Cina: mercato cosmopolita

@font-face {
font-family: "Arial";
}@font-face {
font-family: "Cambria";
}p.MsoNormal, li.MsoNormal, div.MsoNormal { margin: 0cm 0cm 0.0001pt; font-size: 12pt; font-family: "Times New Roman"; }div.Section1 { page: Section1; }

L’esempio lampante di questo trend in piena fioritura è il villaggio Taobao, un gigantesco web mercato frenetico e iper produttivo che affonda le sue radici in Cina, nella regione dello Zhejiang.

Alla luce del sole, c’è una grande piazza virtuale; inabissato nel sottosuolo un immenso reticolo di depositi e magazzini: ed è lì che ferve il lavoro duro. Nel 2009 gli operatori di Taobao, sempre più crepuscolari (ma anche sempre più ricchi) sviluppavano un fatturato di circa 600 milioni di euro, ma la stima a fine 2010 non regge il confronto: si ipotizza di raggiungere addirittura i 10 miliardi. Un boom eclatante che andrà a tutto vantaggio dell’e-commerce cinese che nel 2013 avrà un turnover di oltre 300 miliardi.

Per gli ex ambulanti che hanno abbandonato le strade per rifornire con le loro merci il sottosuolo di Taobao si tratta di un passo avanti ciclopico.