PROGETTO

DESTINAZIONE ORIENTE

PAESI OBIETTIVO CINA - GIAPPONE

OCM Vino 2018

Euroconsult

Sviluppo e Cooperazione Internazionale

Gli Obiettivi

- ✓ Promuovere l'azienda e **la sua immagine**
- ✓ Incrementare il **volume d'affari, sviluppare nuovi mercati di sbocco,** aumentare i **profitti e migliorare la remunerazione** del capitale investito
- ✓ **Diversificare il rischio** legato alla diversificazione dei mercati di sbocco

PAESE TARGET: CHINA & JAPAN

Capitale: Tokyo
Popolazione: 127.000 abitanti
Superficie: 377.000 km²
Fuso orario: + 8 ore rispetto all'Italia;
Lingue : Giapponese.
Moneta: Yen.
Settori in crescita: Food & drink

Capitale: Beijing (Pechino)
Popolazione: 1,5 Mld
Superficie: 9.600.000 km²
Fuso orario: + 7 ore rispetto all'Italia;
Lingue : Mandarino lingua più diffusa.
Moneta: Yuan/RMB.
Settori in crescita: Food & drink

Attività

1. Realizzazione e stampa di Brochure e Schede tecniche dei prodotti in lingua inglese

2. Partecipazione al **FOODEX** di Tokyo (acquisto stand, allestimento, servizi in fiera, assistenza linguistica)

3. Partecipazione a **VINOEXPO** di Hong Kong (acquisto stand, allestimento, servizi in fiera, assistenza linguistica)

4. Incontri bilaterali in *outgoing a Tokyo, Osaka, Canton, Shanghai, Pechino*

5. Incontri bilaterali in *incoming* di n. 2 operatori/importatori presso la cantina/azienda

6. Temporany Export Manager e servizio di marketing internazionale nei Paesi Target

7. Servizi di viaggio, vitto e soggiorno per n. 1 rappresentante aziendale

IL MERCATO CINESE

La Cina è ormai uno tra i principali attori dell'economia globale. **La Cina è il più grande operatore di merci del mondo** dal 2013, con importazioni ed esportazioni per un totale di US $ 4,159 miliardi. Ha registrato un surplus commerciale di US $ 259 Mld pari al 2,8 per cento del suo PIL.

L'Italia è il quindicesimo partner commerciale della Cina a livello mondiale e il quarto a livello europeo. L'interscambio commerciale tra Italia e Cina ha visto una velocissima crescita a partire dal 2005.

Le eccellenze italiane risultano oggi più apprezzate rispetto alle cugine francesi, con i settori **agroalimentari e vitivinicoli** in testa alle preferenze.

L'Italia rappresenta il 27° fornitore del mercato cinese del settore agroalimentare ma il primo fornitore di cioccolato e pasta, il secondo di olio d'oliva, acque minerali e vini frizzanti, **il terzo per vini imbottigliati** e caffé. Nonostante i volumi tuttora modesti**, il mercato ha grande potenziale di sviluppo**.

Si assiste ad una rapida evoluzione dei gusti dei consumatori cinesi di reddito medio-alto ispirate al modello occidentale (lusso, vini, ecc., ad alta valenza di immagine), con una forte attenzione al rapporto qualità/prezzo (razionalizzazione delle scelte d'acquisto tramite l'e-commerce).

IL MERCATO GIAPPONESE

Il Giappone rappresenta, in termini di PIL, la terza potenza economica mondiale dietro gli Stati Uniti e la Cina. Nonostante la lunga stagnazione che il Paese vive dagli anni ’90, la crisi internazionale e i profondi danni morali e materiali provocati dal terremoto e dallo tsunami dell'11 marzo 2011, il sistema economico giapponese continua a rimanere tra i più solidi e sviluppati.

Il peso percentuale delle forniture italiane verso il Giappone si aggira intorno all'1,3% sul totale del nostro export. Negli anni recenti, gli scambi commerciali hanno denotato una dinamica piuttosto stabile e costante, confermando il consolidamento di salde relazioni commerciali nei settori tradizionali del Made in Italy e del Made in Japan.

Si è consolidato nell'arco di un ventennio un interesse molto accentuato verso l'Italia e i prodotti italiani. Tale attrazione favorisce, alla luce dell'elevato tenore di vita della popolazione, la produzione italiana ad alto livello di specializzazione nei settori tradizionali del nostro export, che trovano in un mercato maturo e altamente sofisticato come quello nipponico un favorevole terreno di sviluppo.

In Giappone si sta assistendo ormai da vari anni ad un fenomeno che non accenna a diminuire: il "boom" della gastronomia italiana. A partire dalla meta' degli anni '90, l'export alimentare italiano su questo mercato e', infatti, piu' che raddoppiato. Sono migliaia i ristoranti italiani presenti sul territorio e la ristorazione risulta assorbire circa il 70% del valore dell'export agro-alimentare del nostro Paese in Giappone.

IL PROGETTO

- **COSTO DEL PROGETTO PER AZIENDA: 52.000 Euro**
- Finanziamento Ue (Fondo Perduto 50%): 26.000,00 Euro
- Co-finanziamento prodotto (vino): 6.000,00 Euro
- Co-finanziamento Impresa: 20.000,00 Euro

- **DURATA DEL PROGETTO:**
- 1 ANNO (Gennaio – Dicembre 2018)

LA SOCIETÀ DI CONSULENZA

EUROCONSULT nasce nel 1996 come società di professionisti nel settore della consulenza aziendale e direzionale, dello sviluppo locale, della cooperazione internazionale e della consulenza economica e sociale, dei servizi di supporto all'export e all'internazionalizzazione, applicando un modello molto concreto e mettendo a frutto oltre 30 anni di esperienza e relazioni.

Riferimenti:
Dott. Michele Sabatino
Dott.ssa Annalisa Lambritto
Dott. Cristina La Rocca
Tel./Fax 0935/22599 – 335/8425807

Sedi:
Via Roma, 93 – 94100 Enna (Italia)
Unit 2322, Building 2, No.84 Yan Dang Road - 200020 Shanghai (Cina)
www.euroconsultsicilia.it

Euroconsult

Sviluppo e Cooperazione Internazionale