

3 giugno 2020

Cina
Lodi
Icbc
ChinaEu
Elena Vasco

 Salva

 Commenta





SERVIZIO | INTERNAZIONALIZZAZIONE 


Anche l'export diventa smart: al via la piattaforma digitale per le Pmi che puntano sulla Cina

Tre settimane di incontri B2B via web organizzati da **Promos** e le Camere di Commercio di Milano, Monza e Brianza e Lodi in collaborazione con China Eu, Netcomm e Icbc. Si parte il 16 con la filiera del legno-arredo, poi toccherà alla moda e alla cosmetica

di Chiara Bussi

24

Una nave portacontainer Italiana nel porto di Lianyungang , nella provincia orientale di Jiangsu, Cina (Afp)

 3' di lettura

Cina e digitale, con un occhio di riguardo alle micro e piccole imprese. Se in seguito alla pandemia per molto tempo sarà più complicato viaggiare e sviluppare nuovi contatti commerciali, anche l'attività di internazionalizzazione diventa smart. Dal 16 giugno sarà attiva la piattaforma "Digital InBuyer China", un ponte (virtuale) creato da **Promos** e dalla **Camera di Commercio di Milano, Monza Brianza e Lodi**, che per tre settimane metterà in contatto (reale) le imprese del Made in Italy e i loro potenziali clienti cinesi.

Ciascuna settimana sarà focalizzata su una diversa categoria merceologica: dal 16 al 18 giugno si comincerà con la filiera del legno-arredo e del design, dal 30 giugno al 2 luglio sarà la volta della moda, mentre dal 14 al 17 luglio i contatti virtuali saranno dedicati al settore della cosmetica.

Al progetto hanno già aderito più di 100 imprese italiane dei tre settori, che incontreranno online circa 60 buyer professionali cinesi, selezionati da Icbc, la Industrial and Commercial Bank of China, il più grande istituto di credito del mondo, presente con due filiali in Italia, a Roma e a Milano. Al primo appuntamento, dal 16 al 18 giugno, prenderanno parte 20 buyer cinesi e 36 imprese italiane.

Grandi potenzialità

L'iniziativa rappresenta l'evoluzione del progetto InBuyer che dal 2015 ad oggi ha facilitato l'incontro tra 4mila aziende italiane e 1.100 buyer internazionali. «Il digitale - sottolinea il presidente di Promos Italia Giovanni Da Pozzo - è oggi più che mai una leva indispensabile per chi esporta. Abbiamo deciso di lanciare questa sfida a livello nazionale sul tema del matching B2B virtuale. Il percorso comincia dalla Cina, da sempre un mercato strategico per le nostre imprese, ma anche primo paese che sta manifestando un processo di ripresa economica post pandemia». Del resto gli indicatori economici delle ultime settimane hanno iniziato a mostrare i primi segnali incoraggianti, come la produzione industriale ha segnato un balzo del 3,9% ad aprile, mentre a maggio l'indice Pmi servizi ha segnato 55 punti, il livello più alto degli ultimi dieci anni.

«In questa fase complessa - afferma Elena Vasco, segretario generale della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza e Lodi - è ancora più importante essere al 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». Con il progetto, conclude Vasco, «ci impegniamo a favorire le relazioni commerciali tra i nostri imprenditori e le controparti cinesi per continuare a investire in questo importante mercato strategico per l'Italia».

Nel 2019 il Paese ha catalizzato 13 miliardi di euro di esportazioni italiane, in particolare macchinari, con quasi 4 miliardi di export, tessile (2,4 miliardi), farmaceutica, chimica e mezzi di trasporto. Ma presenta ancora numerose potenzialità inesprese per altri settori del made in Italy. «Per le nostre imprese - fa notare Da Pozzo - questa è un'occasione importante per approfondire le conoscenze di questo mercato e incontrare comodamente dal proprio ufficio o dalla propria abitazione potenziali acquirenti cinesi, quindi a costi di gran lunga ridotti rispetto alla partecipazione al una fiera e con rischi minori».

Il progetto, che nei prossimi mesi dovrebbe aprirsi anche ad altri mercati, è frutto della cooperazione strategica tra Promos Italia, Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi (finanziatrice del progetto) e tre partner internazionali: ChinaEu, la prima e principale associazione a livello europeo che punta a intensificare i partenariati pubblico-privato, la cooperazione commerciale e gli investimenti nei processi di digitalizzazione e settori ad alta tecnologia tra aziende cinese ed europee; Netcomm - il consorzio italiano del commercio digitale e, appunto, Icgc, impegnata da tempo nell'organizzazione di appuntamenti B2B tra Pmi cinesi e internazionali, 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 dal 5 al 10 novembre.