



Made in Italy: la nuova frontiera dell'Export verso la Cina

Economia e ImpresaTrend Economici e Opportunità di InvestimentoIn evidenzaAutore:

Francesco Vergovich

29 Luglio 2024

Tempo di lettura:2 min.



Foto di Ayala: <https://www.pexels.com/it-it/foto/oriental-pearl-tower>

Il mercato cinese rappresenta una delle più grandi opportunità per l'export del Made in Italy, grazie al suo sconfinato potenziale e alla crescente domanda di prodotti di alta qualità. “Arti e Mestieri Expo – Vento d'Italia”, organizzato da Fiera Roma e Italian Lifestyle, ha dimostrato che questo sogno può diventare una realtà tangibile.

Arti e Mestieri Expo – Vento d'Italia: un ponte digitale

La manifestazione, prima nel suo genere in Italia, ha combinato una fiera digitale di tre giorni con un e-commerce permanente dedicato al **Made in Italy verso la Cina**. Utilizzando la piattaforma **MyDigitalExpo**, le micro, piccole e medie imprese (PMI) italiane hanno avuto l'opportunità di esporre i loro prodotti, partecipare a sessioni di formazione e incontri di business matching. Questa iniziativa proseguirà con undici mesi di vendita permanente su piattaforme cinesi, attraverso il sistema Vento d'Italia, fornendo supporto alle aziende in tutte le fasi del processo di vendita.

La Sicilia in prima linea

La Regione Sicilia è stata la prima a supportare le proprie PMI in questo percorso digitale di export. **Gabriella Iannolino** del Dipartimento Attività Produttive della Regione ha sottolineato come la maggior parte delle aziende siciliane sia di micro dimensioni, spesso artigianali e familiari, producendo eccellenze nel settore enogastronomico. Tra le aziende partecipanti figurano nomi noti come **Dolfin, Frantoi Cutrera, ZiCaffè, Agrisicilia, Trinacria Agricola e Campo d'Oro**.

La sfida del Mercato Cinese

Penetrare il mercato cinese non è semplice, ma le opportunità sono enormi per chi riesce a comprendere e sfruttare le dinamiche del social-e-commerce cinese. “**Arti e Mestieri – Vento d'Italia**” ha puntato su questo ecosistema, costruendo una rete di influencer cinesi per promuovere i prodotti italiani. L'obiettivo è raggiungere entro dicembre 2024 un'esposizione di 14 milioni di visualizzazioni e oltre 150.000 utenti in



engagement.

Francesco Pensabene, Direttore **ICE Pechino**, ha evidenziato come la digitalizzazione sia un fattore trainante, con la Cina che ha superato i **15 trilioni di renminbi** in vendite retail online nel 2023. Nei primi tre mesi del 2024, le vendite online di beni esclusi i servizi hanno raggiunto 75 miliardi di euro.

Il successo del Made in Italy

Le aziende italiane hanno ricevuto una formazione specifica e una vetrina permanente, capace di suscitare il desiderio di Made in Italy tra i consumatori cinesi ad alto potere d'acquisto. Questo è stato ottenuto attraverso uno storytelling multimediale che descrive le caratteristiche, la storia e i legami territoriali dei prodotti sui più noti social cinesi.

Fabio Burrafato, Direttore commerciale di Bianco di Mandorla, ha espresso soddisfazione per l'approccio innovativo del progetto, che ha reso più accessibile l'ingresso nel mercato cinese.

L'evento "**Arti e Mestieri Expo – Vento d'Italia**" ha aperto nuove strade per l'export del **Made in Italy** verso la Cina, fornendo alle PMI gli strumenti necessari per capitalizzare su questo mercato in espansione. Grazie a iniziative come questa, il sogno di portare **l'eccellenza italiana in Cina** non è mai stato così vicino alla realtà.

