

Digital InBuyer China: l'export diventa smart



inBUYER
L'EXPORT NELLA TUA CITTÀ

Factsheet 2015-19

Sommario

1. Introduzione
2. Le aziende partecipanti
3. I buyer
4. Customer satisfaction

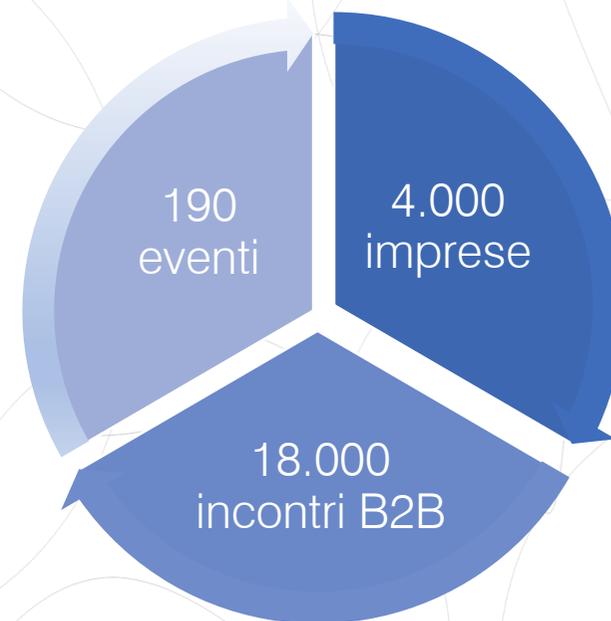
1.

Introduzione

Il Format

Nato in occasione dell'Esposizione Universale di Milano, il format **InBuyer** rappresenta un modello di **intervento pubblico a sostegno del territorio** tramite la realizzazione di **incontri tra aziende italiane e qualificati buyer esteri**.

L'attuale emergenza Covid-19 impone il ripensamento del tradizionale format InBuyer che oggi pertanto consente la realizzazione degli incontri a distanza.



Dati 2015 - 2019

Target di riferimento

Aziende italiane - Seller

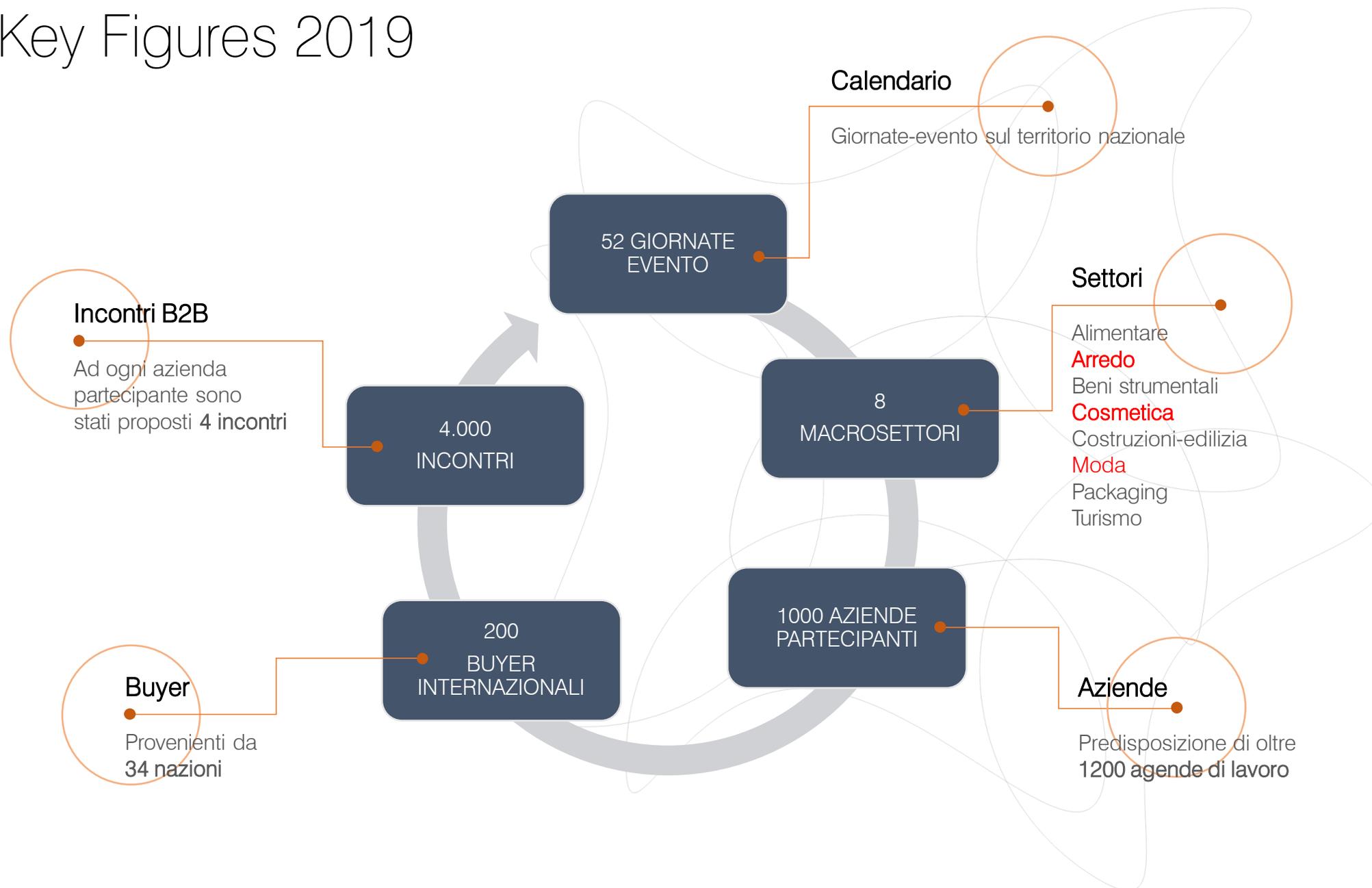
Il progetto si rivolge principalmente alle **micro e piccole imprese** che intendono ampliare il loro business verso l'estero, attraverso l'organizzazione di incontri mirati con buyer selezionati.

Aziende estere - Buyer

I buyer esteri sono solitamente distributori, agenti, retailers o importatori che operano localmente per i diversi settori merceologici coinvolti dal progetto. La selezione dei buyer viene effettuata sulla base dell'analisi dei company profile italiani raccolti tramite la collaborazione di partner locali qualificati.



Key Figures 2019



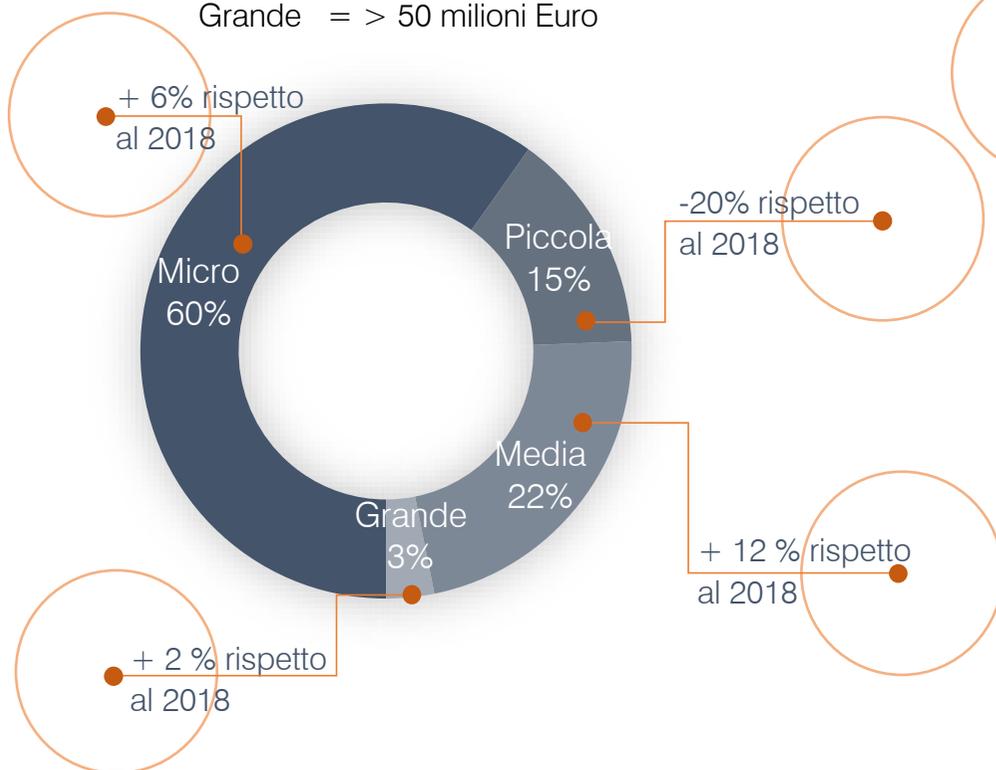
2.

Le aziende partecipanti

Tipologia aziende

Dimensione impresa (fatturato)

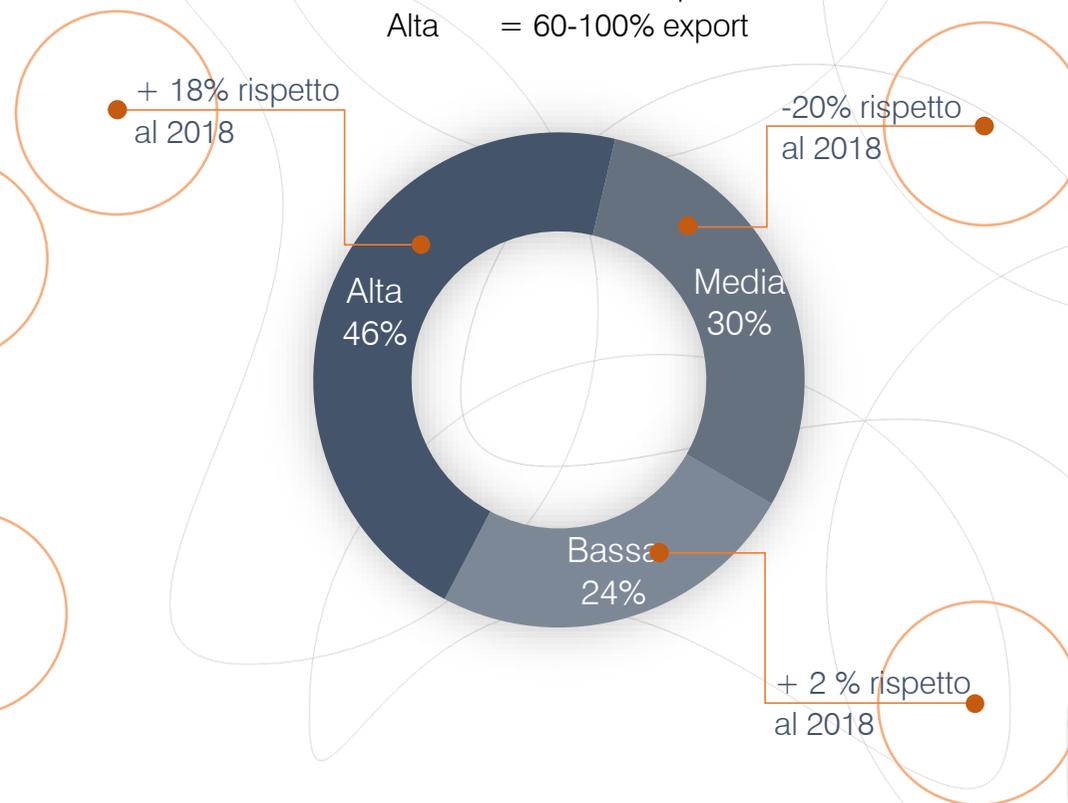
- Micro = < 2,5 milioni Euro
- Piccola = < 5 milioni Euro
- Media = < 50 milioni Euro
- Grande = > 50 milioni Euro



La partecipazione delle aziende si polarizza tra le micro imprese e quelle medio-grandi.

Propensione all'internazionalizzazione

- Bassa = 0-20% export
- Media = 30-50% export
- Alta = 60-100% export



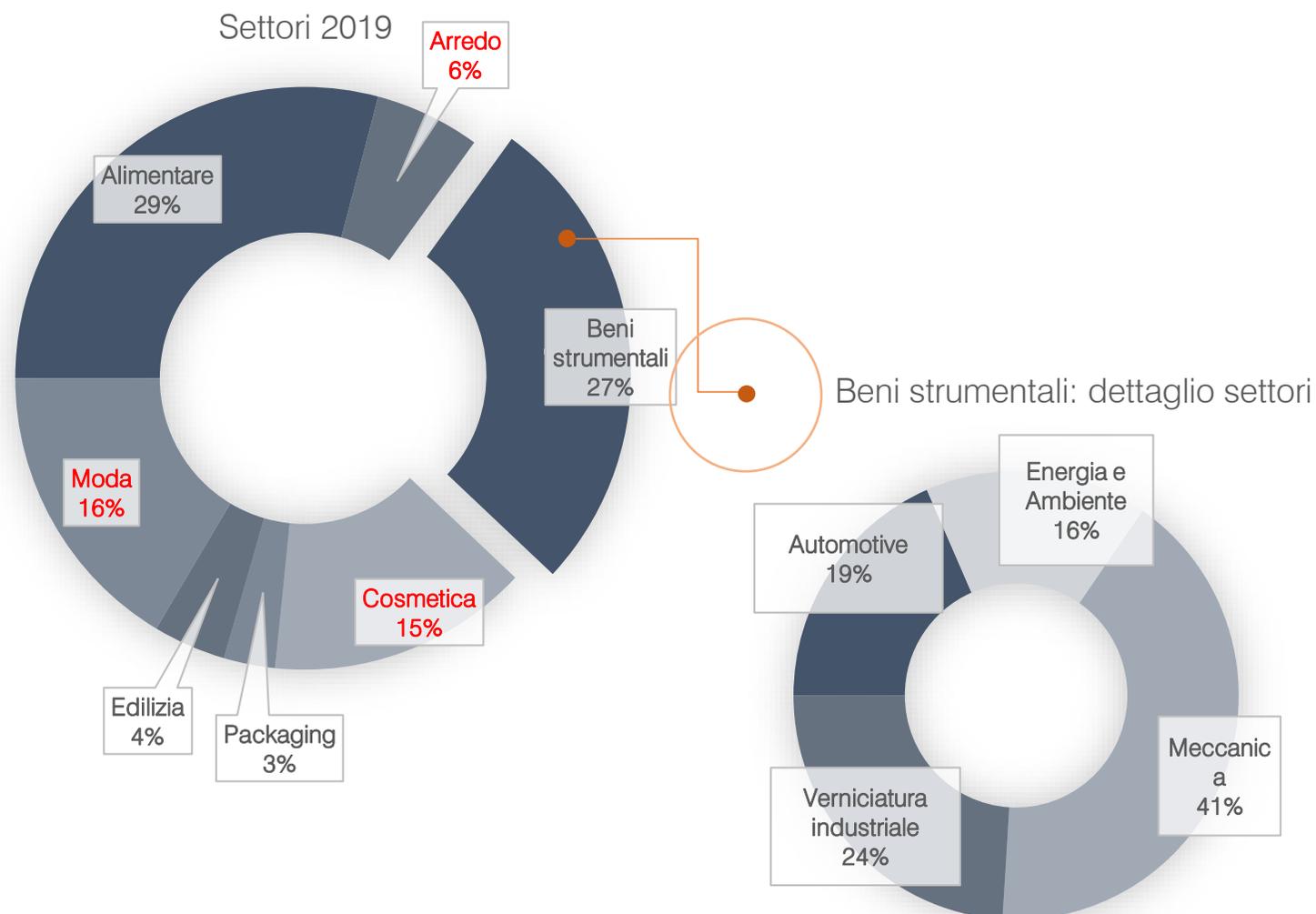
Aumentano in modo significativo le aziende che hanno un'alta propensione all'internazionalizzazione

Strumenti di internazionalizzazione

Principali strumenti di internazionalizzazione utilizzati dalle aziende lombarde partecipanti



Ripartizione per settori





3.

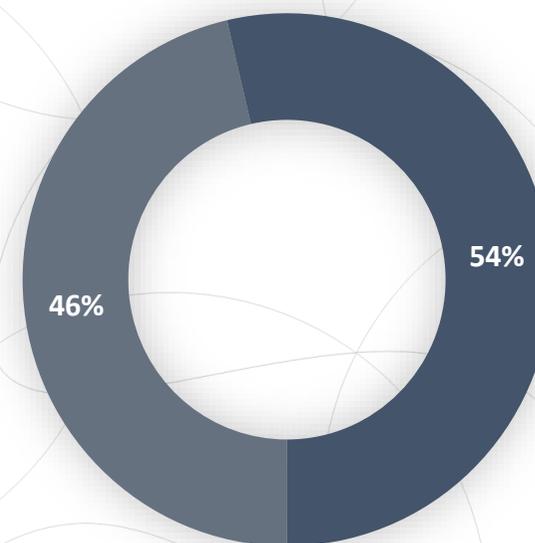
I buyer

Paesi di provenienza

EUROPA	
1	ALBANIA
2	BELGIO
3	DANIMARCA
4	ESTONIA
5	FRANCIA
6	GERMANIA
7	GRAN BRETAGNA
8	MACEDONIA
9	NORVEGIA
10	PAESI BASSI
11	POLONIA
12	REP. CECA
13	ROMANIA
14	SERBIA
15	SPAGNA
16	SVIZZERA
AMERICA	
17	BRASILE
18	CANADA
19	COLOMBIA
20	MESSICO
21	STATI UNITI

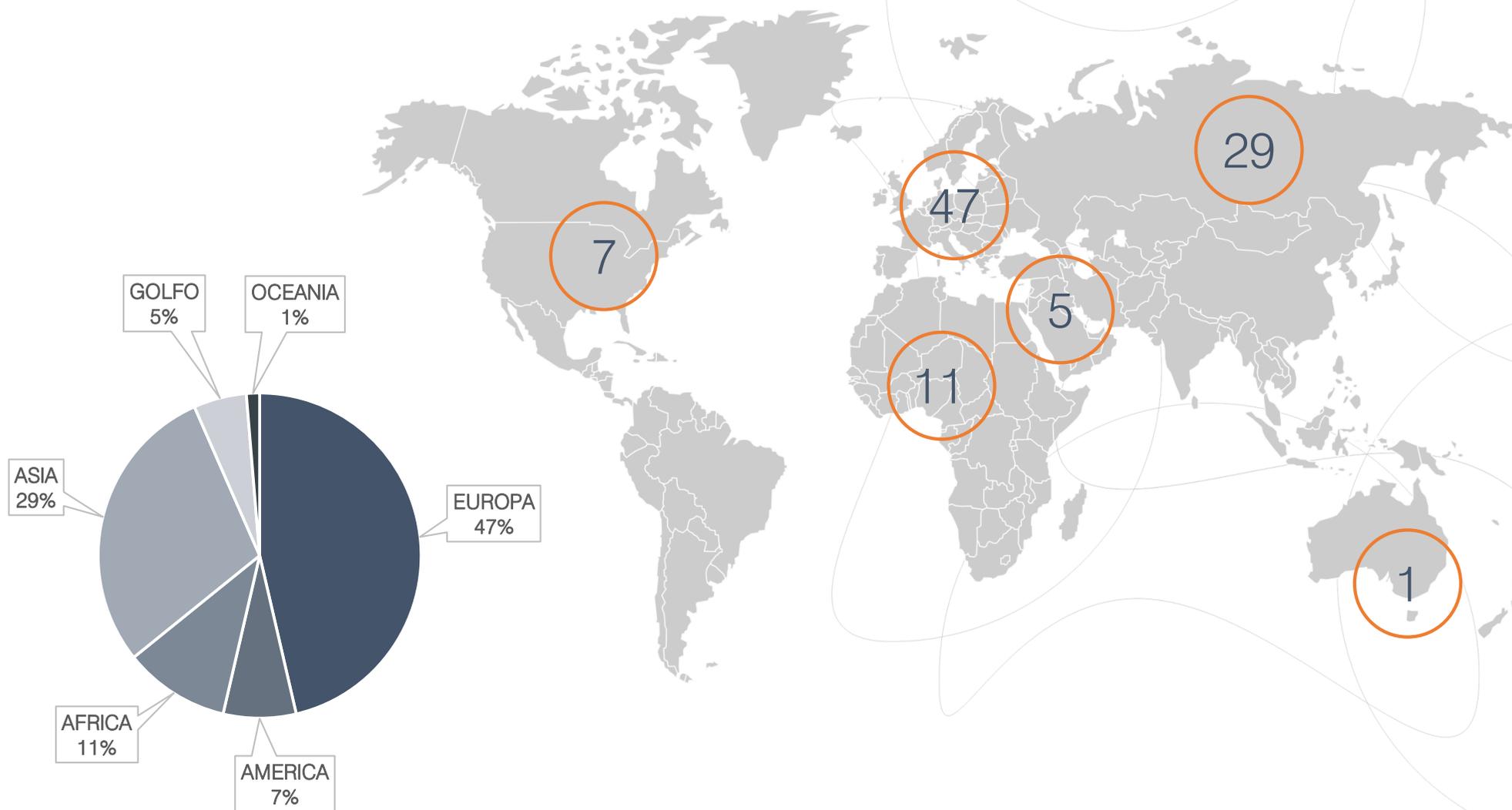
AFRICA	
22	MAROCCO
23	TUNISIA
ASIA	
24	COREA DEL SUD
25	INDONESIA
26	ISRAELE
27	KAZAKISTAN
28	RUSSIA
29	SINGAPORE
30	TURCHIA
31	UZBEKISTAN
GOLFO	
32	BAHREIN
33	EMIRATI ARABI UNITI
OCEANIA	
34	AUSTRALIA

200 Operatori
da 34 Nazioni



■ Europa ■ Extra UE

Distribuzione geografica

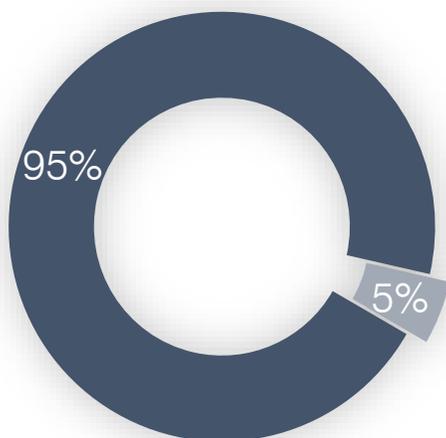


4.

Customer satisfaction

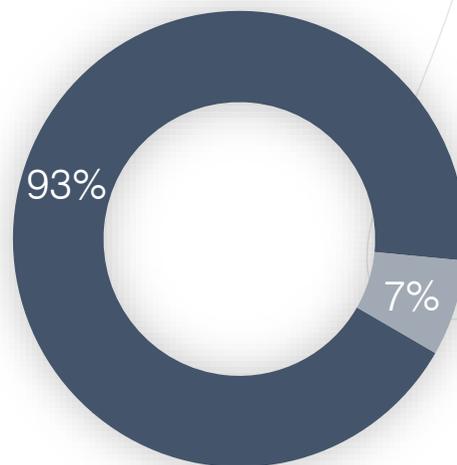
I risultati

Soddisfazione aspettativa



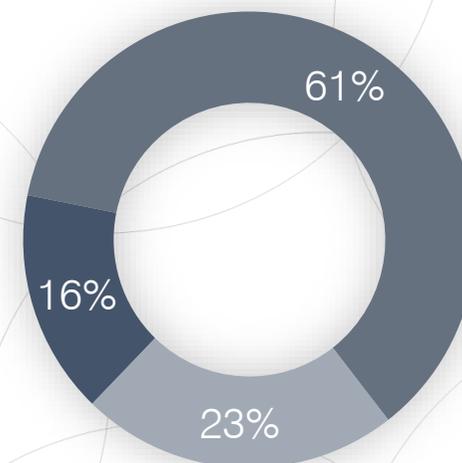
■ Sì / In parte ■ No

Partecipazione prossime edizioni



■ Sì ■ No

Efficacia incoming rispetto ad altri strumenti per l'internazionalizzazione



■ Superiore ■ Analoga ■ Inferiore

Valutazione matching buyer - seller

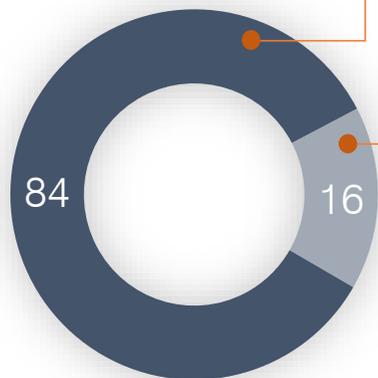
Interesse verso prodotti trattati

Seller



■ Si ■ No

Buyer



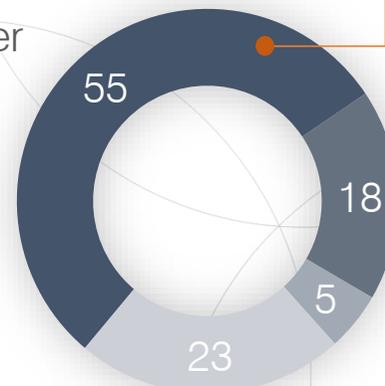
■ Si ■ No

+ 2% rispetto
al 2018

- 2% rispetto
al 2018

Seguito incontri

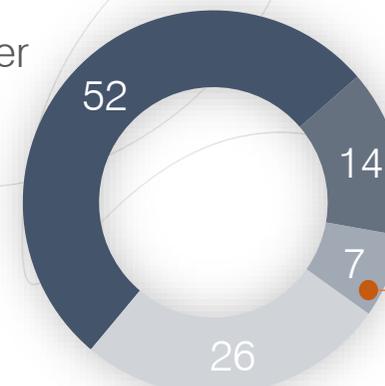
Seller



+3 % rispetto
al 2018

■ Secondo incontro
■ Accordo
■ Ordine
■ Nessuno

Buyer



+4 % rispetto
al 2018

■ Secondo incontro
■ Accordo
■ Ordine
■ Nessuno



Digital InBuyer China: l'export diventa smart

Progetto 2020

Background

Pitti rinviato a settembre, Mido a febbraio

COVID-19 E IL MOMENTO DIFFICILE PER LE FIERE

Cosmoprof cancella l'edizione 2020, ma per il business c'è il progetto digital

29 April 2020



27 marzo 2020

Coronavirus

Milano

Sala

Italia

Claudio Luti

Salva

Commenta

FIERE

Salone del Mobile, edizione 2020 cancellata per coronavirus

Dopo Olimpiadi e Vinitaly, anche il Salone slitta al 2021. «Priorità è salvare le imprese», dicono gli organizzatori

di Giovanna Mancini



IDENTITAGOLOSE.IT

Ufficiale: Vinitaly cancellato, appuntamento al 2021

La decisione era nell'aria da tempo, ora è ufficiale: il Vinitaly 2020 non si...

Digital InBuyer China - Format

Promos Italia organizza **4 Digital Incoming Weeks** che si terranno online tra giugno e luglio, dalle 8.00 alle 15.00 dal martedì al giovedì delle settimane selezionate. Ogni settimana avrà un focus diverso corrispondente ad una categoria industriale: **arredo & design, fashion, cosmesi, meccanica (da confermare)**

Si prevede che circa 50-100 fornitori italiani parteciperanno a ciascuna settimana di Digital Incoming.

Il programma di ogni settimana sarà indicativamente così strutturato:

Martedì (08:00 – 15:00)

- Apertura a cura di Promos Italia
- Keynote speech tenuto da un rappresentante del partner cinese di Digital InBuyer China
- Presentazione di Digital InBuyer China & Digital Incoming Week tenuta da ChinaEU & Netcomm
- Chiusura e online one-to-one business meetings, sulla base degli appuntamenti presi tramite piattaforma

Mercoledì (08:00 – 15:00)

- Condivisione di approfondimenti da parte di leader del settore in Cina e in Italia per ogni categoria industriale (es. Vinitaly, Salone del Mobile, Cosmoprof, Sistema Moda Italia, ecc.)
- Sessione dedicate a domande e risposte
- Chiusura e online one-to-one business meetings, sulla base degli appuntamenti presi tramite piattaforma

Giovedì (08:00 – 15:00)

- Showcase e consigli pratici sul commercio Italia-Cina da parte di rappresentanti di buyer cinesi e seller italiani
- Sessione dedicata a domande e risposte
- Chiusura e online one-to-one business meetings, sulla base degli appuntamenti presi tramite piattaforma

Business Matching

Le **Digital InBuyer China Weeks** si svolgeranno su una piattaforma SaaS, dove la domanda e l'offerta si incontrano durante gli eventi B2B.

Professionisti e aziende possono ottenere nuovi contatti e costruire rapporti commerciali, condividere la loro agenda per organizzare appuntamenti e collaborare in sale riunioni digitali:

- Le aziende partecipanti si iscrivono alla piattaforma Digital InBuyer, forniscono informazioni relative alla propria azienda, i contatti di riferimento e i dettagli dei prodotti offerti (seller italiani) o desiderati (buyer cinesi);
- I partecipanti si iscrivono ad una delle 4 Digital InBuyer China Weeks;
- I partecipanti all'evento possono da subito entrare in contatto, sulla base delle rispettive agende;
- Seller e buyer possono entrare in contatto e interagire anche quando l'evento sarà terminato.



Tutoring



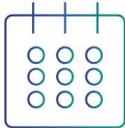
Trova il tuo consulente ideale

Una piattaforma per le aziende che vogliono utilizzare al meglio il web per la propria attività di export

Accedi per utilizzare il servizio

Inizia ora

Come funziona

-  Presentati
-  Scegli il tuo consulente
-  Crea il tuo network
-  Ricevi assistenza

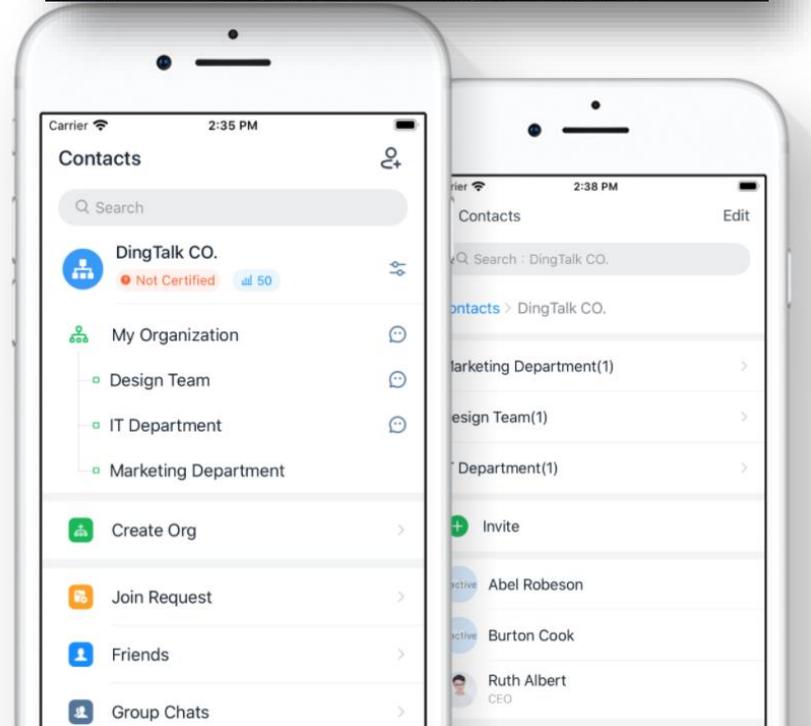
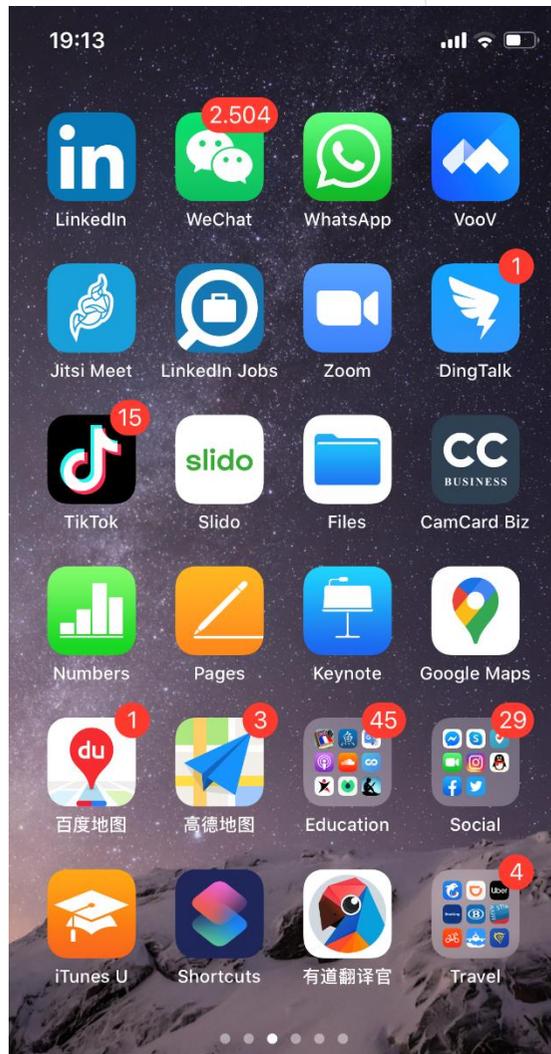
DigIT Expert

China Market Scenario - Online Fashion Shows



China Market Scenario - Virtual Fairs

China Market Scenario - Virtual Meetings



HEAVY HITTERS

UN will use Tencent's Zoom challenger for digital event

The company's VooV video conferencing platform was just launched globally in March.

by **Eliza Gkritsi** Apr 2, 2020

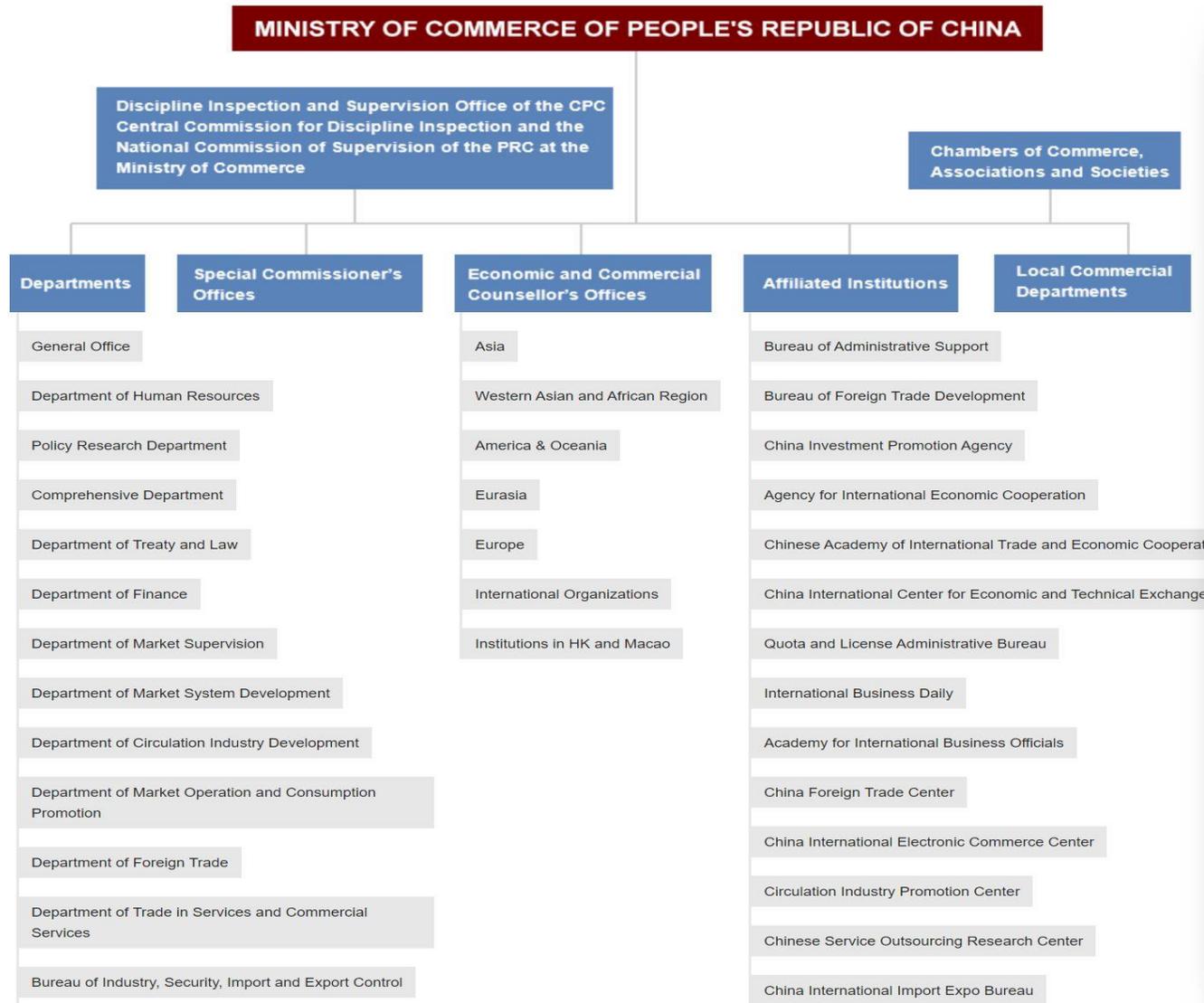
 

Tencent

Tencent's ultra-modern headquarters loom over Shenzhen's Nanshan District. (Image credit: TechNode/Jiayi Shi)

The United Nations is partnering with Tencent to use its video conferencing and remote work platforms for a digital "global dialogue" to commemorate its 75th anniversary on June 26.

Chinese Buyers



CHINADAILY 中国新闻网 | Global Edition
COM.CN | May 3, 2020

HOME | MACRO

Signed exhibition area for 3rd CIIE more than half of planned

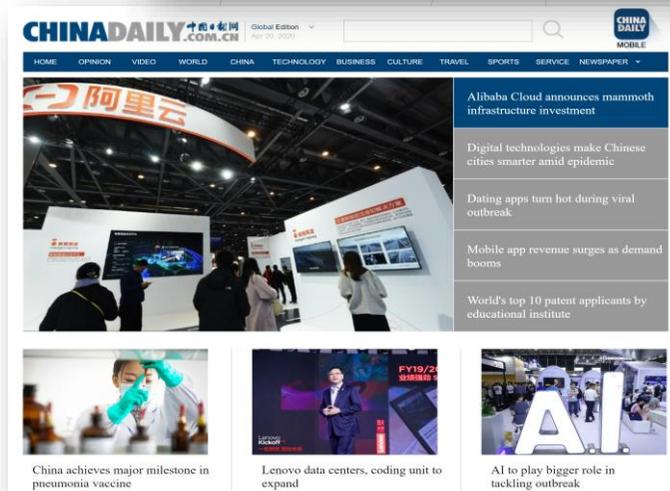
By Sun Chi | chinadaily.com.cn | Updated: 2020-02-27 13:28



Jinbao, the mascot of the China International Import Expo (CIIE). The third CIIE, which will offer quick and easy access to the Chinese market, is scheduled to run from Nov 5 to Nov 10, 2020 in Shanghai. [Photo/Xinhua]

The signed exhibition area for the third China International Import Expo, or CIIE, has surpassed more than half of its planned

Chinese Media

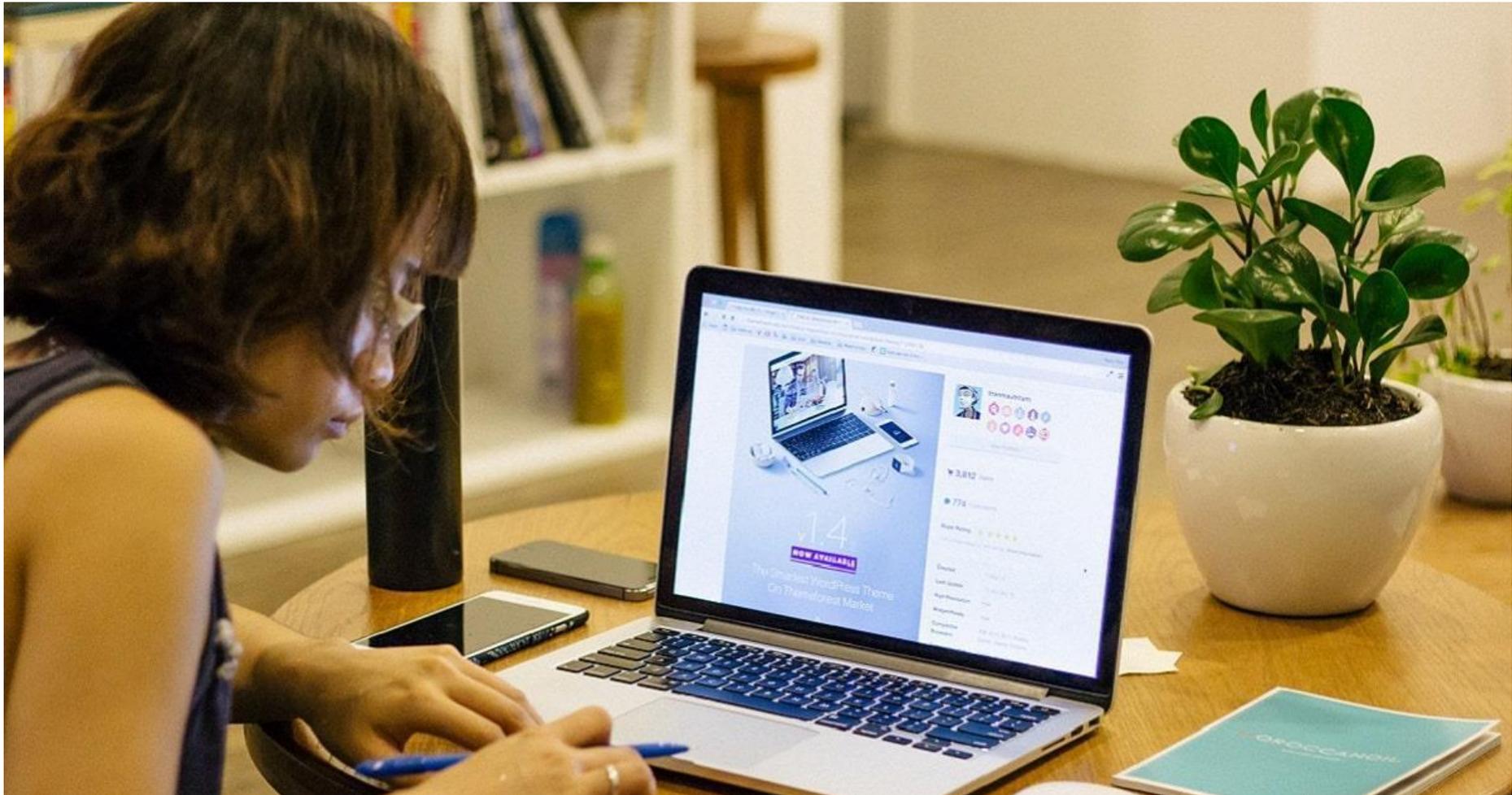


Timing

2020



* 3 giorni durante le settimane indicate



Digital InBuyer China: l'export diventa smart