

LE GUIDE PER
Esportare
IN **Digitale**

FOCUS NIGERIA



SACE 

In collaborazione con





NIGERIA

QUALCHE NUMERO SUL PAESE

PAG. 3 →

Economic & Policy

TREND E ALTRE COSE DA SAPERE

PAG. 4 →

Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

PAG. 5 →

E-commerce

I CONSUMATORI E I CANALI DI VENDITA

PAG. 7 →



NIGERIA

QUALCHE NUMERO SUL PAESE

Si è scelto di raccogliere i dati relativi agli anni 2019, 2020 e 2021, per poi mediarli e costruire la successiva elaborazione sulla media ottenuta. In questo modo è stato possibile osservare per il periodo preso in considerazione i cambiamenti legati alle 4 dimensioni considerate. Molti fenomeni e aspetti nazionali che vengono presi in considerazione dalle variabili/indicatori che compongono l'indice sono lenti nella loro evoluzione o nel mostrare un cambiamento attraverso i valori restituiti. Anche per questo motivo il focus dell'analisi non vuole essere quello di mostrare un'istantanea il più aggiornata possibile dei paesi presi in considerazione e dei fenomeni che li riguardano, ma di mostrare come tali dinamiche ed aspetti possano influire sulle attività di export verso tali Paesi.



Popolazione (2021)	213 milioni
GDP (2021)	\$440 miliardi
Per capita GDP (2021)	\$2,085
Valore delle importazioni (2021)	\$52 miliardi
Indice di attrattività Score complessivo	1,32/5
Indice di attrattività Score senza dimensione "Size"	1,43/5
Posizione nel ranking di attrattività complessivo	20/20
Posizione nel ranking di attrattività Senza dimensione "Size"	20/20

INDICE DI ATTRATTIVITÀ: SPLIT DELLE 10 MACRO-CATEGORIE

Size	● ○ ○ ○ ○
Country characteristics (Economic)	● ○ ○ ○ ○
Country characteristics (Politic)	● ○ ○ ○ ○
Country characteristics (Regulatory)	● ○ ○ ○ ○
Trade lever / relationship	● ● ○ ○ ○
Trade & Financial barriers	● ○ ○ ○ ○
Cultural proximity	● ● ● ○ ○
Online market (size & growth)	● ● ○ ○ ○
Infrastructure (Financial; ICT; Logistics)	● ○ ○ ○ ○
Technology adoption & consumer behaviour	● ○ ○ ○ ○



Economic & Policy

TREND E ALTRE COSE DA SAPERE

■ CARATTERISTICHE ECONOMICHE

La Nigeria è lo stato più popoloso del continente africano. Nel 2021 la popolazione della Nigeria ammontava a circa 213 milioni di individui (World Bank, 2021). L'inflazione su base annua nel 2021 era del +17% (World Bank 2021), un valore molto alto. La Nigeria non ha punteggi alti in indicatori che aiutano a misurare l'efficienza del commercio e del contesto economico in cui si opera, come l'Ease of Doing Business Index sviluppato dalla World Bank (2019), dove si è classificata nel complesso come 131esima economia al mondo su 190 paesi esaminati.

■ CARATTERISTICHE GIURIDICHE/REGOLATORIE

Nel Judicial Effectiveness Index sviluppato da Heritage (2022), un indice volto a misurare l'efficienza del sistema giudiziario di un paese, la Nigeria ha ottenuto un punteggio di 33,8/100, un punteggio basso, al di sotto della media mondiale (50,2). Relativamente ai processi regolatori ed amministrativi legati all'apertura di nuovi business e produzioni, misurati dal Business Freedom Index di Heritage, il Nigeria ottiene uno score di 60/100; un valore che testimonia un framework amministrativo non del tutto efficiente. Il framework regolatorio relativo all'apertura di nuovi business è considerato lento e costoso.

■ CARATTERISTICHE POLITICHE

Il sistema politico della Nigeria, ossia una repubblica presidenziale federale, non appare molto stabile, infatti l'indicatore di rischio politico elaborato da SACE (2023) è di 84/100 (più è basso lo score, meno il paese è considerato rischioso dal punto di vista politico).

Media del rischio politico

84 /100

La media del suo rischio politico elaborata da SACE è di 84/100.



Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

■ COMMERCIO

Il valore delle importazioni di beni in Nigeria nel 2021 ha costituito il 19,8% del PIL. L'Italia non è attualmente un partner commerciale molto importante per la Nigeria: nel 2021 le importazioni dall'Italia costituivano il 2,02% di tutte le importazioni complessive, con un valore di circa \$1,05 miliardi (Comtrade, 2021). Dalla prospettiva italiana, la Nigeria nel 2021 non si classifica nei primi 20 partner commerciali per valore dell'export, posizionandosi invece al 59esimo posto (OEC, 2021).

■ BARRIERE COMMERCIALI/ FINANZIARIE

La Nigeria ha un dazio medio sulle importazioni abbastanza alto e pari al 12%. È attualmente in vigore un Trade Agreement fra UE e Nigeria, chiamato European Partnership Agreement, siglato fra l'UE e 16 economie africane, che ha fra i vari obiettivi anche quello di ridurre progressivamente i dazi sulle esportazioni europee in 16 stati africani nel corso di 20 anni. La Nigeria ha ottenuto punteggi bassi in due indici dedicati alla dimensione commerciale e finanziaria: il Trade Freedom Index (Heritage, 2021), che misura la quantità e l'entità delle

barriere commerciali di un paese, sia tariffarie che non tariffarie, e il Financial Freedom Index (Heritage, 2021), che è invece dedicato a valutare l'efficienza e l'indipendenza dell'infrastruttura bancaria di un paese. Nel Trade e Financial Freedom Index Nigeria ha rispettivamente ottenuto punteggi di 68,4/100 e 40/100.

Il sistema burocratico nigeriano è considerato abbastanza lento ed arretrato.



Consulta la guida Doganale sulla Nigeria elaborata da SACE
in collaborazione con Easyfrontier

SCARICALA GRATIS



Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

■ CULTURA

Prendendo in considerazione gli indici Dow (2015) che misurano le differenze politiche, culturali e religiose fra i paesi del mondo, è possibile notare come, rispetto all'Italia, la Nigeria sia caratterizzata da un'alta distanza politica (4,09/10) - va considerato che i paesi occidentali politicamente più simili all'Italia hanno tutti score inferiori allo 0,30), da una distanza religiosa nella media (3,50/10) e da una distanza linguistica molto alta: 9,57/10.

Un altro importante indicatore da considerare per valutare le differenze in varie dimensioni culturali e sociali fra paesi è il Culture Compass elaborato da Hofstede. Questo strumento misura le differenze fra paesi considerando aspetti legati a dinamiche sociali, quali: la misura in cui i membri

meno potenti delle istituzioni e delle organizzazioni all'interno di un paese si aspettano e accettano che il potere sia distribuito in modo ineguale, il grado di interdipendenza che emerge dai membri di una società, o la misura in cui i membri di una cultura si sentono minacciati da situazioni ambigue o sconosciute e hanno creato credenze e istituzioni che cercano di evitarle. Da una media delle differenze in queste dimensioni fra Italia e Nigeria si ottiene un punteggio di 11,50/100: un valore non così alto se comparato a quello di paesi culturalmente più affini all'Italia, come i paesi europei (ad esempio, la media delle distanze in queste dimensioni fra Italia e Germania è pari a 9,25/100).



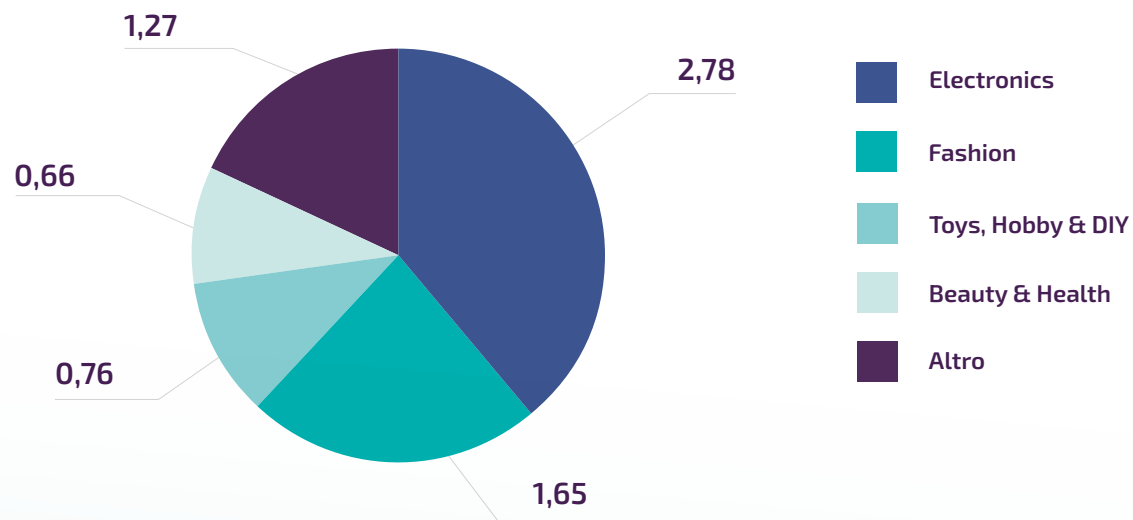


Ecommerce

I CONSUMATORI E I CANALI DI VENDITA

■ NIGERIA: B2C E-COMMERCE MARKET SIZE (2021)

Fonte: Statista, valori in miliardi di dollari



Nel 2021, il valore del fatturato dell'intero mercato e-commerce B2C in Nigeria era di \$7,12 miliardi (Statista, 2021), e nel periodo 2021-2025 è prevista una crescita ad un tasso annuo medio del 11,3%, un valore abbastanza alto.

I principali settori dell'e-commerce B2C in Nigeria (Statista, 2021) sono: **Electronics** (\$2,78 miliardi di fatturato nel 2021), **Fashion** (\$1,65 miliardi di fatturato nel 2021) e **Toys, Hobby & DIY** (\$0,76 miliardi di fatturato nel 2021).

Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

I PRINCIPALI CANALI DI VENDITA ONLINE IN NIGERIA

Fonte: eCommerceDB

Company	Settore	Fondato in Nigeria	Facilità nel reperimento di info operative per diventare venditore (ove possibile)
Jumia	Multisetoriale	Si	Alta
Konga	Multisetoriale	Si	Alta
Slot	Consumer Electronics	Si	\
Asset Pharmacy	Multisetoriale	Si	Bassa
Ajebomarket	Fashion	Si	\
Fouani Store	Multisetoriale	Si	\

In Nigeria sono al momento attivi diversi importanti canali di vendita online. Il primo importante e-commerce da menzionare è Jumia, fondato in Nigeria e considerato uno dei marketplace più promettenti. Anche Konga è un importante e-commerce online di origine nigeriana. L'azienda dispone anche di un servizio di logistica (KXPRESS), che consente la spedizione e la consegna tempestiva dei pacchi ai clienti. Slot è uno store online specializzato nel settore Consumer Electronics. Asset Pharmacy in ambito Personal care/ farmaceutico. Ajebomarket è un retailer nigeriano che si concentra sul settore fashion. Infine, Fouani Store è un e-commerce multisetoriale fondato in Nigeria nel 2001.

Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

■ INFRASTRUTTURE

Il primo indicatore da segnalare è il Logistic Performance Index della World Bank (2018), un indice che misura diversi aspetti della rete logistica di un dato paese, come la qualità e la competenza dei servizi logistici, l'efficienza delle dogane, o il livello di tracciabilità delle spedizioni. La Nigeria ha ottenuto uno score di 2,53 su 5, un punteggio abbastanza basso (per fare un confronto, il Sudafrica ha ottenuto 3,38/5).

Se si considerano le infrastrutture abilitanti alla navigazione Internet, un importante indicatore da considerare è il numero di server internet con protocolli di sicurezza elevati (certificati TLS/SSL) per milione di abitanti, sviluppato dalla World Bank (2020). La Nigeria ha ottenuto uno score di 73 server sicuri per milione di abitanti, un valore molto basso.

L'ultimo importante aspetto da considerare riguardo alle infrastrutture è relativo

Logistic Performance Index

World Bank (2021)

2,53 /5

Trading across Borders dell'Ease of Doing Business Index

World Bank (2021)

29,2 /100

all'efficienza e qualità delle attività di import/export. Per valutare questo aspetto va considerata la componente Trading across Borders dell'Ease of Doing Business Index. (World Bank,2020). Si tratta di una componente di un indice complesso, volta a valutare costi e tempi relativi ad attività di import e di export per un dato paese. La Nigeria ha ottenuto uno score di 29,2/100: un punteggio abbastanza basso.



Ecommerce

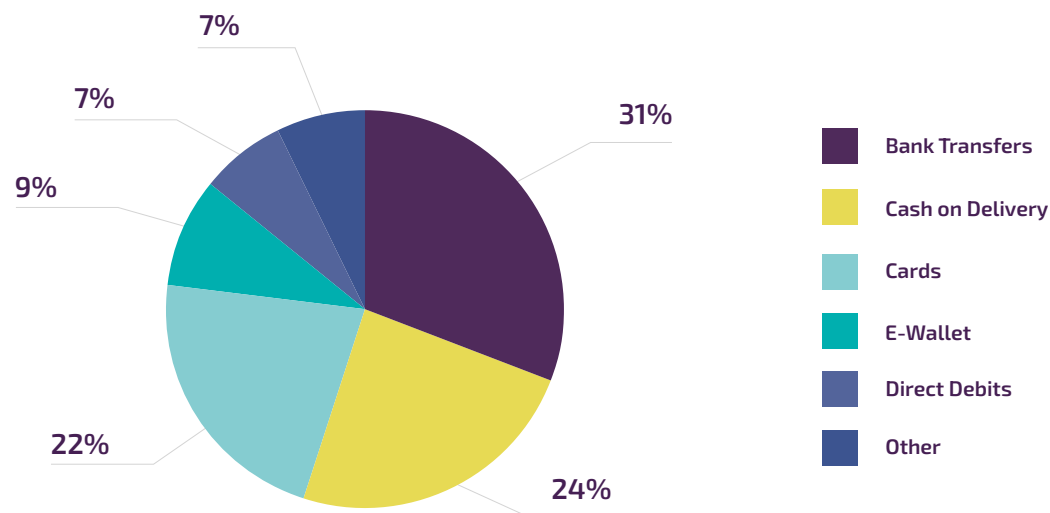
TREND E COMMENTO QUALITATIVO

TECNOLOGIA E CONSUMATORI

La popolazione della Nigeria non pare altamente digitalizzata: il 37% di essa ha accesso a Internet. Il tasso di penetrazione degli smartphones in Nigeria nel 2021 era del 36% (Statista,2021), un valore basso che testimonia difficoltà nel digitalizzare una popolazione così numerosa in un paese in via di sviluppo.

Gli utenti dei canali di vendita e-commerce in Nigeria nel 2021 si attestavano complessivamente a circa 77 milioni di individui, un forte aumento del 175% rispetto al 2017, anno in cui erano circa 28 milioni. I ricavi medi e-commerce B2c per utente in Nigeria nel 2021 sono stati di \$91 (Statista 2021).

Riguardo ai metodi di pagamento più utilizzati, il seguente grafico mostra le diverse preferenze dei consumatori della Nigeria e si riferisce alla quota dei metodi di pagamento sul volume totale della merce lorda, relativamente all'e-commerce B2C nel 2021 (Statista,2021).



Dal grafico emerge che le forme di pagamento più diffuse sono: i **trasferimenti bancari**, le **carte di credito** ed il **pagamento alla consegna**.

Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO



■ PANORAMICA SUGLI UTENTI

Riguardo alla divisione per fasce di età degli utenti e-commerce in Nigeria:

- il 34,2% degli utenti e-commerce si colloca nella fascia 18-24 anni
- il 37,3% nella fascia 25 -34
- il 22,4% nella fascia 35-44
- il 6,1% nella fascia 45-54
- il 0,1% nella fascia 55-64

Si ha quindi una forte concentrazione verso le fasce più giovani della popolazione, un fattore correlato con l'età media molto bassa che caratterizza la Nigeria. Le fasce di reddito sono equamente rappresentate nei consumatori e-commerce in Nigeria:

- il 28,1% di essi è riconducibile ad un reddito basso
- il 39,8% ad un reddito medio
- il 32,1% ad un reddito alto (Statista, 2021).

Da queste informazioni emerge una situazione da cui si evince come il sistema di infrastrutture a supporto dell'e-commerce, e più in generale dell'accesso a Internet sia ampiamente da migliorare per garantire l'accesso all' e-commerce ad una fascia maggiore della popolazione nigeriana. Inoltre, i tassi di penetrazione degli smartphones non sono molto alti così come avviene in altri paesi, e gli utenti e-commerce sembrano distribuiti nelle fasce più giovani della popolazione. Il mercato e-commerce in Nigeria resta comunque molto promettente per via delle dimensioni della popolazione.

■ TREND E RIFERIMENTI

Relativamente ai trend tecnologici in atto nel paese, il Ministero federale delle Comunicazioni e dell'Economia digitale ha la responsabilità generale del settore ICT. Il ministero ha anche la giurisdizione su tre diverse agenzie, tra cui la NCC, che è l'ente regolatore del settore delle telecomunicazioni; la National Broadcasting Commission (NBC)

regola l'industria radiotelevisiva; e la National Information Technology Development Agency (NITDA) è responsabile dell'attuazione delle politiche. Nel novembre 2019, il governo nigeriano ha lanciato la National Digital Economy Policy and Strategy (2020-2030), con l'obiettivo di riposizionare l'economia nigeriana verso le opportunità offerte dalle tecnologie digitali e di diversificare l'economia dalla dipendenza dal settore del petrolio e del gas. Un'altra importante iniziativa è il National Broadband Plan for 2020-2025. Il Piano è stato progettato per fornire una velocità di download dei dati in tutta la Nigeria di almeno 25 Mbps nelle aree urbane e di 10 Mbps nelle aree rurali, con una copertura effettiva disponibile per almeno il 90% della popolazione entro il 2025.

Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO



Riguardo ai trend del mercato B2B nigeriano, va prima di tutto considerato il ruolo di alcune imprese che fungono da fornitrici di servizi digitali per una vasta gamma di piccole imprese e venditori che vengono considerati come "informali" (ovvero non ufficialmente registrati come tali o privi delle necessarie licenze), e che costituiscono una parte importante del tessuto imprenditoriale nigeriano. I provider di servizi per queste imprese puntano a fornire soluzioni quali supporto nella gestione logistica, fornitura di strumenti informatici per la gestione dell'inventario, piattaforme di gestione ordini in grado di collegare più facilmente fornitori e venditori, o la fornitura ai dettaglianti di una piattaforma per la gestione di pagamenti. Uno dei più importanti provider di questo tipo di servizi in Nigeria è Alerzo. Questo tipo di imprese sono in grado di

contribuire fortemente alla digitalizzazione dei processi delle piccole imprese e dei rivenditori nigeriani digitalizzando le informazioni sui prodotti, ordini, clienti e scorte, al fine di generare nuove conoscenze per i produttori, i distributori, i grossisti e le loro aziende. Questa analisi approfondita dei dati può costituire un enorme potenziale per le aziende che ne fanno uso, e può aiutare i produttori e i distributori a ottenere un feedback sulla percezione dei consumatori e sulle preferenze dei prodotti. Inoltre, queste soluzioni facilitano un movimento più rapido e veloce delle scorte per le aziende di beni di largo consumo, aiutandole a superare le possibili interruzioni della catena di approvvigionamento. In generale, dunque, si prospetta un forte sviluppo per le attività B2B nigeriane nei prossimi anni.



SACE

SCOPRI DI PIÙ SU

WWW.SACE.IT