

COMUNICATO STAMPA

E-COMMERCE IN CINA: L'OPPORTUNITÀ VIP.COM

Milano, 29 ottobre 2015 – Uno dei giganti dell'e-commerce cinese arriva nel nostro Paese in cerca di partner italiani per ampliare la sua offerta. **Vip.com**, terzo operatore e-commerce in Cina e più grande operatore *flash sale* al mondo, si è presentato oggi a Milano davanti a una platea di aziende interessate ad entrare in un circuito dai numeri multimilionari. L'iniziativa è stata organizzata in collaborazione con la Fondazione Italia Cina.

Il **mercato dell'e-commerce cinese** può, infatti, contare oggi su 618 milioni di utenti Internet, 400 dei quali fanno shopping online, con transazioni che nel 2015 hanno toccato la quota di 600 miliardi di dollari. L'anno scorso, il 10,7% delle merci acquistate da consumatori sono state vendute in Internet. E il *flash sale* (vendite a tempo limitato di prodotti a prezzi fortemente scontati) è il mercato maggiormente in crescita nel settore e-commerce, essendo passato dallo 0,06% del 2008 al 17,32% del 2015.

All'evento milanese, che si è tenuto all'Hotel Westin questa mattina, hanno assistito un centinaio di compagnie interessate ad entrare in contatto con questa realtà. I partecipanti hanno potuto conoscere meglio la piattaforma di e-commerce attraverso la presentazione fatta dai suoi responsabili e interagire con loro durante la sessione Q&A e il momento networking. Un ristretto numero di aziende italiane ha poi partecipato ai B2B del pomeriggio per ipotizzare nuove e possibili forme di collaborazione tra il colosso cinese e le realtà nostrane. I settori su cui si è focalizzata l'attenzione sono stati quelli del Fashion/Moda, Oggettistica/Sistema casa, prodotti e articoli per l'infanzia, prodotti per la salute e cosmetici e grande distribuzione.

Il roadshow italiano di Vip.com proseguirà a Venezia, dove domani è in programma un evento analogo a partire dalle 9.30 presso l'aula magna Lybra di Vega Scarl, edificio Lybra – via delle Industrie 17/a, 30175 Venezia Marghera. *“L'Italia è come la Cina, un Paese dalla lunga storia e dalle tradizioni millenarie; Venezia è una città incantevole che trasmette lo spirito del Rinascimento italiano. Quest'anno Vipshop ha stabilito il suo ufficio di rappresentanza italiano a Milano, con l'obiettivo di iniziare proficue collaborazioni con le aziende italiane, per portare ai consumatori cinesi il meglio della qualità e della raffinatezza italiana, in modo che possano capire a fondo e apprezzare la moda, la cultura e il life style di questo Paese”.*

Vip.com: chi è

Nato nel 2008, Vipshop.com è stato quotato per la prima volta alla Borsa di New York il 23 marzo 2012. L'anno dopo, il 30 novembre 2013, è stato lanciato il nuovo dominio, Vip.com. Nel 2014 ha acquistato Lefeng.com, una piattaforma e-commerce leader nel commercio di cosmetici, e Cross-border Sales Channel, un primo passo fermo verso lo sviluppo all'estero del marchio. Oggi Vip.com è presente a Guangzhou, Shanghai, Beijing, Taipei, Hong Kong, London, Milan, Paris, New York, Los Angeles, Sydney, Tokyo, Seoul.

Nel 2014 ha raggiunto i 100 milioni di iscritti e i 107,3 milioni di ordini, con guadagni per 3,77 miliardi di dollari. Oggi Vip.com ha 18 mila dipendenti, 12 milioni di visitatori unici attivi ogni giorno, 70% dei quali fa i suoi ordini attraverso dispositivi mobili e app. Il numero medio di ordini al minuto gestito dal sito è di 204, 330 mila ordini in un'ora il picco raggiunto il 18 giugno scorso. I suoi clienti sono per il 70% donne e per il 30% uomini, soprattutto nelle fasce di età comprese tra i 26 e i 30 anni e tra i 31 e i 40.