



Cina e Social Commerce: *scenari, opportunità e strategie digitali per le imprese italiane*

Quando:

21 gennaio

Ore: **11:00 – 12:30**

Dove:

in presenza

c/o sede di Forlì

Via Punta di Ferro 2/A

COSA TRATTEREMO:

Forniremo una visione chiara e concreta su:

- Le opportunità reali offerte dal social commerce cinese
- Le sfide culturali, tecnologiche e strategiche per le aziende europee
- I modelli di ingresso più efficaci, ispirati alla logica delle startup: test, validazione e scalabilità

La Cina non è più solo un grande mercato lontano, ma uno dei principali laboratori globali dell'innovazione digitale e del commercio online. In un ecosistema completamente diverso da quello europeo, dove social, pagamenti e vendita convivono in un'unica esperienza mobile, il social commerce è diventato uno dei motori centrali del retail.

Durante questo intervento di formazione esploreremo perché la Cina rappresenta oggi un mercato strategico per le imprese italiane ed europee, quali sono le differenze chiave rispetto all'ecosistema digitale occidentale e come il social commerce stia ridefinendo il rapporto tra brand e consumatori. Analizzeremo il ruolo delle principali piattaforme cinesi – da WeChat a RED, fino a Zhihu – e capiremo come vengono utilizzate sia nel B2C che nel B2B.

OBIETTIVO

L'obiettivo è offrire una lettura concreta delle opportunità e delle sfide per l'imprenditore europeo, mostrando come sia possibile entrare nel mercato cinese in modo graduale, testando prodotti e strategie in "beta", riducendo i rischi e adottando lo stesso approccio agile delle startup.

A CHI SI RIVOLGE IL WORKSHOP?

Titolari, Imprenditori, Export Manager, Addetti Ufficio Estero, Responsabili e Addetti Commerciali, Responsabili e Addetti Marketing.

PROGRAMMA

Le differenze nell'ecosistema digitale fra Europa e Cina

- Le piattaforme occidentali (Google, Meta, Amazon) non operano in Cina
- Il digitale è mobile-first, integrato e basato su super-app
- Social, pagamenti, customer service e vendita convivono nello stesso ambiente

Cos'è il social commerce e differenze con l'e-commerce tradizionale

Panorama e crescita del social commerce in Cina

- Rappresenta una quota sempre più rilevante dell'e-commerce totale
- Coinvolge tutte le fasce d'età, non solo i giovani
- È trainato da contenuti, community, creator e raccomandazioni

Il peso del social commerce nel retail online cinese

È parte integrante delle strategie di brand locali e internazionali, soprattutto nei settori: Fashion e lusso, Beauty e skincare, Food & beverage, Design e lifestyle, Travel, Education.

Le principali piattaforme B2C

- WeChat
- RED (Xiaohongshu)

RELATORI

Modera: **Lara Piraccini**, Coordinatrice Servizio Internazionalizzazione di Confindustria Romagna e del servizio Export di Meta.

Intervengono:

Lucia Gentili, Partner Meta (in presenza)

Già in fase di iscrizione, è possibile richiedere un incontro individuale con il relatore da effettuarsi successivamente al workshop.

Modalità di adesione

Il workshop è in presenza e la partecipazione è gratuita per gli associati. Iscrizione obbligatoria entro il 19 gennaio compilando il form online accessibile al link seguente.

ISCRIZIONI A QUESTO LINK

Per le aziende non associate, il costo di partecipazione è pari a € 100,00 + IVA a persona.

Di seguito, le coordinate per provvedere al pagamento tramite bonifico bancario da effettuarsi, esclusivamente da parte delle tipologie di aziende succitate, presso LA CASSA, codice IBAN: IT 61 Q 06270 13100 CC0000192129, intestato a Confindustria Romagna.

Inviare la ricevuta di pagamento a gsampaoli@confindustriaromagna.it, indicando altresì i dati necessari per la relativa fatturazione (Ragione sociale, indirizzo, Partita Iva).

Il servizio Export di META, braccio operativo di Confindustria Romagna, è a disposizione per offrire supporto operativo alle imprese interessate.

Per ulteriori informazioni, le Aziende interessate possono rivolgersi al Servizio Internazionalizzazione:

Lara Piraccini - 0543 727701 - lpiraccini@confindustriaromagna.it