

VareseNews

La Cina potrebbe essere vicina

Pubblicato: Venerdì 2 Settembre 2005

La Cina è un mercato che può offrire diverse opportunità alle imprese, anche di piccola e media dimensione. Non bisogna sottovalutare però anche i pericoli che si possono incontrare operando sia a livello commerciale sia di investimento, oltre che gli ostacoli di varia natura che possono rallentare o addirittura impedire lo svolgimento di tali attività.

Per questo giovedì 8 settembre 2005 alle 15.00 presso la sede Univa di Gallarate in Via Vittorio Veneto 8/D l'Unione Industriali Di Varese organizza il Seminario: "la pianificazione del business con la Cina: ottimizzazione delle opportunità e analisi dei rischi".

L'incontro, in cui verrà privilegiato un taglio pratico, avrà lo scopo di fornire ai partecipanti alcuni strumenti utili per: avere una panoramica generale sull'evoluzione dell'economia cinese e del mercato interno dei consumi; definire le strategie aziendali da adottare su questo mercato; conoscere le procedure generali per effettuare investimenti diretti; tutelarsi dai possibili rischi; conoscere le procedure doganali e le norme per l'immissione dei prodotti su questo mercato.

Il Programma:

Pianificare l'apertura di un business in Cina

Maurizio Castello, Partner KPMG

- § L'opportunità cinese
- § Le sfide e i rischi
- § Gli errori da evitare
- § Aumentare le possibilità di successo

Carolina Guerini, Docente di Marketing Internazionale, Università Carlo Cattaneo – LIUC

- § Il mercato cinese come mercato di destinazione: le opportunità per le imprese italiane alla luce della dinamica dei flussi di import
 - § Le peculiarità del cliente e del mercato
- § Il marketing mix per il mercato cinese: gli elementi da presidiare per eliminare la distanza culturale
- § Gli "insegnamenti" derivati dalle esperienze di imprese nazionali ed internazionali in Cina per il successo dei piani

di marketing locali

Laura Beretta, esperta di Diritto Internazionale e Doganale

- § La variabile doganale dei prodotti italiani in esportazione verso la Cina: le caratteristiche della disciplina commerciale e doganale cinese
- § Technical labelling e requisiti di certificazione della disciplina commerciale cinese
- § L'indicazione dell'origine commerciale – marchio "Made in..." sui prodotti in importazione nel mercato cinese
- § Vendere ed esportare con il "Made in Italy" beni ottenuti con input produttivi (semilavorati, fasi di lavorazioni) cinese: suggerimenti per le imprese che hanno delocalizzato.

Testimonianza

L'esperienza di KPMG China

ore 18.00 Dibattito e chiusura dei lavori

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it