

EXPORT: ONLINE LA PRIMA PIATTAFORMA PER I B2B VIRTUALI TRA IMPRESE

*Promos Italia lancia la prima piattaforma per incontri b2b online tra
imprese italiane e buyer internazionali*

Domani al via il primo appuntamento “Digital InBuyer China” dedicato al mercato cinese

Le conseguenze del Covid-19 stanno ridisegnando equilibri economici internazionali, rimodulando trend commerciali e determinando nuove metodologie di approccio all’export. Tra queste, una delle nuove frontiere è il **business matching virtuale tra imprese** e **Promos Italia**, l’agenzia nazionale per l’internazionalizzazione del sistema camerale, è la prima in Italia a lanciare una piattaforma dedicata.

Il primo progetto realizzato sulla nuova piattaforma è “**Digital InBuyer China**”, che mette in contatto selezionati **buyer del mercato cinese** con **aziende italiane** interessate ad esportare in questo importantissimo mercato, che per quanto strategico per l’Italia, è anche uno dei più difficili da penetrare.

L’iniziativa, realizzata assieme a **Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi** e con il supporto di importanti partner quali **Netcomm, ChinaEU, ICBC Milano** e **CIPA - China Investment Promotion Agency** - prevede lo svolgimento di **3 settimane digitali dedicate alla Cina** che coinvolgono 3 settori d’eccellenza della produzione Made in Italy:

- 16-18 giugno - Settimana Digitale dedicata all’Arredo
- 30 giugno-2 luglio - Settimana Digitale dedicata alla Moda
- 14-17 luglio - Settimana Digitale dedicata alla Cosmetica

Al progetto hanno già aderito circa **150 imprese italiane** dei tre settori coinvolti, che incontreranno online **60 buyer professionali cinesi** selezionati dalle filiali di **ICBC**. Al primo appuntamento, 16-18 giugno, prenderanno parte **20 buyer cinesi e 36 imprese italiane**.

Un progetto nato dall’emergenza determinata dal Covid19, che ha cancellato i tradizionali canali di approccio all’internazionalizzazione, come lo erano fino a qualche mese fa le fiere professionali e gli eventi B2B. “**Digital InBuyer China**” rappresenta l’evoluzione del progetto **InBuyer**, che dal 2015 ad oggi ha permesso a **4000 aziende italiane** di incontrare **1100 buyer internazionali** in oltre **18000 incontri b2b**.

In collaborazione con:

*“Le ricadute del Covid hanno imposto di accelerare l’innovazione di processi e metodi di supporto all’internazionalizzazione delle imprese rendendo il digitale un elemento indispensabile, come previsto anche dal Patto per l’Export presentato pochi giorni fa dal Governo – spiega **Giovanni Da Pozzo**, Presidente di Promos Italia – E grazie a questa piattaforma virtuale garantiamo, per primi in Italia, a imprenditrici e imprenditori di poter avviare o consolidare le relazioni internazionali anche in un momento in cui non è possibile viaggiare e partecipare alle tradizionali manifestazioni promozionali.”*

*“In questa fase complessa è ancora più importante essere a fianco delle imprese nell’avviare e consolidare i processi di business internazionale, promuovendo soluzioni innovative per favorire l’export grazie alle grandi opportunità offerte dalle tecnologie digitali - spiega **Elena Vasco**, Segretario Generale della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi - Con il progetto Digital InBuyer China come Camera di commercio ci impegniamo a favorire, tramite una piattaforma dedicata di incontri virtuali, le relazioni commerciali tra i nostri imprenditori e le controparti cinesi, per continuare ad investire in questo importante mercato strategico per l’Italia”.*

La scelta di dedicare i primi appuntamenti alla Cina non è casuale. La Cina è il primo mercato ad uscire dall’emergenza Coronavirus e la sua economia è la sola al mondo da cui sta ripartendo una domanda consistente per il Made in Italy, una domanda che nel 2019 ha significato **13 miliardi di euro di esportazioni italiane verso il più importante mercato asiatico**. Per le imprese italiane è un’occasione importante per approfondire le conoscenze di questo mercato ed incontrare comodamente dal proprio ufficio o dalla propria abitazione potenziali acquirenti cinesi, quindi a costi di gran lunga ridotti rispetto alla partecipazione ad una fiera e con rischi minori. Nei prossimi mesi, comunque, il progetto **sarà allargato ad altri mercati internazionali strategici per le relazioni commerciali italiane**.

*La pandemia di Coronavirus ha colpito fortemente e senza precedenti l’economia globale e questa importante sfida potrà essere superata soltanto lavorando insieme – spiega **Li Bin**, Ministro consigliere per gli affari economici e commerciali presso l’ambasciata cinese in Italia - A nome dell’Ambasciata cinese, vorrei ringraziare Promos Italia, la Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi, ChinaEU, Netcomm, ICBC e CIPA per aver creato questa piattaforma digitale, impegnandosi a far ripartire l’attività commerciale per le PMI della Cina e dell’Italia, due Paesi con forti complementarità economiche e grande potenzialità cooperativa.”*

*“Con Digital InBuyer China, il sistema del Made in Italy ha dato prova e coraggio di aver saputo trasformare una sfida mai vista prima in una grandissima opportunità, costruendo un sistema di match-making virtuali che oggi sono in grado di sostituire i mancati eventi B2B tradizionali permettendo comunque la generazione di nuovi contatti business, ma che domani potranno diventare la norma nell’affiancare le fiere professionali, in una vera e propria ottica multi-canale online-offline – commenta **Luigi Gambardella**, Presidente di ChinaEU – Confido nel successo di questa operazione che, portata avanti da partner solidi e lungimiranti, mi auguro risulterà sinergica con il programma della terza China International Import Expo 2020.”*

In collaborazione con:

*"Netcomm ha compreso da diversi anni le straordinarie potenzialità della costruzione di un ponte con il mercato cinese - commenta **Roberto Liscia, Presidente di Netcomm**, che prosegue - Il salto evolutivo senza precedenti verso il digitale che l'Italia ha conosciuto proprio durante questa crisi sanitaria ha portato le imprese a considerare lo sviluppo multicanale della propria offerta, anche e soprattutto verso mercati internazionali come quello cinese, non più come una opzione, ma come una necessità. Crediamo che il progetto sviluppato per Promos Italia potrà fare da modello ad altre iniziative simili, mirate a favorire il rilancio delle esportazioni del Made in Italy."*

*"Industrial and Commercial Bank of China, presente in Italia dal 2011 contribuisce con le sue filiali di Milano e Roma allo sviluppo dell'economia italiana e al rafforzamento dei consolidati rapporti di amicizia tra i due Paesi, che accanto ad una grande cultura condividono una storia millenaria e una posizione di primo piano nello scenario geo-economico globale - spiega **Wei Xiaogang** General Manager ICBC Milano - Nel decidere di partecipare all'importante progetto Digital InBuyer China, la Banca intende offrire un importante contributo allo sviluppo internazionale delle PMI italiane in uno dei momenti più drammatici della loro storia."*

*"La China Investment Promotion Agency (CIPA) è impegnata nella promozione del commercio e degli investimenti da e per la Cina, creando un ponte per la cooperazione tra imprese cinesi e straniere. Il progetto Digital InBuyer China ha esattamente questo spirito, per cui abbiamo deciso di collaborare all'iniziativa al fianco di Promos Italia – dichiara **Li Yong**, Deputy Director of CIPA – Siamo convinti che le relazioni commerciali Italia e Cina abbiano un grande potenziale di crescita e che questo sia il momento giusto per concretizzarlo."*

Per partecipare alla opening session di domani, 16 giugno (ore 9:00-10:30):

<https://global.gotomeeting.com/join/675994813>

Di seguito il programma della sessione di apertura:

Furniture Digital InBuyer China

9:00-10:30_ Opening remarks

- *Andrea Bonalumi, Director of Digital Services at Promos Italia*
- *Li Bin, Minister Counsellor for Economic and Commercial Affairs at Chinese Embassy to Italy*
- *Li Yong, Deputy Director of CIPA - China Investment Promotion Agency*
- *Sergio Miele, Senior Business Consultant at ICBC Milan Branch*
- *Massimo Moscatelli, Vice-President of Confartigianato Como*
- *Qian Kainan, Director of Europe at JD.com*
- *Chen Jie, Business Director of Hangu at Longshine Group*
- *Giulio Finzi, Head of Netcomm China*
- *Claudia Vernotti, Director of ChinaEU*

In collaborazione con:

I partner del progetto:

- **ChinaEU** - associazione europea volta a promuovere i partenariati pubblico-privati, la cooperazione commerciale e gli investimenti nei processi di digitalizzazione e nei settori ad alta tecnologia tra aziende cinese ed europee;
- **Netcomm** - il consorzio italiano del commercio digitale, il riferimento più rilevante per il commercio elettronico e l'evoluzione digitale delle imprese nello scenario nazionale e internazionale;
- **ICBC** - la Industrial and Commercial Bank of China, è uno dei più grandi istituti di credito del mondo, presente con due filiali in Italia, a Roma e a Milano, e impegnata da tempo nell'organizzazione di appuntamenti B2B tra aziende cinesi ed internazionali. ICBC è partner ufficiale della China International Import Expo, la più grande fiera della Cina dedicata esclusivamente all'importazione di prodotti e servizi stranieri, che quest'anno si terrà il 5-10 novembre;
- **China Investment Promotion Agency (CIPA)** è l'ufficio del Ministero del Commercio (MOFCOM) dedicato alla promozione degli investimenti di aziende cinesi verso l'estero e di aziende straniere in Cina.

Ufficio stampa Promos Italia
Matteo Zilocchi – 3355827232
matteo.zilocchi@promositalia.camcom.it

In collaborazione con: