

Il gusto italiano in Cina

Il gusto italiano in Cina



Aprire a Shanghai, nel centralissimo quartiere di Jing'an, una vetrina delle eccellenze alimentari italiane. Lo annuncia Dolce Colle (Shanghai), una società che da molti anni opera in Cina nel commercio di vini italiani. All'interno dello spazio, battezzato LOVEATALY, saranno in esposizione e in vendita prodotti eno-gastronomici italiani, sostenuti da campagne pubblicitarie, promozione turistica e da un nutrito calendario di eventi ed assaggi guidati, corsi di cucina e di cultura

italiana.

Secondo Stefano De Paoli, uno degli ideatori del progetto, il target sarà il B2B e l'area di riferimento l'intera Cina: "Partiamo da Shanghai, dove siamo già presenti, in quanto città di riferimento per tutta la Cina. I trend, le mode, i soldi, le fiere internazionali, la formula uno, le iniziative di ogni tipo sono a Shanghai, prima di ogni altra città cinese". L'attività della Showroom del gusto italiano includerà la vendita all'ingrosso e al dettaglio, online e offline, e permetterà di raccogliere giudizi immediati sul gradimento dei prodotti da parte dei consumatori cinesi.

L'idea innovativa consiste nell'aver creato una piattaforma dove i produttori di vini, olio, condimenti, conserve alimentari, dolci, pasta e specialità italiane di ogni tipo mettono direttamente in vendita i propri prodotti in Cina, saltando le lunghe e complesse ricerche di agenti e importatori, le trattative commerciali e i rischi connessi con i pagamenti, e partecipano attivamente nelle attività promozionali e di comunicazione, con propri video, promoter, corsi programmati, assaggi e dimostrazioni. L'idea è di offrire, a un costo molto inferiore a quanto le aziende sostengono normalmente per partecipare a una fiera in Cina, un'esposizione per 12 mesi all'anno, in una zona strategica del centro di Shanghai, sostenuta da continue attività promozionali, anziché nello spazio anonimo di un quartiere fieristico, in mezzo a migliaia di concorrenti di ogni parte del mondo, senza alcun supporto promozionale.

Lo spazio Loveataly è replicato su WeChat, il social network cinese che conta oltre 900 milioni di utenti. Le aziende che partecipano al progetto hanno l'opzione di vendere online, su WeChat, nel negozio al pubblico o solo ai clienti B2B, secondo scelte strategiche concordate con Loveataly. Potranno disporre della presenza di propri rappresentanti, promoter o Brand Ambassador, a proprio piacimento, senza ulteriori addebiti. Webcam posizionate nella showroom permettono alle aziende

partecipanti di controllare, via internet, tutto quello che succede in Loveataly, per monitorare la presenza dei loro prodotti, il flusso dei visitatori, le promozioni e partecipare attivamente al progetto, anche senza muoversi dall'Italia.

Insomma, l'offerta sembra molto allettante. Loveataly è aperto dall'inizio di marzo 2019. Sono previsti spazi regionali, dedicati ad alcune regioni particolarmente votate al turismo e all'enogastronomia, dove i prodotti enogastronomici saranno presentati insieme alle attrattive culturali e turistiche. Inizialmente le regioni rappresentate saranno scelte, a rotazione, su iniziativa degli organizzatori. In seguito, questi spazi saranno dedicati alle regioni italiane che si impegneranno a sostenere il progetto con attività promozionali, fornitura di materiale di comunicazione culturale e turistica.

Il progetto è stato concepito e sponsorizzato da Sviluppo Cina, Associazione italo-cinese per la promozione degli scambi economici e culturali tra Italia e Cina. Le aziende interessate possono mettersi in contatto con Sviluppo Cina a Milano o direttamente con Dolce Colle a Shanghai.

Maggiori informazioni su www.loveataly.eu

Tel: +39 02 89534108

alessandro.bertoni@loveataly.eu;

info@depaoli.global