

## Scheda di adesione e di partecipazione



Associazione  
"Marco Polo"



Nome .....

Cognome .....

Azienda/Ente .....

Indirizzo .....

Città ..... Cap. ....

Tel. .... Fax .....

E-mail .....

La partecipazione al convegno è gratuita  
ma l'iscrizione è **OBBLIGATORIA**;

Per motivi organizzativi saranno accettate  
le conferme di partecipazione pervenute  
entro il **04/06/2012** a:  
- Fax 0861.254314  
- E-mail: info@smeconsulting.it

Firma .....

### TUTELA DEI DATI PERSONALI:

Ai sensi del Testo Unico sulla Privacy,

si acconsente

non si acconsente

all'inserimento dei propri dati personali negli archivi informatici e cartacei di SME Consulting Srl ed al loro trattamento, ai fini della comunicazione delle attività promosse dalla stessa.

Firma .....

La Sme Consulting nasce a Teramo il 17/05/2010, con l'obiettivo di promuovere l'immagine e la commercializzazione dei prodotti "Made in Italy" nei mercati emergenti: Cina, Russia, India, Emirati, ottimizzando tutte le fasi legate all'incontro domanda - offerta tra Operatori esteri e Produttori Italiani.

La Sme C. si rivolge a quella miriade di piccole e medie imprese italiane che, pur producendo beni di elevato standard qualitativo, hanno grandi difficoltà nell'approcciare, individualmente, un Mercato, come quello cinese, pieno di enormi opportunità commerciali, ma anche di ostacoli come la lingua, i rapporti istituzionali, le normative commerciali ed i contatti con i potenziali Clienti.

La Sme C. può costituire un indubbio vantaggio in quanto, dopo anni di relazioni sociali, istituzionali e commerciali, oggi, può contare su solidi rapporti imprenditoriali e sulla presenza nel territorio cinese di uffici operativi, grazie ad accordi con strutture partners in loco, che assicurano una costante azione promozionale e commerciale.

Periodicamente vengono organizzate presentazioni e successive degustazioni dei prodotti dei nostri Clienti, invitando una selezionata platea di Importatori, Buyers, Operatori Alberghieri ecc., oltre ad eventi e Missioni "mirate", con il supporto dello Staff Cinese a disposizione.

Segreteria organizzativa:

SME Consulting Srl  
C.ne Ragusa, 43 64100 Teramo  
Tel. 0861 241807 Fax 0861 254314  
info@smeconsulting.it  
www.smeconsulting.it



# CINA, UN MERCATO POSSIBILE.



Provincia di L'Aquila



Provincia di Chieti



REGIONE ABRUZZO



Provincia di Pescara



Provincia di Teramo



CITTA DI TERAMO



Camera di Commercio  
Teramo



Consorzio di Tutela delle  
COLLINE TERAMANE



Consorzio di Tutela delle  
VITI OMBROSCANE

SABATO 9 GIUGNO 2012, ORE 9,30  
SALA SAN CARLO - MUSEO ARCHEOLOGICO  
VIA DELFICO, 30 - TERAMO -

# CINA UN MERCATO POSSIBILE



## CINA E BRAND ITALIA

Da anni la Cina si sta caratterizzando per l'entusiasmo e la determinazione della sua fiorente economia ed oggi, dopo aver superato al secondo posto il vicino, tecnologico, Giappone, l'obiettivo è quello di diventare la prima potenza economica mondiale, ruolo attualmente occupato dagli Stati Uniti d'America.

Nei prossimi 10 anni la Cina diventerà la prima potenza economica mondiale, con forti consumi interni, orientati verso prodotti di alta qualità e beni di lusso.

I prodotti e beni del "Made in Italy" risultano molto interessanti per il mercato cinese nonostante, purtroppo, ancora poco presenti in quanto le numerose piccole e medie imprese italiane non riescono, autonomamente, a penetrarvi.

Le dimensioni aziendali, generalmente, non consentono investimenti significativi ed una struttura organizzativa tali da garantire un'adeguata attività promozionale dei beni ed una presenza "organizzata" e "continua" necessaria per poter approcciare un mercato estero così esteso e variegato.

Ne deriva, pertanto, una difficoltà generale verso un Mercato fortemente attraente e commercialmente illimitato ma verso il quale, per ottenere risultati, non si può approcciare con azioni improvvisate o saltuarie, ma necessitano strategie ben strutturate, finalizzate alla creazione, mantenimento e rafforzamento di rapporti commerciali ed istituzionali.

---

*La S. V. è invitata a partecipare all'incontro  
"Cina, un mercato possibile"  
che si terrà Sabato 9 giugno 2012, Ore 9,30  
a Teramo presso la Sala San Carlo  
del Museo Archeologico  
in Via Delfico, 30*

---

## P R O G R A M M A

9,30	<i>Registrazione dei partecipanti</i>	
10,00	<i>Saluti di apertura</i>	
	<b>Gianni Chiodi</b>	Presidente Regione Abruzzo
	<b>Carlo Taraschi</b>	Presidente Associazione "Marco Polo"
	<b>Maurizio Brucchi</b>	Sindaco Città di Teramo
	<b>Valter Catarra</b>	Presidente Provincia di Teramo
	<b>Giustino Di Carlantonio</b>	Presidente C.C.I.A.A. di Teramo
11,00	<i>Apertura lavori</i>	
	<b>Francesco Labbrozzi</b>	Cons. Tutela vini d'Abruzzo
	<b>Mauro Febbo</b>	Ass. Regionale Agricoltura
11,30	<i>Presentazione SME:</i>	
	<b>Luigi Bonfini</b>	Amm. Unico SME
	<i>Finanza agevolata settore vitivinicolo</i>	
	<b>Paolo Castrignanò</b>	Resp. SME
12,30	<i>Chiusura lavori</i>	

Moderatore: **Nicola Di Paolantonio** Giornalista

## LA CINA ED IL VINO ITALIANO

Il vino italiano rappresenta un prodotto in grande ascesa nel mercato cinese.

Nel 2010 le esportazioni di vino dall'Italia verso la Cina hanno rappresentato poco meno dell'1% del valore di tutte le esportazioni di vino italiano nel mondo, pari ad euro 3.238.753,00.

Tuttavia, rispetto al 2009, le esportazioni di vino in Cina hanno registrato un aumento di oltre il 90% (contro il 13% a livello mondiale).

Proprio questo secondo dato rende il mercato cinese molto interessante a livello commerciale, anche perchè tutte le previsioni per i prossimi anni indicano aumenti simili, se non maggiori.

Dopo una lunga stagione in cui i vini italiani hanno lasciato ampiamente il campo a disposizione della concorrenza (Francia, Australia, Cile) negli ultimi tempi si sta assistendo ad un aumento delle azioni commerciali dei privati e ad un maggior impegno delle Istituzioni nel rappresentare ufficialmente questo prodotto del Made in Italy.

Oggi, oltre che nelle note realtà di Pechino e Shanghai, anche a Tainjin e Canton è possibile notare un importante incremento delle attività dedicate al vino.

Quello cinese, pur se di grande prospettiva, è un mercato non facile da penetrare; c'è da mettere in conto un investimento iniziale in termini di tempo e denaro, ma le giuste informazioni ed i servizi adeguati possono rendere molto più facile questo percorso.