

L'agroalimentare italiano in Cina: barriere normative e strategie di posizionamento



L'agroalimentare italiano in Cina: barriere normative e strategie di posizionamento

Secondo una ricerca condotta dalla [Camera di Commercio Italiana in Cina](#) [1], il mercato cinese si conferma strategico per l'agroalimentare italiano e offre margini di crescita reali soprattutto nei segmenti premium, nei prodotti legati al benessere e nelle eccellenze territoriali. Sebbene la burocrazia e la concorrenza internazionale siano serrate, il Made in Italy può contare su una solida reputazione legata a qualità, sicurezza e tradizione.

Per consolidare questa posizione, è fondamentale che le aziende superino la frammentazione attuale investendo maggiormente in marketing e narrazione del prodotto. Il successo dipende dalla capacità di educare il consumatore e garantire una presenza distributiva costante, trasformando l'artigianalità e le certificazioni d'origine in vantaggi competitivi chiari rispetto ai grandi competitor industriali.

Scarica il PDF per leggere l'approfondimento.

Allegati  [Agroalimentare italiano in Cina](#) [2]

Condividi

Reti Sociali

Source URL: <https://www.assocamerestero.it/studi-e-indagini/lagroalimentare-italiano-cina-barriere-normative-strategie-posizionamento>

Collegamenti

[1] <https://www.assocamerestero.it/ccie/camera-commercio-italiana-cina>

[2] https://www.assocamerestero.it/sites/default/files/contenuto_redazione/studi_indagini/allegati/agroalimentare_italiano_in_cina_0.pdf

