

LE GUIDE PER
Esportare
IN **Digitale**

FOCUS SUDAFRICA



SACE 

In collaborazione con





Sudafrica

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 →



Sudafrica

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) | 59 milioni |
| GDP (2021) | \$419 miliardi |
| Per capita GDP (2021) | \$6,994 |
| Valore delle importazioni (2021) | \$93 miliardi |
| Indice di attrattività Score complessivo | 2,14/5 |
| Indice di attrattività Score senza dimensione "Size" | 2,45/5 |
| Posizione nel ranking di attrattività complessivo | 17/20 |
| Posizione nel ranking di attrattività Senza dimensione "Size" | 16 /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

Il territorio del Sudafrica occupa l'estremità meridionale dell'Africa, e si affaccia ad est sull'oceano Atlantico e ad ovest sull'oceano Indiano. Il Sudafrica vanta la terza economia più importante del continente africano, soprattutto grazie alle sue risorse minerarie ed alle industrie ad esse collegate. Nel 2021 la popolazione del Sudafrica ammontava a circa 59 milioni di individui (World Bank, 2021). L'inflazione su base annua nel 2021 era del +4,6% (World Bank 2021), seguendo un trend comune a vari paesi nel corso dell'anno, ossia una ripresa dal periodo di inflazione molto bassa che ha caratterizzato il 2020. Il Sudafrica 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 84esima 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, il Sudafrica ha ottenuto un punteggio di 61,3/100, un punteggio non molto alto, poco al di sopra 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 Sudafrica ottiene uno score di 61,6/100; un valore che testimonia un framework amministrativo non del tutto efficiente. Il framework regolatorio relativo all'apertura di nuovi business è considerato costoso e poco snello.

■ CARATTERISTICHE POLITICHE

Il sistema politico del Sudafrica, ossia una repubblica parlamentare mista, non appare come molto stabile, infatti la media del suo rischio politico elaborata da SACE (2023) è di 53/100 (più è basso lo score, meno il paese è considerato rischioso dal punto di vista politico).

Media del rischio politico **53** /100

la media del rischio politico elaborata da SACE è di 53/100.



Trade

BARRIERE E OPPORTUNITÀ

■ COMMERCIO

Il valore delle importazioni di beni in Sudafrica nel 2021 ha costituito il 25% del PIL, un valore importante. L'Italia non è attualmente un partner commerciale molto importante per il Sudafrica: nel 2021 le importazioni dall'Italia costituivano lo 0,27% di tutte le importazioni complessive, con un valore di circa \$2,65 miliardi (Comtrade, 2021). Dalla prospettiva italiana, il Sudafrica nel 2021 non si classifica nei primi 20 partner commerciali per valore dell'export, posizionandosi invece al 40esimo posto (OEC, 2021).

■ BARRIERE COMMERCIALI/ FINANZIARIE

Il Sudafrica ha un dazio medio sulle importazioni non molto basso, del 6,9%. Tuttavia è attualmente in vigore un Trade Agreement fra UE e Sudafrica, che rimuove quasi interamente (sul 86% delle tipologie di prodotti importati dall'UE) dazi e barriere non commerciali. Va considerato che l'Unione Europea nel suo complesso costituisce il primo partner commerciale per il Sud Africa. Nel paese è inoltre presente una camera del commercio italiana.

Il Sudafrica ha ottenuto punteggi nella media 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 il Sudafrica ha rispettivamente ottenuto punteggi di 72,6/100 e 50/100.

Secondo Heritage, si hanno leggi poco trasparenti nell'ambito degli investimenti privati che ne scoraggiano in forte sviluppo, mentre il settore finanziario è stato modernizzato ed il settore bancario è considerato solido.



Consulta la guida Doganale sul Sudafrica elaborata da SACE in collaborazione con Easyfrontier

SCARICALA GRATIS



Trade

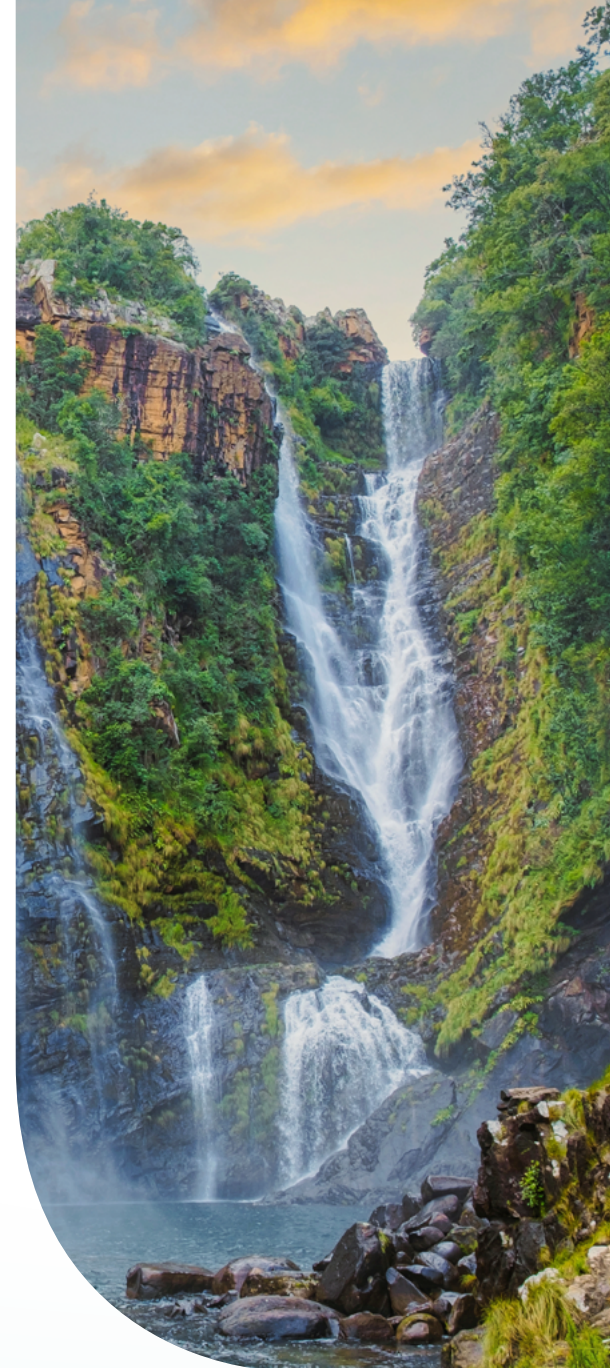
BARRIERE E OPPORTUNITÀ

■ 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, il Sudafrica sia caratterizzato da una non troppo alta distanza politica (1,89/10 - va considerato che i paesi occidentali politicamente più simili all'Italia hanno tutti score inferiori allo 0,30), da una bassa distanza religiosa (0,072/10) 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 Sudafrica si ottiene un punteggio di 11,25/100: 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).



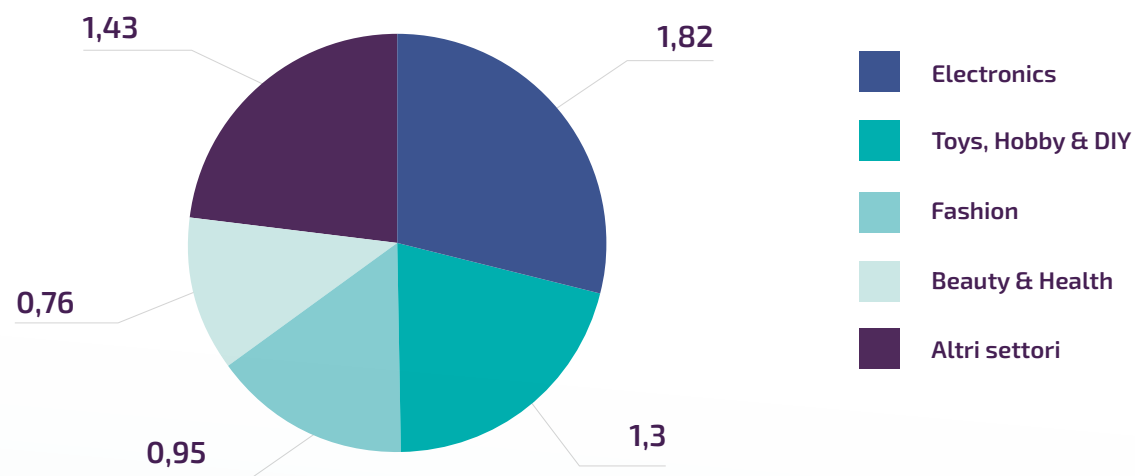


Ecommerce

I CONSUMATORI E I CANALI DI VENDITA

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

Fonte: Statista, 2021, valori in miliardi di dollari



Nel 2021, il valore del fatturato dell'intero mercato e-commerce B2C in Sudafrica era di \$6,26 miliardi (Statista, 2021), e nel periodo 2021-2025 è prevista una crescita ad un tasso annuo medio del 16%, un valore molto alto.

I principali settori dell'e-commerce B2C in Sudafrica (Statista, 2021) sono: **Electronics** (\$1,82 miliardi di fatturato nel 2021), **Toys, hobby & DIY** (\$1,30 miliardi di fatturato nel 2021) e **Fashion** (\$0,95 miliardi di fatturato nel 2021).

Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO

■ I PRINCIPALI CANALI DI VENDITA ONLINE IN SUDAFRICA, PER FATTURATO E-COMMERCE NEL 2021

Fonte: eCommerceDB

| Company | 2021 e-Commerce revenue (USD,millions) | Settore | Fondato in Sudafrica | Facilità nel reperimento di info operative per diventare venditore (ove possibile) |
|-------------|----------------------------------------|----------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Takealot | 542,2 | Multisetoriale | Si | Alta |
| Superbalist | 234,1 | Fashion | Si | Alta |
| Woolworths | 125,1 | Multisetoriale | Si | Bassa |
| Mr Price | 32,7 | Multisetoriale | Si | Bassa |
| HomeChoice | 30,8 | Multisetoriale | Si | \ |

In Sudafrica sono al momento attivi diversi importanti canali di vendita online. La tabella accanto mostra i principali 5 e-commerce in Sudafrica classificati per fatturato generato nel 2021. Al primo posto con \$542 milioni si trova Takealot, fondato in Sudafrica. Segue Superbalist, (\$234 milioni), una sussidiaria parte dello stesso gruppo di Takealot, specializzata nel settore fashion. Al terzo posto si ha Woolworths (\$125 milioni), una multinazionale retail multicanale fondata in Sudafrica. Mr Price (\$32,7 milioni), è un altro retailer sudafricano che si basa sia su negozi fisici che su diversi store online, divisi a seconda della categoria di prodotti venduti. Infine, si ha HomeChoice (\$30,8 milioni), un e-commerce fondato in Sudafrica.

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. Il Sudafrica ha ottenuto uno score di 3.38 su 5, un punteggio medio-alto (per fare un confronto, gli USA hanno ottenuto 3,89/5).

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). Il Sudafrica ha ottenuto uno score di 14.546 server sicuri per milione di abitanti, un valore abbastanza alto.

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

Logistic Performance Index

World Bank (2021)

3.38 /5

Trading across Borders dell'Ease of Doing Business Index

World Bank (2021)

59.6 /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. Il Sudafrica ha ottenuto uno score di 59.6/100: un punteggio abbastanza basso.



Ecommerce

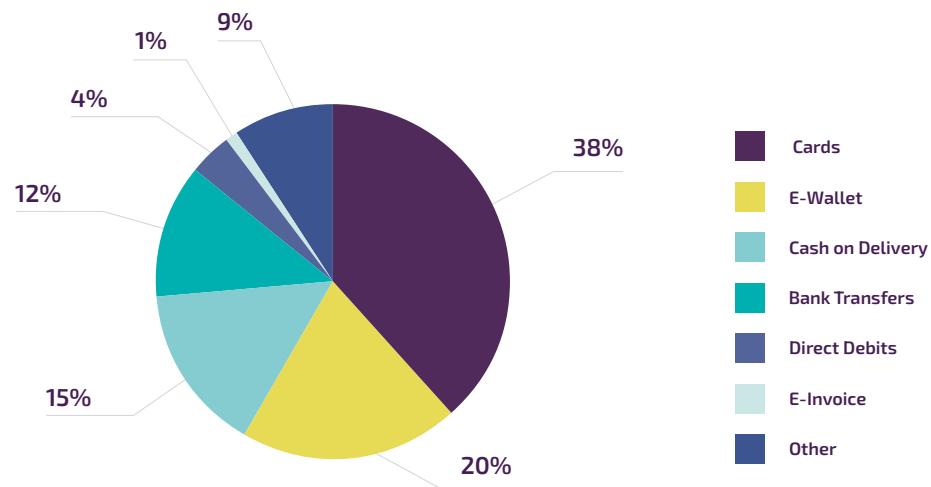
TREND E COMMENTO QUALITATIVO

TECNOLOGIA E CONSUMATORI

La popolazione del Sudafrica non pare altamente digitalizzata: il 46% di essa ha accesso a Internet. Il tasso di penetrazione degli smartphones in Sudafrica nel 2021 era del 76% (Statista,2021).

Gli utenti dei canali di vendita e-commerce in Sudafrica nel 2021 si attestavano complessivamente a circa 24,7 milioni di individui, un aumento del 49% rispetto al 2017, anno in cui erano circa 16 milioni. I ricavi medi e-commerce B2c per utente in Sudafrica nel 2021 sono stati di \$253 (Statista 2021).

Riguardo ai metodi di pagamento più utilizzati, il seguente grafico mostra le diverse preferenze dei consumatori del Sudafrica 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: le **carte di credito**, gli **e-wallet** e i **trasferimenti bancari**.

Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO



■ PANORAMICA SUGLI UTENTI

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

- il 24,3% degli utenti e-commerce si colloca nella fascia 18-24 anni
- il 36% nella fascia 25 -34
- il 25,1% nella fascia 35-44
- il 11,5% nella fascia 45-54
- il 3% nella fascia 55-64

Si ha quindi una concentrazione maggiore verso le fasce più giovani della popolazione. Le fasce di reddito sono equamente rappresentate nei consumatori e-commerce in Sudafrica:

- il 28,9% di essi è riconducibile ad un reddito basso
- il 31,8% ad un reddito medio
- il 39,3% 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 a una fascia maggiore della popolazione sudafricana. Inoltre, i tassi di penetrazione degli smartphones non sono molto alti così come registrati in altri paesi, e gli utenti e-commerce sembrano distribuiti nelle fasce più giovani della popolazione.

■ TREND E RIFERIMENTI

Relativamente ai trend tecnologici in atto nel paese, il governo del Sudafrica ha nel tempo stanziato nel suo bilancio interventi chiave per poter aumentare l'uso delle tecnologie ICT e per facilitare la giustizia e l'inclusione socioeconomica, migliorare la competitività e prepararsi alla quarta rivoluzione industriale

digitale. L'Agenzia statale per la tecnologia dell'informazione (SITA) gestisce le gare d'appalto del settore pubblico; tutti gli acquisti relativi all'IT dovrebbero passare attraverso questa agenzia.

È presente il South African Skills Development Program, attraverso cui il governo intraprenderà un vasto programma di sviluppo delle competenze con l'obiettivo di formare un milione di giovani entro il 2030 in campi quali robotica, intelligenza artificiale, coding, cloud computing e networking.

Il Sudafrica dispone di una legge sulla

Ecommerce

TREND E COMMENTO QUALITATIVO



protezione dei dati personali, denominata Protection of Personal Information (POPI) Act, che vieta il trasferimento di informazioni personali a terzi che si trovano in un Paese straniero, a meno che tale trasferimento non sia conforme alle linee guida specifiche delineate nella legge. La legge POPI ha previsto un Information Regulator (IR), istituito nel 2018, che indaga e giudica le denunce di violazione della privacy su base ad hoc, caso per caso. L'IR ha il compito di regolamentare la protezione delle informazioni personali digitali. La legge POPI è entrata in vigore il 1° luglio 2021. La forte spinta imprenditoriale locale nel settore IT sta creando le condizioni per una maggiore domanda di servizi basati sul cloud e sul data storage.

L'accesso alla banda larga continua a migliorare grazie agli investimenti nelle reti in fibra ottica sottomarine e terrestri che hanno aumentato la capacità e la

copertura. Questo continuerà a essere un fattore importante per la spesa pubblica in questo settore.

La pandemia da Covid 19 ha favorito la nascita e lo sviluppo di service provider legati al mondo B2B in grado di fornire servizi e supporto che hanno favorito la digitalizzazione del commercio. Diverse piattaforme B2B sudafricane hanno infatti lanciato prodotti per offrire servizi a valore aggiunto come la registrazione delle transazioni e i servizi fiscali ai rivenditori, per consentire loro di gestire meglio le proprie esigenze contabili (Briter Bridges, 2022). Digitalizzando lo storico delle loro transazioni, i dettaglianti – categoria molto diffusa in Sud Africa - possono diventare visibili per la prima volta ai fornitori di servizi che possono aiutarli a generare approfondimenti sulla loro attività, a migliorare le relazioni con i fornitori e ad aumentare l'accesso al credito. Un altro tipo di servizio offerto è legato all'ottenimento

dei dati sui servizi dei commercianti e sulle loro interazioni con gli attori della catena del valore. Questi dati includono tipicamente i record delle transazioni, il metodo di ricezione dei pagamenti e la frequenza degli acquisti da parte di fornitori e clienti. Questi dati possono essere utilizzati per generare informazioni sui clienti, sul mercato e sul business, aiutando così i commercianti a monitorare le loro prestazioni e a perseguire la crescita. L'offerta più comune tra le startup legate all'e-commerce commerce B2B consiste in una suite digitale per migliorare la gestione della catena di approvvigionamento tra i rivenditori e i loro fornitori. Questo aiuta a migliorare la gestione dell'inventario e la determinazione dei prezzi.



SACE

SCOPRI DI PIÙ SU

WWW.SACE.IT