



Esportare il Made in Italy in Cina: E-commerce e Social Media Marketing



La prima manifestazione digitale italiana, Arti e Mestieri Expo – Vento d'Italia, dedicata all'e-commerce permanente delle eccellenze italiane nel mercato cinese, avrà inizio domani. Organizzata da Fiera Roma e Italian Lifestyle, questa fiera punta a sfruttare il potenziale dei social media e degli influencer per promuovere i prodotti italiani in Cina.

La fiera: un'opportunità per le PMI

Arti e Mestieri Expo – Vento d'Italia, che si terrà dal 3 al 5 luglio, rappresenta una nuova opportunità per le micro, piccole e medie imprese italiane di affacciarsi al mercato cinese. La manifestazione prevede una tre giorni di esposizioni, formazione e incontri di business matching, con l'obiettivo di avviare l'e-commerce in Cina tramite la piattaforma MyDigitalExpo. Successivamente, seguiranno undici mesi di fiera permanente, con vendita online attraverso il sistema Vento d'Italia – 汇意适, supportando le aziende in tutte le fasi, dalla selezione dei prodotti alla consegna.

La Regione Sicilia e le PMI d'eccellenza

La Regione Sicilia è la prima a sostenere le proprie PMI in questo percorso di export digitale. Le aziende selezionate operano nei settori agroalimentare e artigianale, simboli del Made in Italy, e rappresenteranno le eccellenze italiane in Cina. Saranno promosse sui social media tramite una rete di influencer e avranno l'opportunità di presentare i propri prodotti a oltre 30 buyer cinesi. Tra le aziende partecipanti vi sono Dolfin, Frantoi Cutrera, ZiCaffè, Agrisicilia, e molte altre.



Il Mercato cinese dell'E-commerce e dei social

Nel 2023, il valore delle vendite e-commerce in Cina ha superato 1,3 trilioni di dollari, con l'80% degli acquisti effettuati tramite cellulare. Il social e-commerce ha rappresentato il 29% delle vendite online, pari a circa 320 miliardi di euro. Questo scenario evidenzia le potenzialità per le aziende italiane, nonostante il calo dell'export verso la Cina nel primo quadrimestre del 2024.

Il mercato dell'influencer marketing in Cina ha raggiunto un valore di 42 miliardi di euro nel 2023, con una crescita significativa nelle promozioni in livestreaming. Questo fenomeno è sostenuto da una vasta rete di influencer, con circa 10,1 milioni di creator attivi che pubblicano milioni di contenuti giornalieri.

Opportunità per le aziende italiane

Arti e Mestieri – Vento d'Italia punta a sfruttare l'ecosistema social cinese per promuovere le PMI italiane. La fiera offre formazione specifica e una vetrina permanente, mirata a stimolare l'interesse dei consumatori cinesi per il Made in Italy attraverso storytelling multimediali. Il sistema di vendita Vento d'Italia è integrato in WeChat e Little Red Book, oltre che sulle piattaforme di video brevi come Douyin e Kuaishou.

Elisa Morsicani, amministratore di Italian Lifestyle, spiega che il progetto supporta le aziende italiane abbattendo le barriere operative, tecnologiche e linguistiche, facilitando così l'export nel mercato cinese.

Con Arti e Mestieri Expo – Vento d'Italia, le PMI italiane possono finalmente accedere al vasto e promettente mercato cinese, dotandosi degli strumenti necessari per competere efficacemente.

Il programma dei tre giorni (<https://www.artiemestieriexpo.it/programma/>). L'iniziativa prosegue con 11 mesi di fiera permanente con vendita in e-commerce su piattaforme cinesi, tramite il sistema Vento d'Italia – 汇意适, periodo durante il quale le aziende produttrici saranno supportate in tutte le fasi della vendita, dalla scelta dei prodotti, alla promozione, fino alla spedizione e alla consegna.

