



DESTINAZIONE CINA:
E-MARCO POLO
PER LE IMPRESE ITALIANE

I PUNTI DI FORZA DELL' INIZIATIVA

E-Marco Polo è l'e-shop dell'alimentare "Made In Italy" sulla piattaforma Tmall Global del Gruppo Alibaba



E-Marco Polo

un'iniziativa strategica a livello di sistema supportata da **stakeholder privati e pubblici**, nata in seguito al M.O.U. firmato tra il Governo Italiano ed il Gruppo Alibaba l'11 Giugno 2014



La **Cina**, il più **grande mercato e-commerce retail al mondo** in continua espansione

€ 511

Mld di vendite
(34% CAGR '15-'13;)

12%

Vendite e-com
su tot retail (%)

€ 37

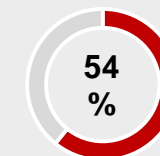
Mld di vendite di
prodotti alimentari
(Forecast: 160 Mld nel 2020)



Il Gruppo **Alibaba**, partner dell'iniziativa, **leader** nell'e-commerce cinese

407

Mln di Active
E-shoppers



QdM nel mercato
B2C con Tmall



\$17,7 Mld nel 2016

Fonte: eMarketer, Fondazione Italia Cina, presentazione Alibaba

I PLUS DI TMALL GLOBAL



Piattaforma B2C **E-COMMERCE CROSS-BORDER**
del Gruppo Alibaba



PROCESSI SEMPLIFICATI

- **Business** license/presenza diretta in Cina **non necessaria.**
- Procedure di **sdoganamento e ottenimento certificazioni** più semplici e veloci.



AGEVOLAZIONI FISCALI

- Tassazione a **regime agevolato**
- Tassazione sostenuta dai **consumatori finali**



GARANZIA AUTENTICITA'

- Piattaforma dedicata **esclusivamente a prodotti/brand stranieri a garanzia dell' autenticità dei prodotti** acquistati per i consumatori cinesi

I PROTAGONISTI DELL'INIZIATIVA

PROFILO

ASSET



- Leader nella **produzione e distribuzione** di **prodotti F&B** (fatturato di € 3,5 Mld)
- **IF&B**, società del Gruppo specializzata nella **distribuzione internazionale** di prodotti «Made in Italy»
- ... in oltre 60 paesi, **tra cui Cina**, grazie a più di 75 piattaforme logistiche

- Contatti diretti e forte partnership con **oltre 3.500 produttori** nel settore F&B
- Risorse con consolidate competenze su: **“export”, certificazioni** di prodotti **contrattualizzazione aziende** e conoscenza del mercato cinese
- **Gestione logistica** per tutti i prodotti fino alla “free trade zone”



- **Base clienti** di PMI e Large Corporate che copre **~80% del mercato**
- **Presenza capillare** sul territorio **italiano** (~ 8.200 filiali)
- Forte **rapporto di fiducia** con gli **imprenditori locali**

- Capacità di **ingaggio e “on-boarding”** di una vasta platea di aziende d'**eccellenza del “Made in Italy”**
- Finanziamenti vs. piccole e medie imprese **intenzionate ad esportare in Cina**



- Advisors in:
 - **Gestione strategica** d'Impresa
 - **Internazionalizzazione**
 - **Innovazione** business, digital, and analytics - oriented.

- Expertise e competenze su tutta la **catena di valore dell'e-com**
- Collaborazioni con **centri internazionali di eccellenza sull'innovazione** e con **grandi player internazionali dell'e-commerce**

I VANTAGGI PER LE AZIENDE ITALIANE

1. SEMPLIFICAZIONE DEL GO-TO-MARKET IN CINA
grazie ad una soluzione "one-stop shop" che integra servizi "e2e" mitigando rischi e riducendo le complessità:

- Logistica primo miglio, procedure import/ export, consegna al consumatore cinese
- Gestione del canale e-commerce e digital marketing
- Customer care, reportistica e gestione pagamenti online

2. Opportunità di GRANDE VISIBILITÀ DEI PROPRI PRODOTTI
grazie alla partnership ed il supporto marketing di Alibaba e campagne di marketing dedicate all'e-shop fuori Tmall

- Partecipazione gratuita a eventi di promozione di Alibaba normalmente di difficile accesso
- Accesso alla "Vetrina Italia" su Tmall. spazio dedicato alla promozione dei prodotti "Made in Italy"
- Realizzazione di campagne di brand awareness con media locali, KOL, Blogger

3. OTTIMIZZAZIONE DEI COSTI OPERATIVI ED ELEVATI RISPARMI
sui costi fissi sostenuti rispetto ad un ingresso stand-alone su Tmall

- Costi di set-up, gestione canale online e digital marketing molto ridotti rispetto all'apertura di un flagship store mono-brand su Tmall (costi stimati in circa € 350-450 K / anno)
- Costi logistici ottimizzati grazie ad accordi preferenziali con player in Italia e Cina

4. Accesso a SERVIZI DI QUALITÀ a copertura dell'intera value chain forniti da un NETWORK DI OPERATORI ALTAMENTE QUALIFICATI

- IF&B per la gestione logistica del primo-miglio e Cainiao (Gruppo Alibaba) per la gestione logistica in loco
- T-mall Partner per la realizzazione di campagne di marketing fuori/ dentro Tmall, per la gestione dei servizi di e-shop management

*Ad es., per partecipare all'11/11 i brand devono soddisfare 3 requisiti: presenza su Tmall da almeno 3 anni, rating dei consumatori superiore al valore medio nel settore di riferimento, fatturato superiore a certe soglie)

IL POSIZIONAMENTO DELLA VETRINA

CLIENTELA TARGET

- A. **Giovani professionisti urbani**, 24-34 anni, laurea universitaria, classe medio-alta, single o sposati senza figli
 - Cercano prodotti stranieri di lusso da fonti affidabili
 - Importanza del brand, alimenti stranieri riconosciuti come di alta qualità; sono in cerca di un'esperienza esotica

- B. **Padri/madri di famiglia residenti in centro città**, 32-42 anni, classe medio-alta (parte superiore della forchetta)
 - Sensibili al prezzo; viaggiano e quindi hanno una conoscenza di base dei prodotti stranieri, cui riconoscono maggiore qualità
 - Fanno acquisti per la famiglia

POOL POTENZIALE: ~200 MILIONI DI CLIENTI

POSITIONING

- **Vetrina per prodotti ad alto impatto reputazionale:** chi acquista su E-MP è alla moda, può permettersi di acquistare prodotti percepiti come di lusso, è una persona di successo
- **EMP non vende solo un prodotto, vende un'esperienza di vita**

VANTAGGI OFFERTA

- **Accessibilità:** prodotti difficili da trovare su altri canali
- **Prezzo:** concorrenziale grazie al rapporto diretto con i produttori
- **Qualità:** solo brand italiani di alto livello
- **Fiducia:** direttamente dal produttore, origine garantita

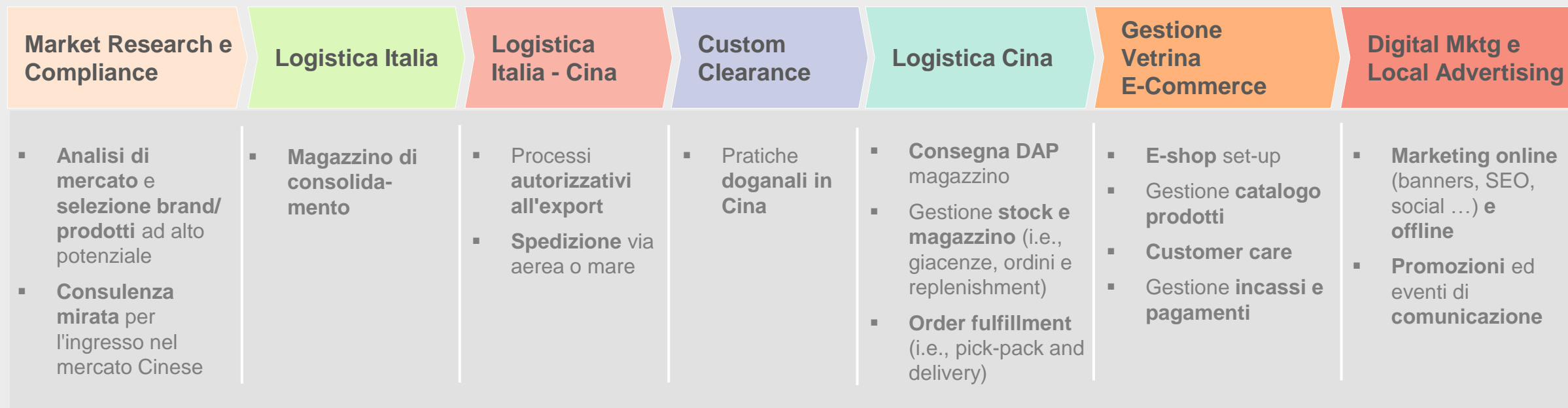
ALCUNE PAGINE DELLA NOSTRA VETRINA ONLINE



<https://e-mp.tmall.hk/>

LA PIATTAFORMA DEI SERVIZI

Una Piattaforma Flessibile E Modulare a copertura dell'intera value chain dell'export in Cina ...



... Guidata E Gestita Da Un Team Dedicato E Con Forti Expertise In Italia E Cina 

- Project management
- Supply Chain management
- Quality Assurance management
- Administrative management



- Digital Marketing management
- Operations management
- E-shop manager , IT specialist, Customer care team, Data analysis manager, Product manager, Marketing operations team ¹

1. Risorse in outsourcing

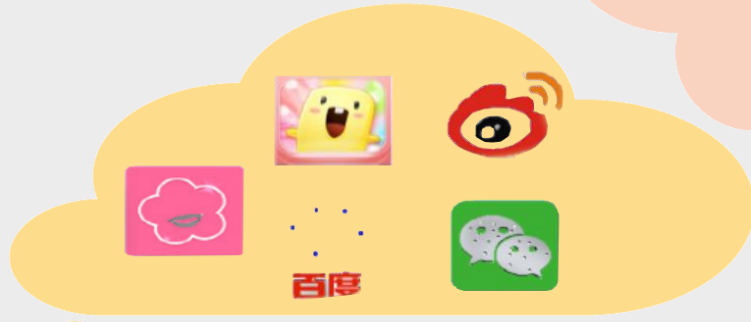
ALCUNE PAGINE DELLA NOSTRA VETRINA ONLINE



ALL'INTERNO DELLA
PIATTAFORMA T-MALL GLOBAL



CANALI OFF LINE (BLOGGER,
KEY OPINION LEADER...)



SOCIAL MEDIA FUORI
DALLA PIATTAFORMA
T-MALL GLOBAL
(WECHAT, WEIBO)



L'OFFERTA DI SERVIZI E IL PRICING



Logistica

Variabile su volumi /kg

- Logistica primo miglio (Italia vs Cina) variabile su pallet
- Logistica ultimo miglio (Cina vs cliente finale) variabile su peso (i.e kg)

- *Supporto a 360° : dall'invio prodotto a tutte le procedure di sdoganamento e consegna al cliente finale*



E-shop management

- *Commissioni sul venduto*
- *Fee annua*

- % sulle vendite richieste da T-Mall, Alipay, TP, E-Mp
- Fee variabile in funzione delle SKU

- *Set Up operatività su T-Mall: es supporto preparazione documenti, gestione e assortimento catalogo, realizzazione schede prodotto, analisi vendite ecc.*
- *Gestione giornaliera dell'e-shop: es. reporting e customer care, incassi e pagamenti conto Alipay ecc..*



Marketing

- *Promozione dedicata alla vetrina*
- *Promozione dedicata ai singoli brand / prodotti*

- Fee annua proporzionale al numero di SKU gestite
- Spese in funzione della campagna richiesta dal singolo merchant

CONTRIBUZIONE ANNUALE E-Marco Polo *comprensiva di*

- *supporto strategico di penetrazione sul mercato (Analisi Competitors/Pricing/Posizionamento)*
- *Campagne marketing Alibaba e partecipazione eventi Alibaba*
- *Campagne marketing specifiche dedicate alla vetrina*

CHI SONO I NOSTRI PRIMI 16 MERCHANT

WINE



FOOD & BEVERAGE





E-MARCO POLO S.p.A. con socio unico
Società soggetta alla direzione e coordinamento di Imprenditori per E-Marco Polo S.r.l.
Via Modena 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO) TEL +39 059 754241 - www.emarcopolo.it
Cap Soc. € 50,000 Int.Vers. CCIAA Modena REA 410540 - Registro Imprese Modena C.F. e P.I. 03701740361