

Invito al Belt and Road Initiative

Invito al Belt and Road Initiative

**"The Belt and Road Initiative":
Molteplici opportunità per le aziende
italiane**

22 marzo 2016 – ore 17.30 Bianca Maria PalaceHotel

Via Bianca Maria, 4 – Milano

Rivolto alle aziende e ai professionisti interessati a conoscere le implicazioni dell'iniziativa a livello mondiale e le future prospettive di sviluppo nei settori della logistica, dei servizi bancari e finanziari, delle infrastrutture e dei servizi professionali.

La partecipazione è gratuita, previa registrazione e conferma con modulo di adesione allegato, inviato via e-mail a Nicolò Seidita: investhk.italy@gmail.com
entro il 21 marzo 2016, fino ad esaurimento posti.

con il patrocinio di:



HONG KONG ECONOMIC AND TRADE OFFICE
Brussels



in collaborazione con:



Hong Kong: le chiavi del successo nelle attività di vendita al dettaglio

Hong Kong: le chiavi del successo nelle attività di vendita al dettaglio

Lo shopping è l'attività preferita dei sette milioni di abitanti di Hong Kong e della maggior parte dei 60 milioni di stranieri che, dalla Cina continentale, e da ogni altra parte del mondo, ogni anno visitano la città, espressamente per fare shopping, acquistando beni di consumo per un valore che supera 5,2 miliardi di dollari al mese.

L'assenza di imposte sulle vendite al dettaglio, di tasse e restrizioni sulle importazioni di beni di consumo, i tassi di

sviluppo tra i più alti al mondo, un mercato potenziale di 1,5 miliardi di consumatori, con un elevato numero di famiglie ad alto reddito, una crescente classe media con forte propensione all'acquisto di beni di lusso, sono alcuni dei fattori che fanno di Hong Kong uno dei mercati più attraenti al mondo per le attività di vendita al dettaglio.

Le aziende italiane sono ai primi posti per numero di negozi e attrattiva dei brand sui consumatori locali, ma c'è spazio per molte altre aziende, che non possono e non devono trascurare le opportunità che offre questo importante mercato. La presenza a Hong Kong è considerata una condizione essenziale per la riconoscibilità del brand nel mercato della Cina continentale, ma le barriere d'ingresso sono alte e rischiose, se si affronta il mercato senza la dovuta preparazione.

Gli affitti dei negozi tra i più alti al mondo, la competizione tra le più agguerrite e differenze culturali profonde, non consentono di commettere errori. Per le aziende italiane c'è un'occasione d'oro per conoscere tutto quello che occorre sapere per entrare preparati nel ricco mercato cinese di Hong Kong: un seminario, gratuito, organizzato da InvestHK, dipartimento del Governo di Hong Kong, in collaborazione con AICE, Associazione Italiana Commercio Estero.

Il seminario, che si terrà il 25 ottobre prossimo a Milano, presso l'Unione del Commercio, in Corso Venezia 47, si propone di illustrare, tramite testimonianze di professionisti e imprese, gli aspetti più importanti su cui concentrare la propria attenzione, analizzando le caratteristiche del mercato, la scelta dell'ubicazione, il contratto di affitto dei locali, la ricerca e formazione del personale, lo sviluppo del Brand, i servizi di logistica, i canali alternativi e

l'accesso ai servizi di enti e professionisti locali.

Per i dettagli del programma e per partecipare occorre contattare InvestHK allo 02 8953

4108, email: sdepaoli@investhk.com.hk o registrarsi direttamente su <https://goo.gl/1XAUBP> scegliendo l'evento Hong Kong: le chiavi del successo nelle attività di vendita al dettaglio.

Seminario

Hong Kong: le chiavi del successo nelle attività di vendita al dettaglio

martedì 25 ottobre 2016 – H. 09:30

Unione del Commercio – Corso Venezia, 47 – Milano

PROGRAMMA

09:30 Registrazione dei partecipanti

10:00 Claudio Rotti, Presidente, AICE: Saluti e introduzione

10:15 Angelica Leung (in Video conferenza da Hong Kong),
Direttore, Divisione Beni di Consumo, Invest Hong Kong:
Opzioni alternative, "LOW cost, LOW risk" per entrare nel
mercato di Hong Kong

10:35 Eric Cheng, (in Video conferenza da Hong Kong),
Direttore, Jones Lang LaSalle, Hong Kong: Retail Leasing –

General Practices in Hong Kong

10:55 Giuseppe Milito, Amministratore Delegato, Stones International: Reclutare il management adatto, condizione essenziale per raggiungere i target di market share, orientare e fidelizzare i clienti – peculiarità del mercato di Hong Kong

11:15 Susanna Enrico Gansin, Senior Consultant for International Projects, MIDA SpA: Hong Kong il mercato Retail frena ma le opportunità restano: lo sviluppo dello Human Capital come fattore chiave di successo

11:35 Coffe break

11:50 Riccardo Fuochi, CEO, Omlog SpA: Spazi retail limitati, distribuzione dei punti vendita su un'area estesa e clientela esigente richiedono servizi di Logistica avanzati ed efficienti

12:10 Testimonial: Case History

12:30 Stefano De Paoli, Rappresentante di InvestHK in Italia: I servizi di Invest Hong Kong e di altri organismi a supporto delle aziende italiane

12:50 Dibattito

13:00 Buffet – Opportunità di Networking

14:00 Incontri individuali di approfondimento con i relatori solo su appuntamento

Renzi in Cina: “Innovazione e

riforme sono chiave della crescita”

Renzi in Cina: “Innovazione e riforme sono chiave della crescita”

Matteo Renzi è andato in Cina per partecipare al G20, svoltosi dal 4 al 5 settembre a Hangzhou.

Durante la sua visita ha incontrato il presidente cinese, Xi Jinping, per ringraziarlo della solidarietà del governo cinese in occasione del terremoto di Amatrice. Ha portato l'attenzione sui rapporti tra Italia e Cina che sempre più rafforzano le loro relazioni. Durante un intervento all'Università Tongji di Shanghai, ha rimarcato come l'amicizia tra i due paesi abbia “attraversato i secoli”, citando personaggi storici come Marco Polo e il gesuita Matteo Ricci.

Nella serata di sabato 3 settembre, Renzi ha poi incontrato gli imprenditori cinesi e italiani, per discutere le opportunità di business offerte dalla Cina agli investitori italiani e per illustrare agli imprenditori cinesi le riforme messe in atto per imprimere sviluppo all'economia italiana.

Nella giornata di domenica 4 settembre, prima dell'inizio del vertice del G20, il premier ha visitato il campus del colosso cinese Alibaba in compagnia del suo presidente Jack Ma. Durante l'incontro, è stata ratificata l'importante intesa per promuovere le eccellenze italiane del cibo “Made in Italy” e per combattere la contraffazione dei prodotti dell'agro-alimentare, anche in vista dell'iniziativa “9-9-9” (che in lingua cinese suona come “wine-wine-wine”, che vedrà il vino italiano nella vetrina di Alibaba, gigante dell'e-commerce).

Nella serata di domenica 4 settembre, al termine della prima giornata di lavori del G20, Renzi ha tenuto una prima conferenza stampa, nel corso della quale ha sottolineato l'importanza del vertice in corso e ha rimarcato come i rapporti tra Italia e Cina siano proiettati verso un futuro roseo: "Sono certo che questo summit avrà grande peso per l'attualità e l'importanza dei dossier" – ha affermato il premier italiano – "È importante notare come l'Italia abbia un grandissimo passato nei rapporti con la Cina. Il nostro compito è quello di costruire un futuro altrettanto significativo e importante."

Nella serata di lunedì 5 settembre durante la seconda e ultima conferenza stampa, in chiusura del summit, il Presidente del Consiglio ha sintetizzato i risultati raggiunti, definendo il vertice "un grande successo." "C'è la consapevolezza che le cose possono cambiare" – ha detto Renzi – "Per lo sviluppo futuro è necessario avere una strategia globale che metta l'accento sulle riforme strutturali e, allo stesso tempo, sulle politiche di equità». Infine, non sono mancate parole di incoraggiamento per l'Italia: "Torniamo da questo G20 convinti che l'Italia oltre ad avere uno straordinario passato ha grandi prospettive per il futuro e può giocare un ruolo di leadership."

