

SaronnoNews

Free ticket Italia-Cina per le Pmi virtuose del made in Italy: un progetto che supporta le aziende di Milano, Monza Brianza e Lodi

Stefano Ciccone · Thursday, March 25th, 2021

Nell'anno in cui il motore produttivo ed economico del Paese prova a ripartire, dopo il brusco e lungo stop dettato dall'emergenza pandemica tuttora in corso, una spinta importante arriva dall'iniziativa promossa congiuntamente **da Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi e Promos Italia per valorizzare il Made in Italy sul mercato cinese**, il Paese che già ora sembra essere tornato ai livelli pre-Covid.

L'intervento mira ad offrire un supporto strutturato alle imprese del territorio per aderire al progetto **Pavilion Italia, nato dall'accordo tra ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane e Tencent, colosso internazionale e sviluppatore di WeChat**. Attraverso questa piattaforma, lanciata a giugno dello scorso anno, brand e imprese italiane possono presentarsi e dialogare con un'audience digitale da **un miliardo di utenti attivi al mese**.

«La nostra politica di sostegno all'export delle imprese è fortemente incentrata sul supporto all'utilizzo dei canali digitali e sulla diffusione delle opportunità offerte dal commercio online – ha spiegato **Alessandro Gelli, Direttore di Promos Italia** – Questa iniziativa di sistema persegue questi obiettivi e offre alle imprese la possibilità di conoscere e cogliere le opportunità offerte da WeChat, una delle principali piattaforme online del mondo, che conta mensilmente oltre un miliardo di utenti attivi. Grazie al supporto integrato di Promos Italia e Camera di commercio, infatti, le aziende possono partecipare ad un percorso personalizzato che permette di vendere sulla piattaforma WeChat e di identificare la miglior strategia per presentarsi sul mercato cinese».

Le aziende a cui si rivolge l'iniziativa sono le PMI del territorio di riferimento (**Milano, Monza Brianza, Lodi**) produttrici di Made in Italy d'eccellenza, per questo motivo sono stati selezionati i primi settori ritenuti particolarmente rappresentativi della matrice tricolore capofila in Oriente: **fashion, food, beauty, design, pelletteria**.

Tra i servizi a cui potranno accedere gratuitamente le aziende selezionate, un percorso di **mediazione culturale e storytelling** finalizzato non solo a coordinare vendita prodotti, adv e customer care, ma anche a **veicolare identità e valori in maniera coerente e appetibile per il pubblico cinese**. Il tutto è affidato a **Digital Retex**, azienda del **Gruppo Retex** che supporta i più importanti brand europei nella definizione e abilitazione delle strategie di ingresso, crescita e comunicazione nel mercato cinese. Come Trusted Partner di Tencent in Europa e Italia, il

team **Digital Retex** si sta già occupando della gestione del profilo ufficiale di **Pavilion Italia** su **WeChat**.

«Un modo per immaginare una vera e forte ripresa economica del sistema produttivo italiano è sicuramente quello di far ripartire le piccole e medie imprese, l'artigianalità, l'imprenditoria autentica italiana – ha commentato **Nicola Canzian, Managing Partner di Digital Retex** – E un modo per immaginare una ripartenza efficace di queste imprese, è altrettanto certamente quello di guardare oltre i confini nazionali, di esprimere e trasmettere identità e valori all'estero, in un mercato dalle mille potenzialità economiche come quello cinese. Il ruolo e il contributo delle Amministrazioni locali, degli Enti pubblici, rappresenta un volano di inestimabile valore in questo momento, per questo siamo felici che la Camera di Commercio e Promos Italia abbiano deciso di intraprendere questa strada e aprire gratuitamente le vie del Dragone alle imprese del territorio. Ci auguriamo che sia solo la prima di numerose iniziative a supporto del Made in Italy che ha voglia di rinascere più forte di prima».

All'interno di **Pavilion Italia** i brand potranno usufruire di una vetrina completamente dedicata all'interno di un marketplace integrato e collegato all'account di **WeChat**, dove promuovere e vendere i propri prodotti.

Il live del marketplace è avvenuto in occasione del Capodanno cinese. Fin da subito sono stati registrati segnali positivi, con i primi acquisti da parte dell'utenza cinese. La promozione del progetto, attraverso campagne di advertising finanziate da Agenzia ICE, sarà distribuita e proseguirà fino alla fine dell'anno.

This entry was posted on Thursday, March 25th, 2021 at 10:58 am and is filed under [Economia](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.