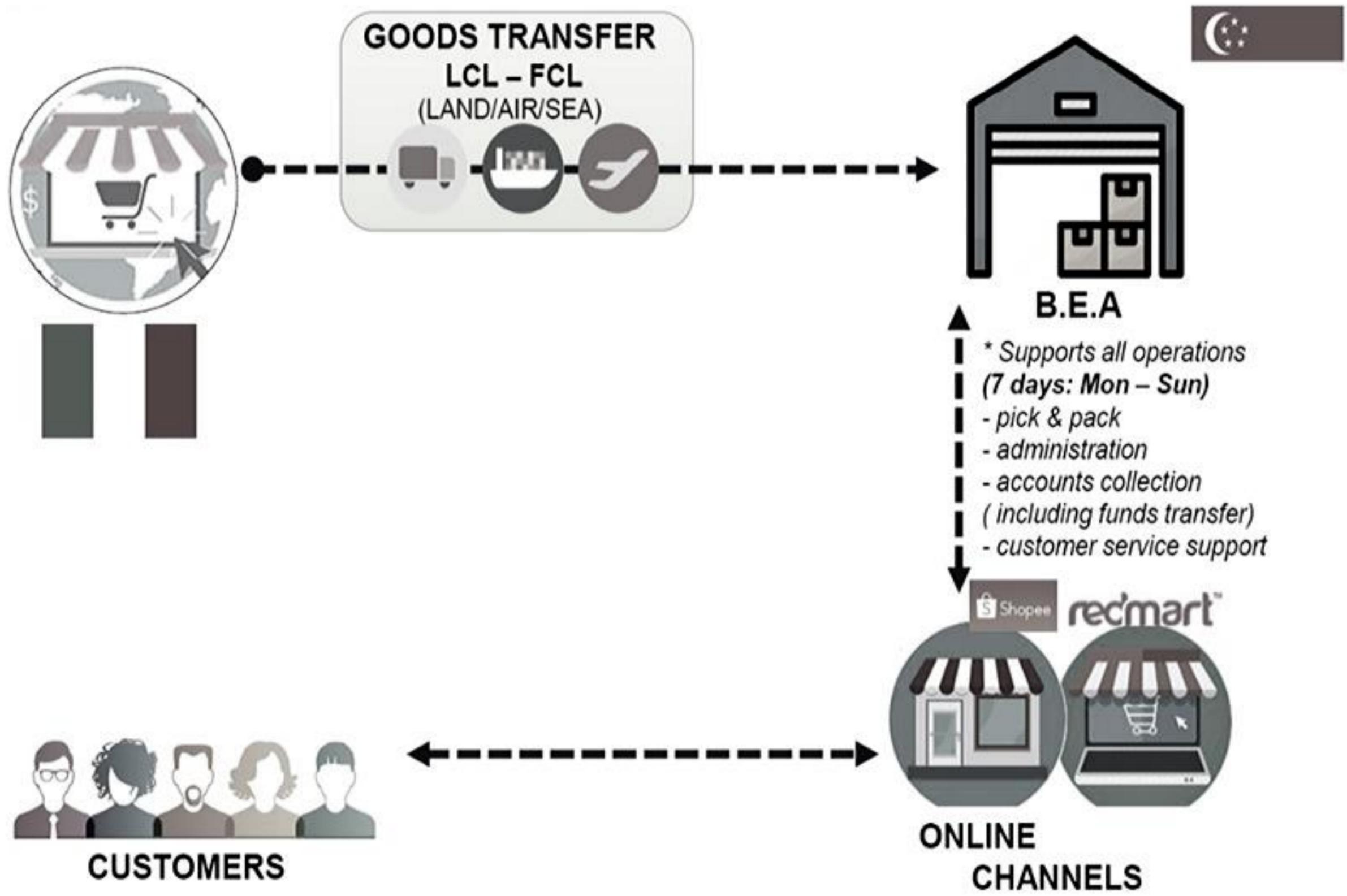
Inviare al punto di raccolta in Italia 10 prodotti per ogni referenza selezionato (massimo 2 prodotti)

ICCS si occuperà di trasferire i prodotti a Singapore nelle warehouse del trader partner del progetto

I Prodotti



Agroalimentare;
Integratori Alimentari;
Cosmetica e Beauty;
Abbigliamento;
Abbigliamento Sportivo;
Design e Arredo;
Prodotti per la casa;
Pet Food;



Servizio offerto da ICCS – 6 mesi

DURATA DEL
SERVIZIO

6 Mesi



COSTO DEL
SERVIZIO

Euro 3,000.00



ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE IN SINGAPORE (ICCS)

ISBF Center, 160

Robinson Road #20-05 Singapore 068914

T: +656223056

singapore@Italchamber.org.sg

www.Italchamber.org.sg