

Il mercato cinese: istruzioni per l'uso

Come entrare nel mercato cinese in 3 mosse

SAVE
THE
DATE

Torino, 15 maggio 2014 | 10.30 - 12.30
Fondazione dell'Avvocatura Torinese "Fulvio Croce"
Via Santa Maria, 1

Introduzione ai lavori

Moreno Martini Partner, Gianni Origoni Grippo Cappelli & Partners

Intervento: I servizi alle PMI piemontesi in Cina

Rappresentante Centro Estero per l'Internazionalizzazione

STEP 1: Conoscere il mercato

Le peculiarità del mercato cinese, dell'imprenditore cinese e del consumatore cinese. SWOT Analysis del mercato Cina

Domenico Russo Director, Deloitte

I fattori legali e negoziali di successo in Cina

Alessia Pastori Senior Associate

Maria Zhu Associate

China Desk, Gianni Origoni Grippo Cappelli & Partners

STEP 2: Raggiungere il mercato

I diversi canali distributivi in Cina

Domenico Russo Director, Deloitte

La scelta del canale distributivo: aspetti legali

Alessia Pastori Senior Associate

Maria Zhu Associate

China Desk, Gianni Origoni Grippo Cappelli & Partners

STEP 3: Consolidare il mercato

I modelli societari cinesi con capitale straniero: JV vs WOFE

Alessia Pastori Senior Associate

Maria Zhu Associate

China Desk, Gianni Origoni Grippo Cappelli & Partners

Fiscalità in Cina - soluzioni alternative

Olderigo Fantacci Partner, Deloitte

5 punti chiave per un efficace piano di comunicazione in Cina

Valentina Grilli e Laura Tersigni Responsabili Marketing, Studio Pleiadi

Case Study: La voce di un imprenditore

Alberto Peyrani Presidente, Olsa S.p.A.

Q&A

Segue Cocktail