

7 LUGLIO 2020

**FORUM
TRUE ITALIAN TASTE**

Nuovi trend di consumo del food&wine nel mondo



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



ASSOCAMERESTERO
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI
COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

21 Meeting dei Segretari Generali CCIE

Forum True Italian Taste

Giulia Gallarati

Segretario Generale
Camera di Commercio Italiana in Cina



Camera di Commercio Italiana in Cina
中国意大利商会
China-Italy Chamber of Commerce

Come attrarre la fiducia dei consumatori cinesi nei confronti dei prodotti *Made in Italy*

Fattori che certificano la sicurezza dei prodotti agroalimentari italiani

Certificazioni DOP-
IGP

Prodotti naturali

Esperienza nel
settore di lunga
data

Operatori
specializzati con
decenni di
esperienza

Controlli doganali
ferrei

Il consumatore
finale è
consapevole del
valore del Made in
Italy

Riconversione della promozione e vendita dei prodotti italiani da offline → online



- 649 milioni di utenti online
- Crescita esponenziale degli acquisti online di prodotti alimentari
- Vendita B2C ai consumatori locali attraverso piattaforme online
- Potenziale per le PMI italiane del settore

Con una vasta gamma di applicazioni e soluzioni costruite per soddisfare le diverse aree ed esigenze durante la giornata di un utente, i consumatori cinesi sono costantemente collegati all'ecosistema digitale.

Esempio 1: Sviluppo di un WeChat Miniprogram per la promozione dell'agroalimentare italiano

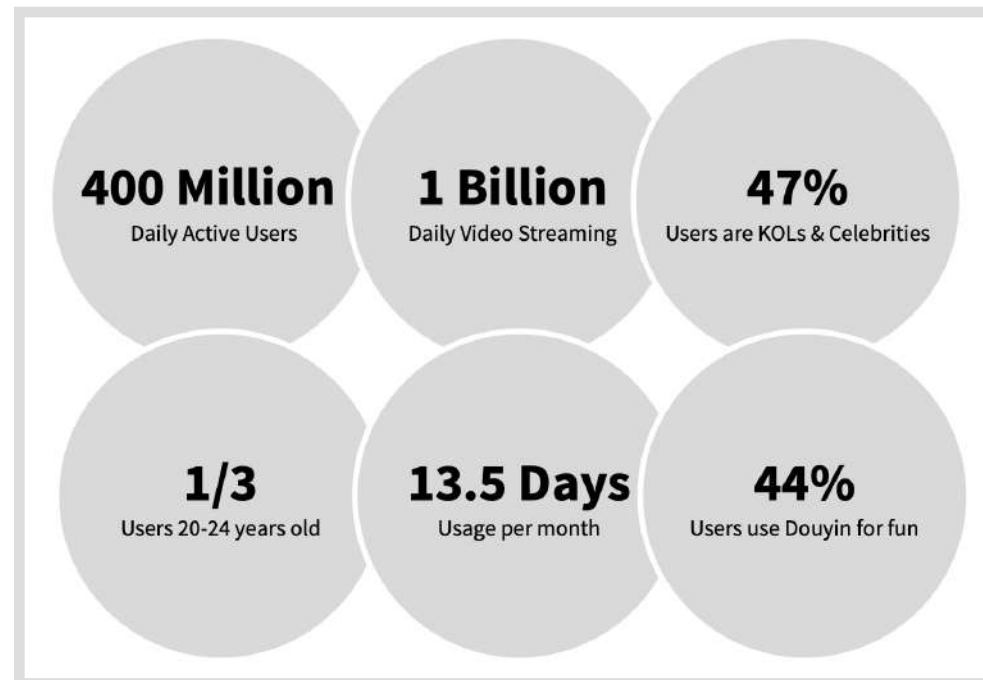
- Di facile condivisione sulla piattaforma di messaggistica più usata in Cina: WeChat
- Pubblicazione di contenuti info-formativi
- Promozione di prodotti Italiani e della cultura enogastronomica italiana
- Educazione del consumatore (certificazioni DOP/IGP)



Esempio 2: Utilizzo delle piattaforme digitali per la promozione dei prodotti Italiani in Cina

Caso studio – collaborazione con KOL sulla piattaforma Douyin

DOUYIN – PIATTAFORMA N.1 IN CINA PER LA CONDIVISIONE DI VIDEO DI BREVE DURATA



Utilizzo delle piattaforme digitali per la promozione dei prodotti Italiani in Cina



Caso studio – collaborazione con KOL sulla piattaforma Douyin

La collaborazione si sviluppa sulla base di una strategia marketing ben strutturata e pianificata che include:

- Identificazione del KOL → il KOL non si limita a promuovere il prodotto ma ne diventa un esperto
- Training da parte dell'azienda al KOL
- Definizione dello story telling del prodotto
- Product placement – costo dei prodotti
- Logistica efficiente
- Servizio post-vendita

CONTATTI

BEIJING

3-2-21 Sanlitun Diplomatic Residence Compound,
Gongtibeilu No.1 Chaoyang District, Beijing 100600
Tel: 0086-010-85910545
Fax: 0086-010-85910546
info@cameraitacina.com

CHONGQING

Floor 20th, Chongqing Liangjiang International Cooperation Center
No 6 Huang Shan Avenue Liangjiang New Zone, Chongqing, China
CICC CQ office - Tel.: 0086-023-81156589
CICC CQ Promotion Center - Tel.: 0086-023-81156588
infochongqing@cameraitacina.com

GUANGZHOU

Room 948, Garden Hotel 368 Huanshi Dong Road,
Garden Tower Guangzhou, China
Tel.: 0086-020-83652682
Fax.: 0086-020-83652983
infoquangdong@cameraitacina.com

SHANGHAI

N. 777 Weihai Road, 2nd Floor, Room 202,
Jing'An District Shanghai
Tel: 0086-21-61351313
infoshanghai@cameraitacina.com

SUZHOU

15F-1503, International Commerce Tower,
No.28 Shishan Road, SND, Suzhou, China
Tel: 0086-512-68759008
infosuzhou@cameraitacina.com

