

Altagamma in Cina 75 brand dell'eccellenza italiana insieme su WeChat

Il Mini-Program Altagamma porta il Made in Italy sulla più grande piattaforma social cinese

- 75 brand dell'alto di gamma italiano su WeChat, una community di 1,2 miliardi di utenti
- In collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e con ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, rientra nella campagna di promozione del Made in Italy, [beIT](#).
- I consumatori cinesi rappresenteranno poco meno del 50% del mercato mondiale dell'alto di gamma

Milano, 13 ottobre 2022 – Fondazione Altagamma si rivolge ai consumatori cinesi e lancia **Mini-Program WeChat Altagamma**: un programma di promozione dell'eccellenza italiana, sviluppato sulla piattaforma di messaggistica più diffusa nella Repubblica Popolare, che integra diverse funzioni tra le quali le transazioni economiche e gli acquisti online.

I consumatori cinesi, più giovani e inclini all'uso del digitale rispetto agli occidentali, rappresentano oggi il **34% del mercato di alta gamma**. Si stima che nel 2025 questa percentuale crescerà fino al **45%: un acquisto su due sarà, quindi, cinese**. Anche a livello globale si assiste a un ringiovanimento delle fasce di età alto spendenti: l'espansione dei brand di alta gamma, per il 180%, sarà infatti determinata dalle Generazioni Y e Z (gli under 40)¹. Nasce da queste considerazioni il Mini-Program Altagamma su WeChat, nell'ambito di una collaborazione tra la Fondazione, il **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI)** e l'**Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane (ICE)**. L'iniziativa, a cui **hanno aderito 75 brand soci di Altagamma**, sviluppata con il supporto dell'agenzia cinese D1M, ha una durata di sei mesi e si prefigge di offrire ai consumatori cinesi una rappresentazione collettiva e coerente dell'Industria Culturale e Creativa Italiana, attraverso gli strumenti di comunicazione digitali e contemporanei che più si addicono ai consumatori giovani. Attraverso 120 post verrà creato un racconto virtuale dei valori dell'alto di gamma italiano e delle attività dei marchi aderenti.

“Il lancio del primo Mini-Program Altagamma ci rende particolarmente orgogliosi perché, con ben 75 imprese coinvolte, è un esempio virtuoso di iniziativa di sistema e bene esprime lo spirito collaborativo della Fondazione, sintetizzato dal nostro motto Cooperare per meglio Competere”, ha affermato Matteo Lunelli, Presidente di Altagamma. “Le nostre imprese hanno bisogno oggi di dialogare con i giovani consumatori cinesi che rappresenteranno quasi il 50% del mercato mondiale di alta gamma. In questo momento in cui permane l'impossibilità di visitare il nostro Paese, un social media come WeChat è uno strumento prezioso. La trasversalità dei settori rappresentati dai brand che convivono nel Mini-Program WeChat restituisce una visione corale della nostra eccellenza, contribuendo a creare un'immagine solida dell'Italia, fondata su bellezza, creatività e innovazione”.

Lorenzo Angeloni, Direttore Generale della Promozione del Sistema Paese del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale ha aggiunto: *“il progetto, grazie al quale i consumatori cinesi potranno svolgere un viaggio virtuale attraverso le bellezze italiane, rappresenta una grande iniziativa per raggiungere decine di migliaia di potenziali consumatori che non hanno sinora avuto l'opportunità di entrare in contatto*

¹ Dati Altagamma / Bain



con il nostro Paese. Un progetto che si pone nel solco della strategia di promozione del Sistema Paese condotta in questi anni della Farnesina, mirata a raccontare al resto del mondo la bellezza dell'Italia non solo come sinonimo di patrimonio e tradizione, ma anche nelle sue qualità di Paese dinamico, innovativo, leader nelle produzioni di qualità”.

*“In Cina, come nel mondo, il Made in Italy è un brand di valore, sinonimo di creatività e stile, di innovazione e tradizione, di qualità e design: i valori che ICE promuove con la campagna di nation branding beIT.” – **afferma Carlo Ferro, Presidente di ICE Agenzia.** – “Offrire e promuovere prodotti di eccellenza è l'unica soluzione che funziona in tutti gli scenari, anche quelli più difficili. Altagamma rappresenta queste eccellenze. Per questo ICE Agenzia è lieta di supportare questa iniziativa che porta 75 di questi brands nella comunicazione digitale in Cina. L'iniziativa è sinergica alla nostra campagna di nation branding e alla partnership con Wechat, che ha portato 110 PMI italiane a vendere on-line al vasto mercato dei consumatori cinesi sulla vetrina virtuale del Made in Italy. Anche questo è parte delle 20 nuove azioni di ICE, in corso per accompagnare le imprese italiane in questa fase critica del commercio mondiale. Grazie ad Altagamma e un grande in bocca al lupo alle imprese partecipanti”*

Il **Mini-Program WeChat Altagamma** è stato presentato oggi a Milano, presso l'Hotel Principe di Savoia, da **Matteo Lunelli e Stefania Lazzaroni**, rispettivamente Presidente e Direttrice Generale di Altagamma, insieme ai rappresentanti dei partner istituzionali del progetto, l'**Ambasciatore Lorenzo Angeloni**, Direttore Generale della Promozione del Sistema Paese del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, e **Carlo Ferro**, Presidente di ICE- Agenzia per la Promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.

WeChat e i Mini-Program

WeChat è il più importante Social Network cinese, e ad oggi conta 600 milioni di utenti attivi ogni mese. Il suo enorme successo deriva dall'aver integrato nell'originaria funzione di messaggistica istantanea, che ne costituisce ancora l'interfaccia, una serie innumerevole di funzioni che ne hanno fatto la principale porta di accesso e di fruizione di Internet per i cittadini cinesi. Il formato scelto da Altagamma per la promozione dei suoi brand è quello del Mini-Program, una sub-applicazione che ha conosciuto negli ultimi anni una rapida diffusione. Il Mini-Program offre ai brand la possibilità di ingaggiare gli utenti di WeChat attraverso modalità di interazione, di informazione e di entertainment, rimanendo sempre all'interno dell'app che gli utenti cinesi utilizzano quotidianamente.

Il Mini-Program e la campagna di comunicazione Altagamma

Accessibile dall'account WeChat ufficiale di Altagamma, il Mini Program si presenta con un concept grafico che unisce in un **landscape immaginario** le icone culturali e paesaggistiche italiane ai brand Altagamma, **a rappresentare il Bello, il Buono e il Ben fatto Italiano**. Con un'interfaccia estremamente coinvolgente e intuitiva, l'utente ha accesso diretto alle **brand page** appositamente costruite e curate dalle 75 aziende, oltre che ai contenuti informativi costantemente aggiornati da Altagamma e dalle stesse imprese.

Il meccanismo di ingaggio fa leva sul coinvolgimento attivo dell'utente che attraverso la propria pagina personale può salvare e condividere contenuti e, grazie al livello di interazione raggiunto, **guadagnare** – attraverso un programma di *incentives* – **i prodotti e le esperienze messi a disposizione dalle aziende**.

Il piano promozionale integra una strategia digitale organica (utilizzo degli hashtag ai fini della generazione di traffico) e una campagna che prevede pubblicità e coinvolgimento dei Key Opinion Leader cinesi, ampliandosi oltre l'universo WeChat: gli account Altagamma su **Weibo** (1,1 miliardi di utenti attivi al mese) e su **Red Book** rilanceranno tutti i post al fine di generare traffico verso il Mini-Program.

60 influencer locali sostengono l'operazione promozionale, in particolare su RedBook, con la pubblicazione di post, articoli, commenti originali dedicati ad Altagamma e in generale al Made in Italy, rimandando ai contenuti del Mini-Program.



I 75 brand aderenti al programma WeChat

MODA: Alberta Ferretti, Brunello Cucinelli, Fedeli, Fendi, Ferragamo, Gucci, Herno, Max Mara, Moncler, Piacenza Cashmere, Prada, Sergio Rossi, Tod's, Valentino, Zegna. **DESIGN:** Alessi, Alias, Artemide, B&B Italia, Bisazza, Boffi, Davide Groppi, Fantini, Florim, Gessi, Giorgetti, Frette, Kartell, Living Divani, Moroso, Poltrona Frau, Porro, Riva1920. **ALIMENTARE:** Acquerello, Bellavista, Biondi Santi, Ca' Del Bosco, Campari, Domori, Ferrari Trento, Feudi Di San Gregorio, Frescobaldi, Illycaffè, Livio Felluga, Masi, Nonino, Ornellaia, S.Pellegrino, Segnana, Tenuta Luce. **OSPITALITÀ:** L'Albereta, L'Andana, Bellevue Syrene, Capri Palace, Helvetia&Bristol, Hotel De Russie, Hotel Principe Di Savoia, Il Pellicano, Masseria San Domenico, Splendido Hotel, Verdura Resort, Villa D'Este. **NAUTICA:** Amico&Co., Benetti. **MOTORI:** Dainese, Ducati, Lamborghini, Maserati. **GIOIELLERIA:** Buccellati, Bulgari, Pomellato, Vhernier. **ALTRI SETTORI:** Acqua di Parma, Davines, Technogym

PER SCARICARE IMMAGINI E VIDEO DEL MINI-PROGRAMMA DI ALTAGAMMA SU WECHAT:
<https://www.dropbox.com/sh/z62efxxaad87v75/AACS03VziXgBoWjFwOiyJnxsad?dl=0>

FONDAZIONE ALTAGAMMA

Altagamma riunisce dal 1992 le migliori imprese dell'Alta Industria Culturale e Creativa che promuovono nel mondo l'eccellenza, l'unicità e lo stile di vita italiani. Unica per la sua trasversalità, Altagamma accoglie 113 brand dei 7 settori della moda, del design, della gioielleria, dell'alimentare, dell'ospitalità, dei motori e della nautica. La Mission di Altagamma è contribuire alla crescita e alla competitività delle imprese dell'industria culturale e creativa italiana, offrendo così anche un contributo allo sviluppo economico del Paese. L'alto di gamma rappresenta un'industria di circa 126 miliardi di euro, in Italia, e fornisce un contributo al PIL del 7,4%. La quota dell'export è di circa il 50%. Coinvolge 1.922.000 occupati, diretti e indiretti.

www.altagamma.it

Contatti Ufficio Stampa

Per ALTAGAMMA

Edoardo Carloni | +39 339 1618463 | carloni@altagamma.it
Giorgio Bocchieri | +39 334 6853078 | bocchieri@altagamma.it

Per COMIN & PARTNERS

Anja Zanetti | +39 3428443819 | anja.zanetti@cominandpartners.com
Federico Fabretti | Partner | +39 335 753 4768 |
federico.fabretti@cominandpartners.com