



## Arti e mestieri - Vento d'Italia, la fiera che porta il made in Italy in Cina

03/07/2024

Al via la prima manifestazione digitale in Italia che punta sull'e-commerce permanente delle eccellenze italiane nel mercato cinese, facendo leva sui social e gli influencer che animano le piattaforme dell'immenso ecosistema digitale del Paese del Dragone. Le aziende siciliane protagoniste

Si può vendere il Made in Italy in Cina, rendendo un sogno astratto tangibile? Quel modo di vivere tipico del Belpaese che tanto affascina tutto il mondo e si materializza (anche) nelle prelibatezze agroalimentari dei nostri territori e nelle eccellenze artigianali nostrane può raggiungere il mercato cinese e il suo sconfinato potenziale?

LA FIERA - C'è una nuova opportunità per le micro, piccole e medie imprese per rispondere affermativamente a queste domande. È Arti e Mestieri Expo- Vento d'Italia, evento organizzato da Fiera Roma e Italian Lifestyle, la prima manifestazione digitale in Italia che include l'e-commerce permanente del Made in Italy verso la Cina. La prima edizione di Arti e Mestieri Expo – Vento d'Italia apre - dal 3 al 5 luglio - con una fiera digitale di tre giorni di esposizione, momenti di formazione, incontri e business matching propedeutici all'avvio dell' e-commerce in Cina, da svolgersi tramite la piattaforma per fiere virtuali MyDigitalExpo (qui 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 – ???, 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.

REGIONE SICILIA E PMI D'ECCELLENZA - Il debutto della fiera è al fianco della Regione Sicilia, la prima Regione a supportare le proprie PMI d'eccellenza in un percorso digitale di export verso la Cina. Le imprese vincitrici del primo bando pubblico operano in due categorie simbolo del Made in Italy- agroalimentare e artigianato - e saranno gli ambasciatori in Cina del migliore saper fare italiano. Verranno promosse sui social attraverso una rete di influencer e parallelamente con un'agenda di incontri con oltre 30 buyer collegati da tutta la Cina per conoscere l'offerta produttiva delle aziende selezionate dalla Regione. Tra le aziende partecipanti: Dolfin l'inventore dei Polaretti, Frantoi Cutrera ZiCaffè, Agrisicilia, Trinacria Agricola, Campo d'Oro e molte altre.

“L'Assessorato delle Attività Produttive della Regione Siciliana con il supporto alla partecipazione ad Arti e Mestieri Expo- Vento d'Italia offre una importante opportunità alle imprese siciliane che intendono approcciarsi al grande e complesso mercato cinese. Il progetto ha l'obiettivo di costruire intorno al prodotto siciliano di eccellenza un'esperienza per il consumatore cinese, una narrazione ad hoc che legghi il prodotto al territorio, alla storia, alla cultura, ai colori ed ai profumi della Sicilia” commenta Gabriella Iannolino, dirigente del Dipartimento delle attività produttive della Regione Sicilia.

CINA, E-COMMERCE ED ECOSISTEMA SOCIAL - In Cina solo nel 2023 si sono registrate vendite e-commerce per un valore di oltre 1,3 trilioni di USD, dei quali circa l'80% realizzati tramite acquisti da cellulare. Del tutto rilevante il ruolo del social e-commerce: il 29% delle vendite online in Cina avvengono infatti sui social, un valore di circa 320 miliardi di € registrati nel 2023, con un tasso di conversione del 7,33% vs 0,37% per i sistemi e-commerce tradizionali. E questo a dispetto del forte disavanzo che caratterizza la bilancia commerciale Italia-Cina: l'export delle imprese italiane è diminuito



del -45,8% nel 1° quadrimestre 2024, per un valore di 5,1 miliardi di Euro. Nello stesso periodo i dati riferiti all'import dalla Cina, hanno segnato un valore di 15,3 miliardi di Euro.

Nel 2023, in Cina il mercato dell'influencer marketing ha avuto un valore stimato di 42 miliardi di €, con una crescita YoY di circa 20. In particolare, la promozione in livestreaming di prodotti rappresenta un mercato dal valore stimato di 390 milioni di € nel 2023.

La crescita del fenomeno è abilitata dalla moltitudine di influencer che animano le piattaforme dell'ecosistema digitale cinese: si contano circa 10,1 milioni di creator micro, piccoli e grandi influencer per qualcosa come 38,3 milioni di post giornalieri.

**OPPORTUNITÀ PER LE AZIENDE ITALIANE** La sfida per le PMI italiane è chiara: capire come capitalizzare le enormi opportunità di un mercato distante ma non inaccessibile, se si è in possesso di chiavi di ingresso opportune, come una adeguata conoscenza degli strumenti digitali specifici per il contesto cinese, a cominciare dalle dinamiche del social-e-commerce. Arti e Mestieri - Vento d'Italia scommette sul potenziale dell'ecosistema social cinese per avvantaggiare le aziende italiane nella conquista del mercato cinese. E costruisce in quest'ottica una rete di influencer cinesi che promuovono e parlano dei prodotti italiani con l'obiettivo di raggiungere entro dicembre 2024, 14 milioni di exposure e oltre 150 mila utenti in engagement. "Con questo progetto - commenta l'Amministratore unico di Fiera Roma Fabio Casasoli - portiamo le nostre eccellenze territoriali direttamente sul mercato cinese dotando le PMI di uno strumento di internazionalizzazione concreto ed efficace, che può farle arrivare là dove non arriverebbero con le loro forze. Questo vuol dire fare sistema".

Alle aziende italiane vengono proposte una formazione specifica e una vetrina permanente, capace di accendere presso il target alto spendente cinese il desiderio di Made in Italy, descrivendone caratteristiche, storia e legami territoriali attraverso uno storytelling multimediale attento e accattivante sui più noti social cinesi. Il sistema di vendita Vento d'Italia è completamente inserito in WeChat, la super-app con oltre 1,3 miliardi di utenti attivi e Little Red Book, social specializzato in travel e lifestyle che conta oltre 200 milioni di utenti attivi/mese. Molto utilizzate anche le piattaforme di short video (in particolare Douyin e Kuaishou) sulle quali l'influencer marketing si dimostra in rapida crescita, (China Internet Network Information Center). Elisa Morsicani, amministratore di Italian Lifestyle dichiara: "Ci facciamo carico del rischio di impresa al fianco delle aziende produttrici, garantiamo il prezzo b2b dei prodotti e quindi calcoliamo il prezzo di uscita sul mercato cinese sostenendo noi direttamente i costi di logistica, stoccaggio e gestione dell'ordine fino al cliente finale".

Si abbattono così per le aziende le barriere operative, tecnologiche e linguistiche e tutte le molteplici operazioni burocratiche e logistiche, come spedizioni, dogane e pagamenti transnazionali.

Con Arti e Mestieri Expo – Vento d'Italia, la rotta verso la Cina è in questo modo assicurata e le PMI del Made in Italy sono abilitate all'export nel mercato cinese.

