

VENDERE IN RUSSIA I SAPORI ITALIANI: STRATEGIE DIGITALI PER ESSERE COMPETITIVI NEL SETTORE FOOD

organizzato da:



EAST MEDIA

SCENARIO DIGITALE
SETTORE FOOD IN RUSSIA
MOTORE DI RICERCA
SOCIAL NETWORK
INFLUENCER MARKETING
MARKETPLACE
ALIBABA.COM

CHI SIAMO



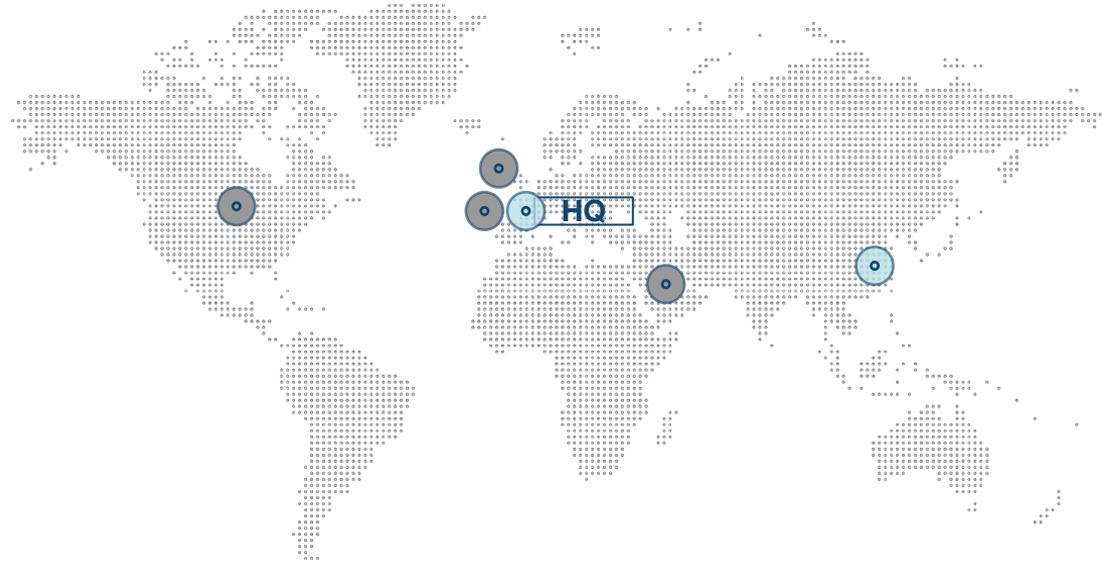
Ksenia Tsareva
Business Development Russia



Gianni Valerio
E-commerce Specialist

UN PONTE TRA ITALIA E ASIA

- **East Media** - società di Triboo - è il primo **partner digitale italiano specializzato** in **comunicazione e vendite online** per **Cina, Russia e Corea del Sud**.
- East Media affianca le aziende nel viaggio oltre i confini nazionali grazie alle sedi di **Milano** e **Shanghai**.
- **Azzera le distanze tra i brand e i consumatori target**, eliminando problemi di comunicazione, timing e distanza culturale.



SEDI GRUPPO TRIBOO

Milano Roma Londra Madrid Dubai **Shanghai**

TEAM INTERCULTURALE



SUPPORTO ALL' INTERNAZIONALIZZAZIONE

I nostri partner digitali e le certificazioni attive

CINA



Siamo certificati ufficialmente da Alibaba come unico "Tmall Partner" italiano con sede cinese.

Ciò consente alle società prive di una presenza fisica in Cina di potersi posizionare sui marketplace del Gruppo.



Siamo certificati ufficialmente come Trusted Partner di Tencent. Questo permette di aprire e gestire account ufficiali sia per aziende Overseas che con legal entity in Cina, senza doversi appoggiare ad intermediari.



Operiamo su Weibo con Sina Corporation sia per aprire e gestire account ufficiali, sia per aziende Overseas che con legal entity in Cina. Operiamo su Weibo anche per enti governativi come i Consolati.



Siamo l'unica realtà in Italia ad essere certificata Baidu, il principale motore di ricerca in Cina. Questo permette di fornire ai nostri clienti analytics esclusive e maggiormente approfondite.

RUSSIA



Siamo partner certificati Yandex, il principale motore di ricerca in Russia. Questo permette di fornire esclusive e approfondite analytics ai nostri clienti, oltre che gestire campagne SEM.



Siamo l'unico partner in Italia di VKontakte, il principale Social Network in Russia. Questo permette di aprire account ufficiali e gestire campagne Adv e di retargeting senza il supporto di intermediari.



Siamo l'unico service partner in Italia di Ozon, uno dei principali marketplace in Russia. Questo ci permette di attivare gli account dei brand italiani in modalità cross border spedendo la merce dall'Italia alla Russia.

COREA



Siamo partner di Naver, il principale motore di ricerca in Corea del Sud. Questo permette di fornire esclusive e approfondite analytics ai nostri clienti, oltre che gestire campagne SEM.

LE NOSTRE PARTNERSHIP

ISTITUZIONI



ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Fondazione Italia Cina



意中基金会



Consolato Generale d'Italia
Shanghai



Camera di Commercio Italo-Russa
Италия-Российская Торговая Палата

UNIVERSITÀ

SDA Bocconi
School of Management



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI
MACERATA



UNIMORE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

ASSOCIAZIONI



PROMOS
ITALIA
BE GLOBAL



CONFIMPRESE
LE IMPRESE DEL COMMERCIO MODERNO
Dal 1999 per il retail



FLA
FEDERLEGNOARREDO



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

CI HANNO SCELTI

SIENA
MILANO

CANTORI®

Advice&Consulting
FROM SEEDS TO SMILES

JIL SANDER

Gianvito Rossi

AGL
a.r.l. - hub

STEFANEL

ColombiniCasa

MHUB

Minotti

Yamamay

MOSCHINO

ALBERTA FERRETTI

WALTON

DSQUARED2

MEZZACORONA
1904

Visit Bergamo
Un capovvero italiano

AU DÉPART
PARIS

LIVING
DIVANI

PINKO

edra

Santa Margherita

ROLLERBLADE

1920 R
MADE IN ITALY

il gufo.

FERRERO

IED

FLUXFORM
FLEXIBILITY | MADE IN ITALY

MISS SIXTY

ITA®
TRAVEL YOUR AGENT

DAL 1819
GARPANELLI
ITALY



Consolato Generale d'Italia
Shanghai

THINDOWN
MADE IN ITALY



FABIANA FILIPPI

thestyleoutlets

Luisa Spagnoli

GIUSEPPE ZANOTTI



VITALE BARBERIS CANONICO
1863

LEIMA

tenova

SPD

brembo

the clutcher
Shop over the Brand



TERME DI SIRMIONE

PIQUADRO

TIM

TECNICA

Vibieffe

istitutomarangoni

RENE CAOVILO

carpisa

BALDI
HOME JEWELS

ROLLON®
Linear Evolution

FLA
Eventi

db group

OPTO ENGINEERING

visionnaire

Fondazione Italia Cina
易中基金会

febal casa

IMQ

MIRAGE®
Porcelain.Design.Sustainability

ARISTON
COMFORT ALWAYS ON

FIDENZA
VILLAGE

P

GAROFOLI

JUMBO GROUP

flow



MISSONI

doss
let's check.

OAMC

MIRAGE®
Porcelain.Design.Sustainability

PHILOSOPHY
LORENZO SERAFINI

POLIMODA

sergio rossi

Schesir

Leonardo
TRUSSARDI

EAST MEDIA
SCENARIO DIGITALE
SETTORE FOOD IN RUSSIA
MOTORE DI RICERCA
SOCIAL NETWORK
INFLUENCER MARKETING
MARKETPLACE
ALIBABA.COM

RUSSIA: UN MERCATO IN ESPANSIONE



145,9

milioni di abitanti
(urbanizzazione 74%)



124,0

milioni sono online
(85% della popolazione)



111,3

milioni di utenti internet su mobile
(89,7% degli utenti internet)



62,8

milioni di acquirenti di prodotti online
(76% degli utenti internet)



99,0

milioni di utenti social attivi
(67,8% della popolazione)



39,7

età media
(in Italia 47,5)

TEMPO SPESO ONLINE

Il 90% degli utenti russi utilizza internet ogni giorno.

Di seguito il tempo medio passato online ogni giorno da ciascun utente per attività.

INTERNET



7H 52M

SOCIAL MEDIA



2H 28M

TV



3H 13M

MUSIC



0H 47M

GAMING



0H 33M

Fonte: We Are Social, Febbraio 2021; MediaScope, February 2021

PIATTAFORME DIGITAL IN RUSSIA

MOTORI DI RICERCA

Yandex



SOCIAL NETWORK



VIDEO HOSTING

YouTube

vimeo

RuTube

MESSENGER



E-COMMERCE & MARKETPLACE

WILDBERRIES

OZON

lamoda

беру!



Яндекс Маркет

IL CONSUMATORE RUSSO



Fonte: elaborazione dati East Media

- **MULTITASKING:** ottimizza il **tempo di ricerca** e ha bisogno di **diversi touch point**
- **TECNOLOGICO:** naviga principalmente da **smartphone** e utilizza varie **app per ogni cosa**
- **ESIGENTE** e ama farsi coccolare: si aspetta una **risposta nel giro di poche ore** e la **consegna in giornata**
- Vuole **SENTIRSI AL SICURO:** preferisce pagamenti online **tramite maggiori player** come Yandex Money e Apple Pay
- **NO PERDITEMPO:** l'**80% degli ordini** online vengono ritirati nei **pick-up point**, solo il 20% resta a casa ad aspettare il corriere

COVID-19 E SETTORE FOOD

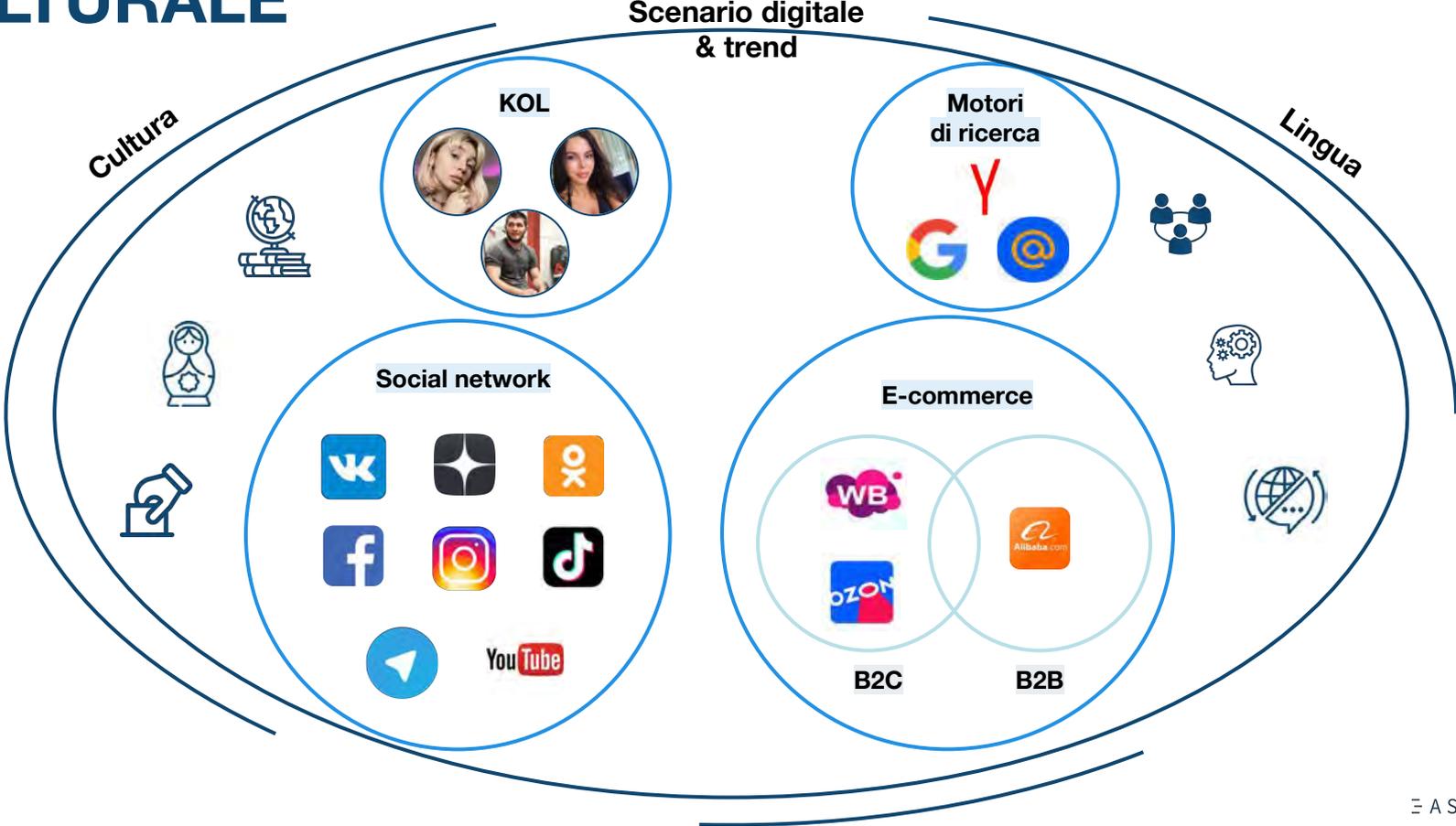
Top 10 dei settori in crescita:

1. Accessori
2. **Supermercati online**
3. **Food & Food delivery**
4. Strumenti e materiali da lavoro
5. Salute & Bellezza
6. Articoli di arredamento e per la casa
7. Sport
8. Articoli per bambini
9. Elettrodomestici
10. Giochi online

Fonte: ADMITAD, Maggio 2020

- La pandemia di Covid-19 ha modificato significativamente il **comportamento dei consumatori russi**.
- Ciò che più emerge è un **cambiamento nelle modalità di acquisto**: durante la pandemia **App e siti di e-commerce** sono diventati la scelta principale.
- Tra i settori che hanno beneficiato del lockdown vi è quello del **Food**.
- Avendo più tempo libero a disposizione, le persone hanno iniziato ad **acquistare i prodotti dagli e-commerce** per cucinare a casa.
- Chi non ha voluto rinunciare ai piatti del proprio ristorante preferito ha potuto sfruttare le **App per il food delivery, come Yandex.Eda**.

SCENARIO DIGITALE COME ESPRESSIONE CULTURALE



EAST MEDIA
SCENARIO DIGITALE
SETTORE FOOD IN RUSSIA
MOTORE DI RICERCA
SOCIAL NETWORK
INFLUENCER MARKETING
MARKETPLACE
ALIBABA.COM

IL SETTORE FOOD IN RUSSIA

SITUAZIONE GENERALE



- In Russia c'è sempre più attenzione al legame tra **salute e alimentazione**.
- La **Dieta Mediterranea** è tra le più seguite e nel 2020 la domanda di prodotti “sani” è **cresciuta di tre volte** rispetto al 2019.
- Prodotti come l'**olio di oliva**, di cui la Russia è dipendente da altri Paesi al 100%, pasta, caffè e derivati del pomodoro in forte ascesa nel 2020.
- Nel **2020** l'Italia è stato il **primo Paese fornitore di vino**.
- Ne consegue che nonostante la Pandemia ci siano **grandi possibilità** per il settore alimentare **Made in Italy**.

Fonte: Infomercatiesteri.it, Exportiamo.it

IL SETTORE FOOD IN RUSSIA

LE NOVITÀ



- Il consumatore russo è sempre più incline a fidarsi dei prefissi: **eco, bio, organico, fresco, naturale, vegano**.
- Nel 2020 in forte aumento anche la domanda dei prodotti destinati all'**alimentazione dell'infanzia e gli integratori**.
- Entro il 2024 **tutti i prodotti venduti in Russia** dovranno sottostare al procedimento di marcatura obbligatoria, *Data Matrix Code*.
- Nel 2021 sono previsti aggiornamenti nella certificazione **EAC**; è sempre più importante il ruolo della **tracciabilità** per esportare in Russia.

Fonte: ICE Mosca, Novembre 2020, Yandex

CASE STUDY: RAFFAELLO



Fonte: pagina Instagram Raffaello Russia

- Uno dei prodotti Ferrero più popolari nella Federazione è sicuramente Raffaello.
- Questo prodotto ha avuto un **successo clamoroso in Russia**, molto più che in Italia.
- Nel 2019 è stata lanciata una **versione al lampone** (inedita sul mercato italiano) per incontrare i gusti dei consumatori russi.

IL SETTORE FOOD IN RUSSIA

IMPORT SUBSTITUTION



- Dall'introduzione dell'embargo nel 2014, la Russia ha avviato una politica di **import substitution** su larga scala. .
- Tuttavia, l'**import substitution russo risulta insufficiente** per la produzione interna e spesso i prodotti sono di scarsa qualità.
- Per questo motivo, molte aziende russe hanno deciso di integrare **tecnologia e know-how italiano** nei loro stabilimenti.

CASE STUDY: UMALAT



Fonte: sito web Umalat

- **Umalat** è un'azienda russa che produce mozzarelle e formaggi. È presente sul mercato dal 2003 e **sfrutta expertise e macchinari italiani** per realizzare prodotti di qualità.
- La loro linea **Unagrande** è caratterizzata da un **packaging bianco** che esprime la **freschezza** del prodotto. Il cuore nel logo è formato dai **colori della bandiera italiana**.
- Per la linea **Pretto** è stato fatto un **rebranding** per avvicinarlo alla clientela russa: **traduzione dei nomi in russo**, introduzione di confezioni di dimensioni più piccole, cambiamento del colore del packaging **da azzurro a giallo**.

IL SETTORE FOOD IN RUSSIA

INVESTIRE NELLA FEDERAZIONE



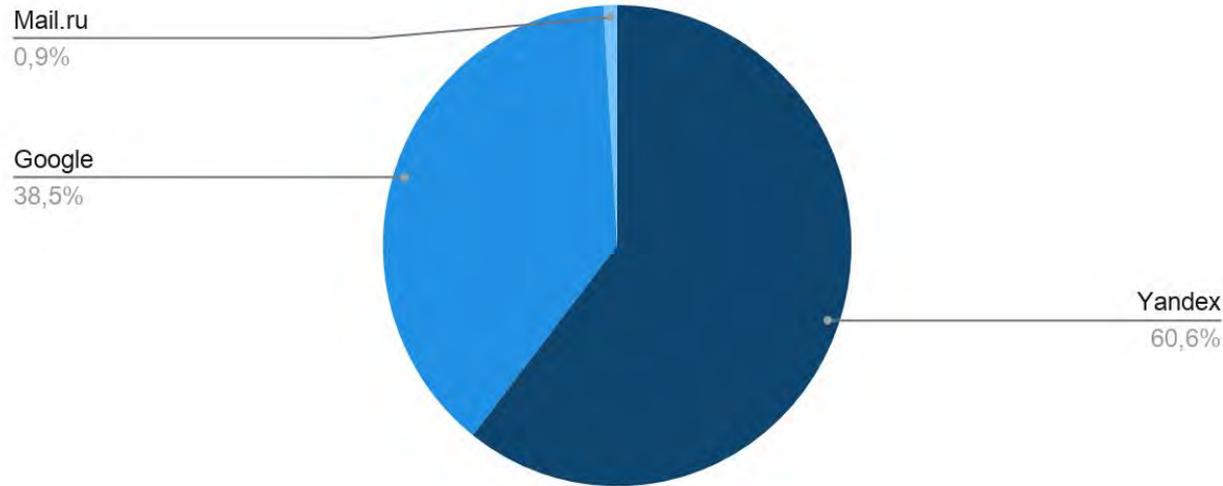
- **Investimenti diretti esteri** incoraggiati dal Governo russo per ridurre le importazioni alimentari.
- L'Italia ha iniziato a esportare attrezzature e ad aprire stabilimenti in Russia per **localizzare la produzione**.
- Le aziende italiane che vogliono investire in Russia devono **agire subito**, perché le agevolazioni fiscali potrebbero ridursi con il tempo.

Fonte: Exportiamo, giugno 2020

EAST MEDIA
SCENARIO DIGITALE
SETTORE FOOD IN RUSSIA
MOTORE DI RICERCA
SOCIAL NETWORK
INFLUENCER MARKETING
MARKETPLACE
ALIBABA,COM

YANDEX

IL MOTORE DI RICERCA PREFERITO DEI RUSSI

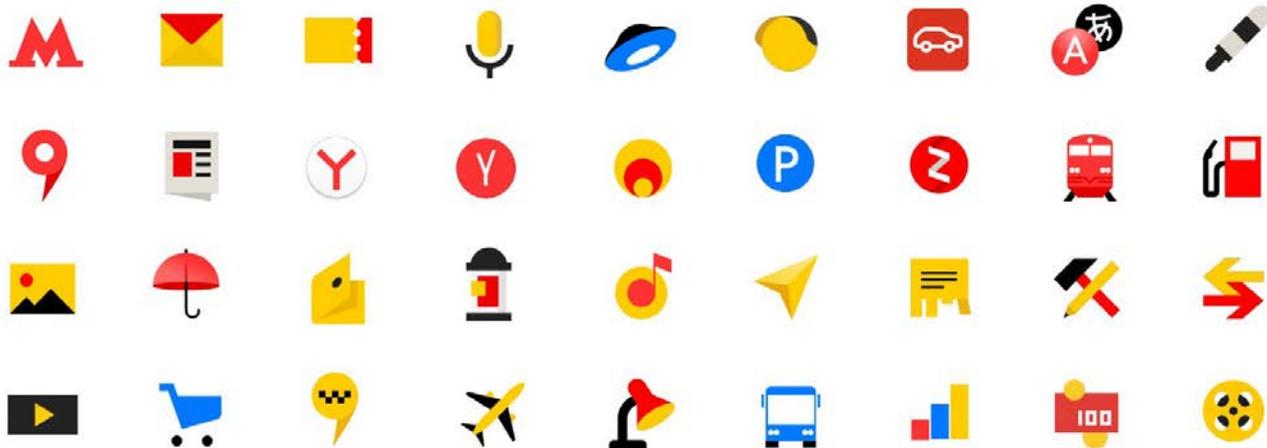


Fonte: Yandex Radar, Dicembre 2020

Yandex

- **1997** - lancio Yandex
- **60%** delle quote di mercato
- **In continua 'lotta' con Google** per il dominio del mercato
- Molto più **efficiente** nei risultati in lingua russa, rispetto a Google

ECOSISTEMA YANDEX



L'ecosistema Yandex è costituito da **53 app** e **circa 80 servizi**.

Tra i **principali servizi**:

- Yandex Browser e Yandex Search
- Yandex Mail e Yandex Disc
- Yandex Maps e Yandex Directory
- Yandex Taxi e Yandex Drive
- Yandex Food
- Yandex Direct
- Yandex Metrica
- Yandex Webmaster
- Yandex Money
- Yandex Market e Beru.ru
- Etc.

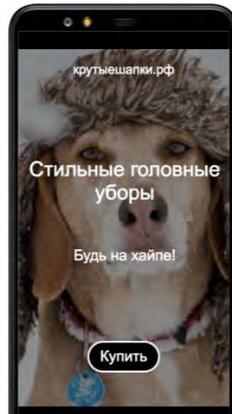
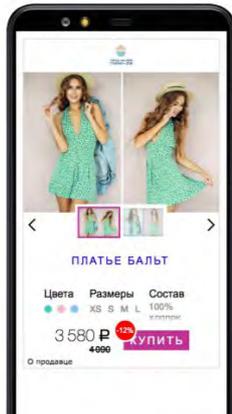
Questo permette a Yandex di raccogliere **molte dati** sugli **utenti russi** e offrire alle aziende **targeting dettagliato** e **spazi pubblicitari proprietari**.

YANDEX DIRECT

The screenshot displays the Yandex Direct interface. On the left, under "Prospecting banners", the "Type of ads in group" section includes "Banners", "Video", "Audio", and "Outdoor advertising". Below this, "Display regions" is set to "Russia". The "Impression criteria" is set to "user profile". The "Audience" section shows "Audience name" as "Premium subscription - Men". On the right, the "Ads in the group" section shows a "Coverage forecast for 7 days" of **1.93 million** impressions out of 106.76 million. Below this, "Ad group settings" include "Regions: Russia", "Gender: Male", "Age: 25-34, 35-44, 45-54", "Income: High, Premium", and "Interests (for any period): Hockey, Football, Basketball, Motorsports".

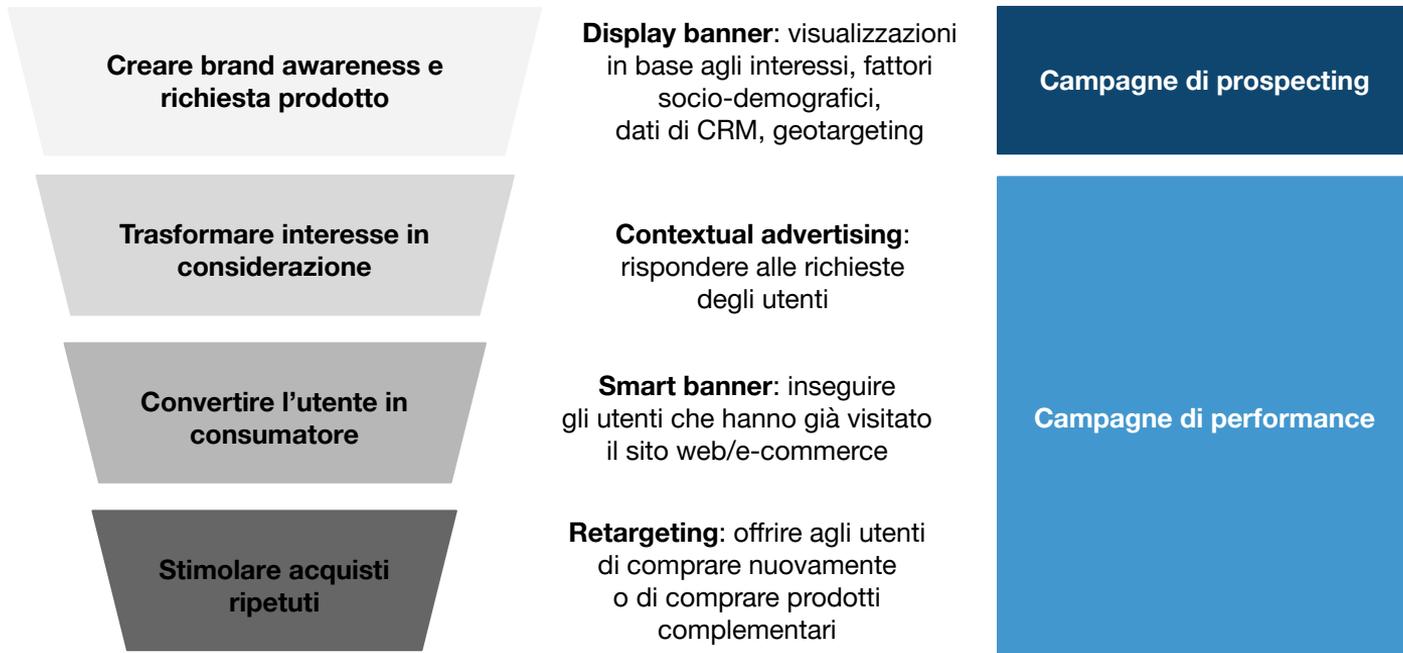
Yandex Direct è la piattaforma dedicata all'**advertising**. Un unico **strumento integrato** che comprende **tutti i formati** e **tutte le opzioni di targeting**:

- Search ads
- Dynamic ads
- Home page banner
- Display banner
- Video
- Audio
- Outdoor
- Indoor
- Programmatic
- Retargeting
- Raccolta audience



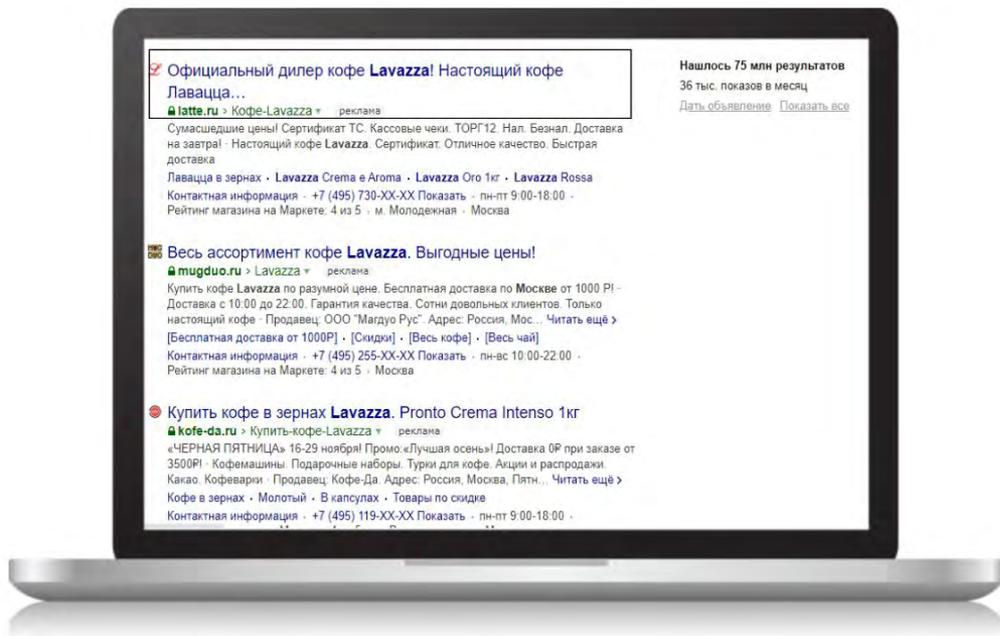
STRUMENTARIO YANDEX

CONVERTIRE TRAFFICO IN VENDITE È UN PROCESSO



CAMPAGNE YANDEX PPC

KEYWORD DEL BRAND VS PRODOTTO



Pagina sponsorizzata di Lavazza

- Le campagne PPC o Pay Per Click sono **annunci nella pagina di ricerca** che vengono attivati da parole chiave scelte appositamente dal brand.
- Molti marchi italiani pensano di essere famosi in Russia così come lo sono in Italia e quindi insistono nell'utilizzare solo **parole chiave legate al brand** invece di utilizzare **parole generiche** legate al prodotto.
- Bisogna verificare dove si posiziona effettivamente il marchio, utilizzando gli strumenti **Yandex Wordstat** e **Yandex Budget Forecast** per valutare l'attuale livello di **brand awareness**.

CAMPAGNE YANDEX DISPLAY

CREARE BRAND AWARENESS

Гости из прошлого: какими выросли школьницы из...
«Вам и не снилось», «Гостя из будущего», «Чучело» - мы до сих пор пересматриваем эти советские...
COSMOPOLITAN RUSSIA

Шоколад Movenpick горький, 72...
Выбирайте от 254 Р.
РЕКЛАМА
POKUPKI.MARKET.YANDEX...

Как быстро прогреть салон своего авто: 3 простых действия, которые я всегда...
как значительно ускорить прогрев...
АВТО-МАНЬЯК

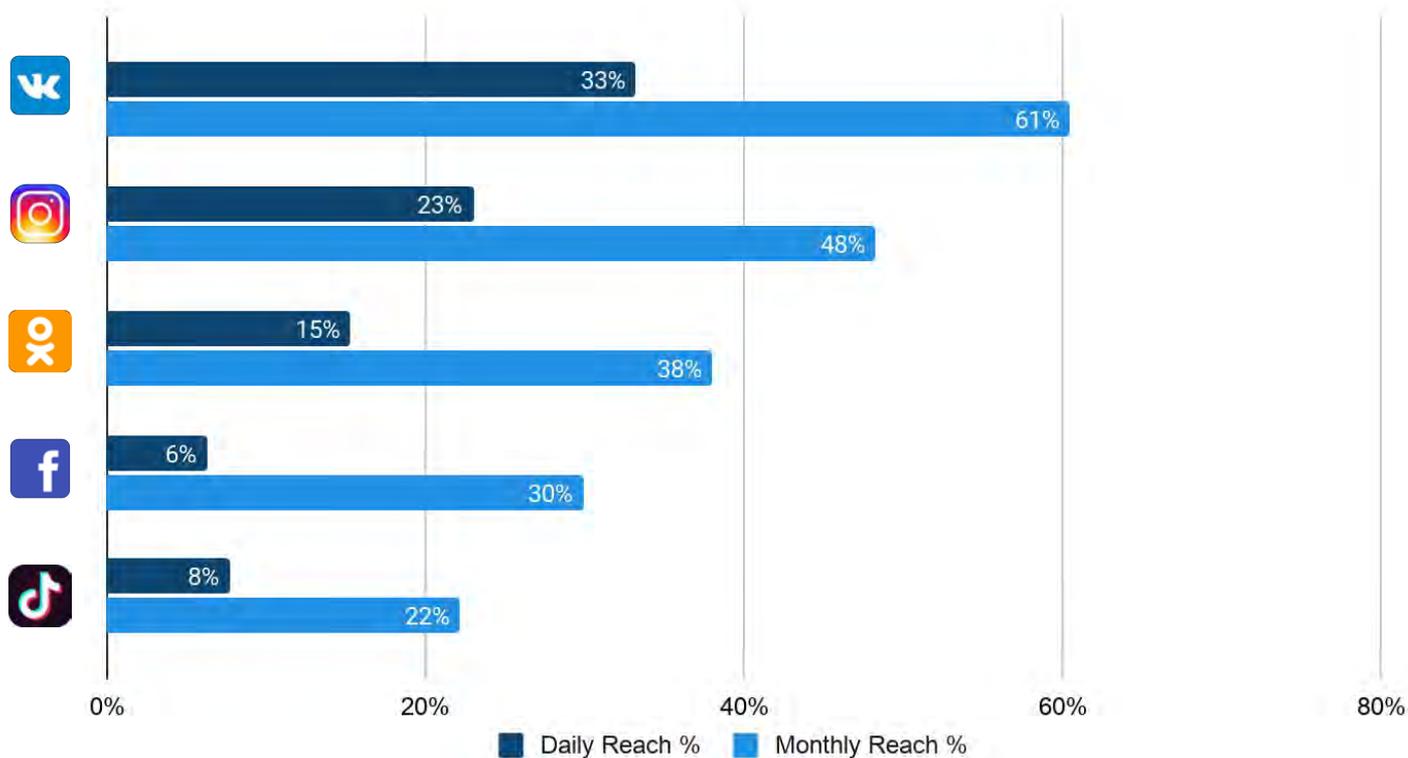
Кубик Mutti 500 г
Купить за 191 Р. Вес продукта: 0.5. Вес продукта с упаковкой: 0.515.
РЕКЛАМА
UTKONOS.RU

Banner Yandex Display di Mutti e Movenpick

- Le campagne Display utilizzano **banner o video accattivanti**.
- Quest'ultimi sono solitamente collocati su una **vasta rete** di siti web e piattaforme, partner di Yandex.
- Ciò consente di raggiungere un numero alto di utenti potenzialmente interessati e di **aumentare il traffico verso il sito web** del brand.
- Il **targeting** si basa sui dati socio-demografici, gli interessi e il comportamento online degli utenti o sui dati CRM del marchio.

EAST MEDIA
SCENARIO DIGITALE
SETTORE FOOD IN RUSSIA
MOTORE DI RICERCA
SOCIAL NETWORK
INFLUENCER MARKETING
MARKETPLACE
ALIBABA.COM

PIATTAFORME SOCIAL PIÙ UTILIZZATE IN RUSSIA



Fonte: Mediascope, Novembre 2020, Russia (tutte le città, età 12-64 anni), desktop + mobile, % della popolazione

PIATTAFORME SOCIAL PIÙ UTILIZZATE IN RUSSIA



17,4 ore



16 ore



9,4 ore



10 ore



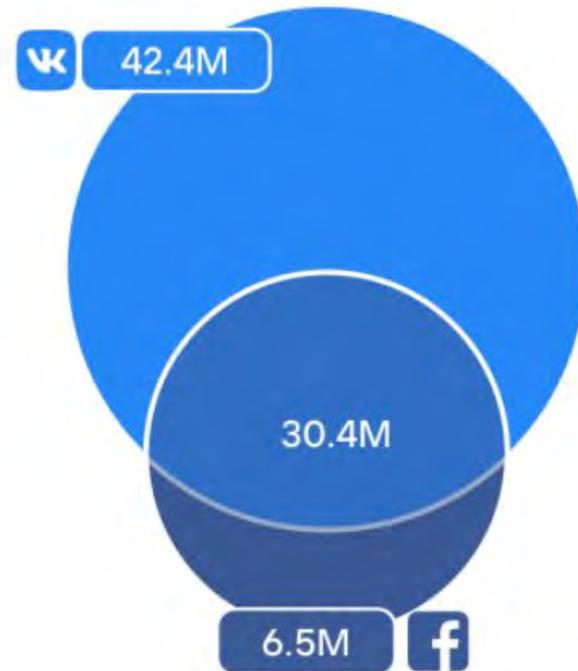
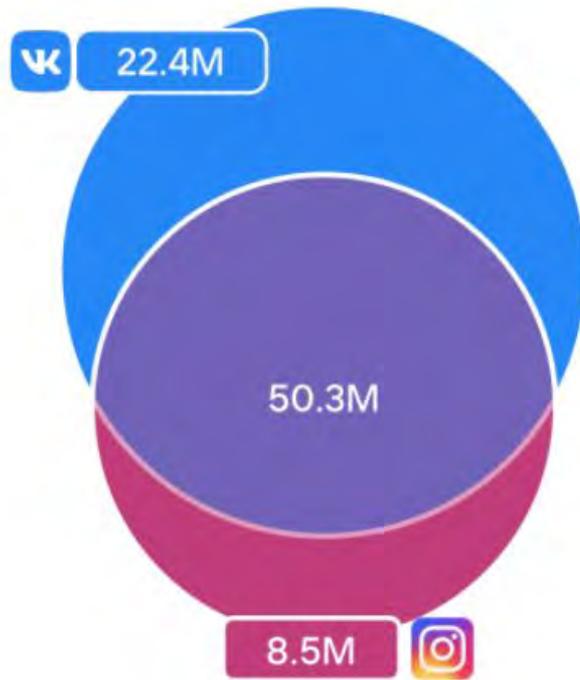
4,6 ore

Tempo speso mediamente ogni mese per utente nel 2020

- Tik Tok, in termini di tempo, al momento è il social più utilizzato ma è costituito da **utenti molto giovani e meno propensi al consumo**
- **VK è il social più interessante** per le aziende che vogliono entrare nel mercato russo
- **Instagram è cresciuto molto nel 2020** e così come VK offre moltissime opportunità ai brand stranieri che vogliono farsi conoscere in Russia

Fonte: We Are Social, Gennaio 2021

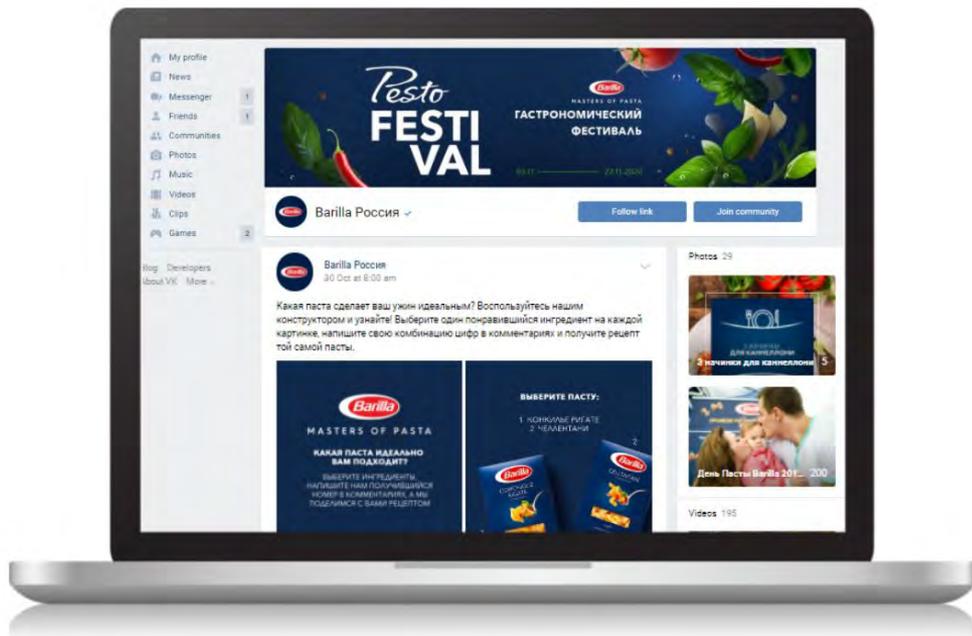
SOVRAPPOSIZIONE AUDIENCE



Fonte: Mediascope, Settembre 2020, Russia (tutte le città, età 12+ anni), desktop + mobile, milioni di persone

VKONTAKTE

IL SOCIAL PREFERITO DEI RUSSI



Pagina VK di Barilla

VKontakte, dal russo “in contatto”, è il social media preferito dai russi. È molto simile a Facebook.

- **2006** - lancio VK
- **73 milioni di utenti** attivi mensilmente
- **82% di utenti social** che si collegano da mobile
- **54% donne - 46% uomini**
- Età media **25 - 45+ anni**
- **Reddito medio-alto**
- Su VK sono presenti **11.600 community dedicati al Food**
- **Piattaforma Ads** interna per gestione inserzioni

Fonte: VK, Marzo 2020; Mediascope, Marzo 2020

ATTIVITÀ GIORNALIERA SU VK



9 miliardi
visualizzazioni post



15 miliardi
messaggi chat



39 milioni
utenti mensili VK mini app



16 milioni
user VK Pay



900 milioni
visualizzazioni video



14 milioni
visualizzazioni short video

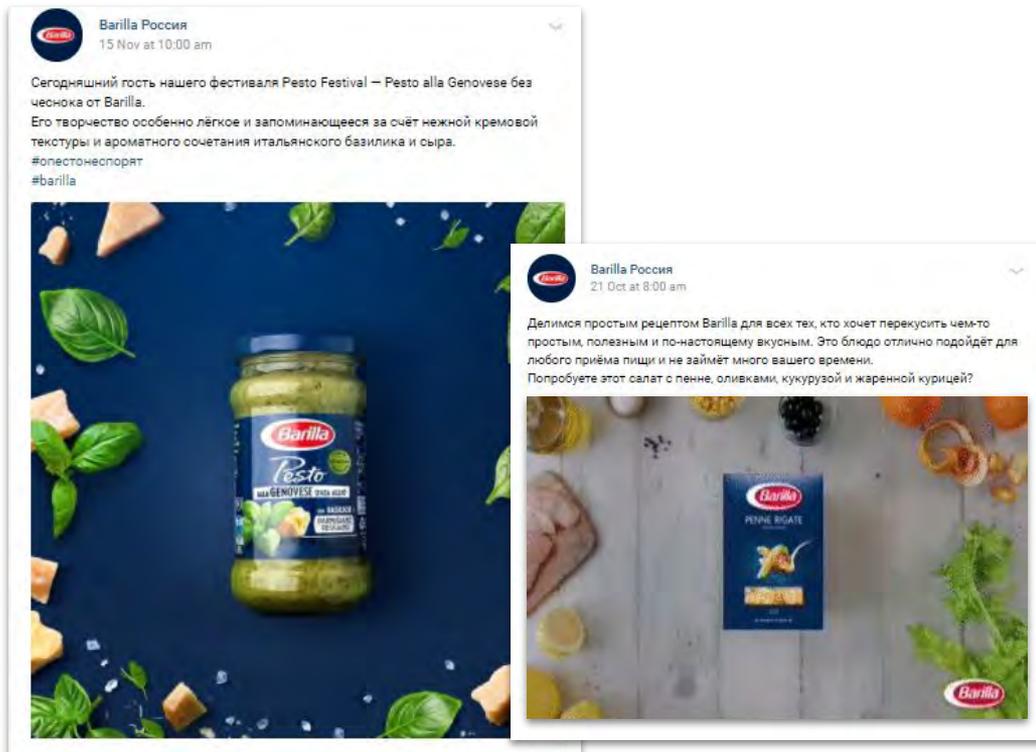


4 milioni
utenti che ascoltano musica

Fonte: VK, Dicembre 2020

VKONTAKTE

CASE STUDY: BARILLA



Account VK Barilla:

- **97.300 follower**
- **Pagina in lingua russa**
- Ampio utilizzo di **video e contenuti grafici**
- Pubblicano spesso **ricette e sondaggi**
- **Branded #Hashtag** in lingua russa
- Organizzano **eventi online**, come il “Pesto Festival”, invitando i follower a postare i propri piatti.
- **Frequenza di pubblicazione:** account molto attivo, pubblicano 3-4 post nell’arco della settimana..

FUNZIONALITÀ PLUS DI VK

Avere un **account su VK** offre molte possibilità ai brand che decidono di vendere i propri prodotti in Russia. Il social ha sviluppato tutta una serie di funzioni e strumenti indispensabili per attuare **strategie di marketing mirate ed efficaci**:

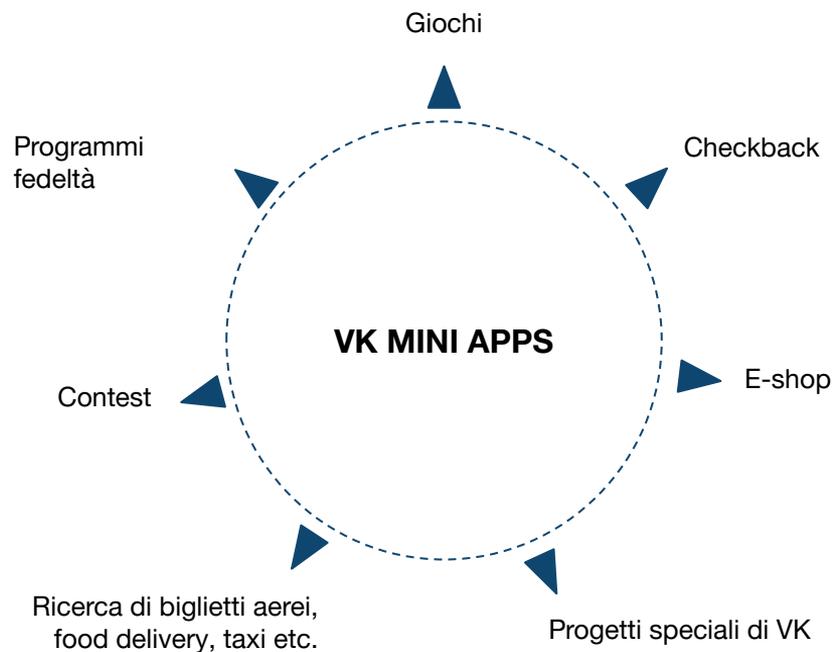
- **Maschere ed effetti speciali** per live stream
- Invio **newsletter e utilizzo di chatbot**
- Vetrina prodotti con **shopping tag**
- Negozio online **VK Online Store**
- Sistema di pagamento virtuale **VK Pay**
- Ecosistema **VK Mini App**
- **VK Clips** - l'analogo di TikTok



VK Pay

VK MINI APP

UTILIZZATE DA 36 MILIONI DI UTENTI AL MESE



Fonte: VK, Marzo 2020



VK Mini App - McDonald's e Hi Chef

LA COMUNICAZIONE SU VK

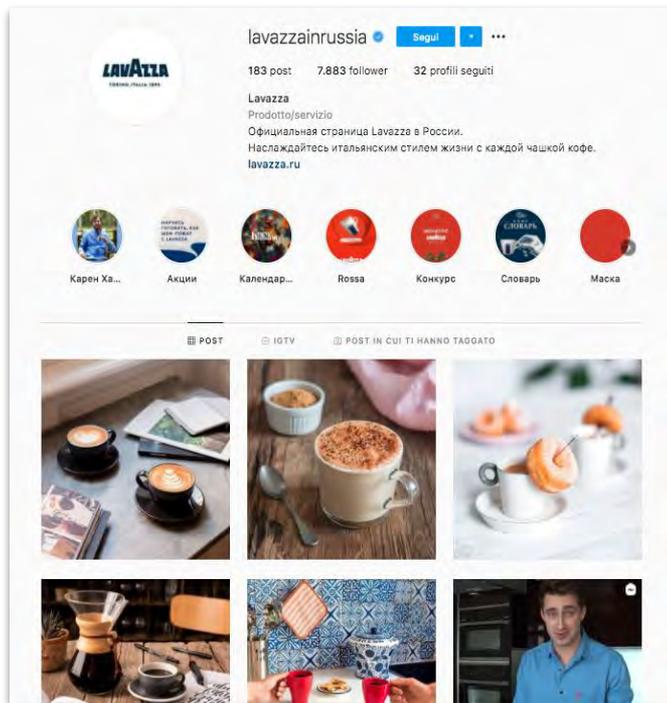


- VK è un social frequentato in larga parte da giovani, soprattutto **Millennials e Genzers**.
- Per questo motivo, la comunicazione sulla piattaforma deve essere **dinamica, accattivante e originale**.
- È consigliabile fare un ampio utilizzo di **video e contenuti grafici**, in modo da creare engagement e invogliare gli utenti all'acquisto.

Fonte: pagine VK di Epica e Sprite

INSTAGRAM

IL SOCIAL IN CRESCITA



Account Lavazza Russia

Instagram conta **60 milioni di utenti** in Russia.

Come utilizzare Instagram Russia in modo efficace:

- **Pagina in lingua russa**
Come alternativa, post in russo sponsorizzati “in dark”
- Utilizzo di **tutti i formati** (stories, IGTV, live streaming)
- **Contenuti più lunghi** e informativi
- **#Hashtag** in lingua russa
- **Community management** efficace
- **Influencer locali**
- **Shopping tag**

Fonte: Mediascope, Marzo 2020; elaborazione dati East Media

INSTAGRAM

CASE STUDY: LAVAZZA



Account Lavazza Russia



Account Instagram Lavazza Russia

- 7.869 follower
- Pagina in lingua russa
- **Contenuti:**
 - **promozione** dei prodotti,
 - **ricette** che prevedono l'uso del caffè,
 - **carousel**
 - **video**
- **Branded #hashtag** in lingua russa
- Durante il lockdown hanno fatto **real-time marketing** sfruttando l'hashtag #stayhome e cavalcando i **trend del momento**
- **Frequenza di pubblicazione:** pubblicano circa 1/2 volte a settimana

INSTAGRAM

BRAND ITALIANI



Account Raffaello Russia:
22.600 follower



Account Ferrero Rocher Russia:
77.800 follower

Account Raffaello Russia:

- 22.700 follower
- Pagina in **lingua russa**
- Ampio utilizzo dell'**influencer marketing**
- **#Hashtag** in lingua russa
- Lancio di un **filtro** con contest e un **premio** settimanale per il vincitore
- Lancio di un'**edizione limitata** per la primavera ("Каждая Особенная") e di un **contest**

Account Ferrero Rocher Russia:

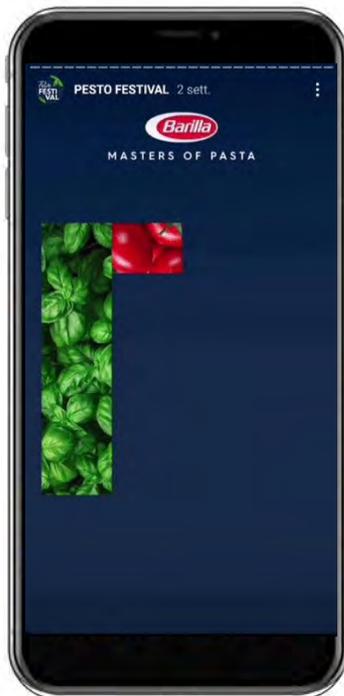
- 77.700 follower
- Pagina in **lingua russa**
- **Contenuti:** storytelling, quiz, domande
- Frequenza di pubblicazione: ogni 3/4 giorni
- Utilizzo di **tutti i formati** (stories, IGTV, quiz)

INSTAGRAM

BRAND ITALIANI



Account Mutti Russia: 1024 follower



Account Barilla Russia: 53.600 follower

Account Mutti Russia:

- 1.024 follower
- Pagina in lingua russa
- **Contenuti:** ricette (indicate nel copy), offerte, indovinelli, contest, presentazione dei prodotti nelle storie.
- **#Hashtag** in lingua russa
- **Frequenza di pubblicazione:** ogni 3/4 giorni

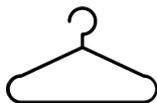
Account Barilla Russia:

- 53.600 follower
- Pagina in lingua russa
- Stories in evidenza con **ricette, concorsi, testimonial**
- Lancio di un **filtro** per il “Pesto Festival” e del **Calendario 2021** nelle storie

EAST MEDIA
SCENARIO DIGITALE
SETTORE FOOD IN RUSSIA
MOTORE DI RICERCA
SOCIAL NETWORK
INFLUENCER MARKETING
MARKETPLACE
ALIBABA.COM

SETTORI PIÙ APPREZZATI

In seguito ad un'analisi dei post sponsorizzati dai brand e pubblicati dagli Influencer, si è scoperto che i tre settori più apprezzati nell'Influencer Marketing sono: **moda, viaggi e fitness.**



1

Fashion



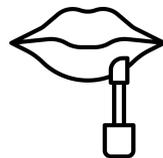
2

Travel



3

Fitness



4

Beauty



5

Arte



6

Parenting



7

Food



8

Musica



9

Interior
Design



10

Benessere

ESEMPI INFLUENCER IN RUSSIA



Anna Dzyuba: @dzyubaanna

- **Tipo contenuto:** food
- **Audience:** 31,8K follower su Instagram
- **Piattaforme utilizzate:** Instagram, blog personale
- Collabora con molti brand del settore Food&Beverage, di cui sponsorizza spesso i prodotti nei suoi post offrendo **codici sconto** per acquistarli.



Darya Kamalova: @thecablook

- **Tipo contenuto:** fashion e lifestyle
- **Audience:** 343K follower su Instagram
- **Piattaforme utilizzate:** Instagram, blog personale
- Ha recentemente collaborato con Barilla, sponsorizzandone i prodotti attraverso **post e contest nelle stories**.

INFLUENCER MARKETING

VINO

1. Brunello di Montalcino Castelgiocondo

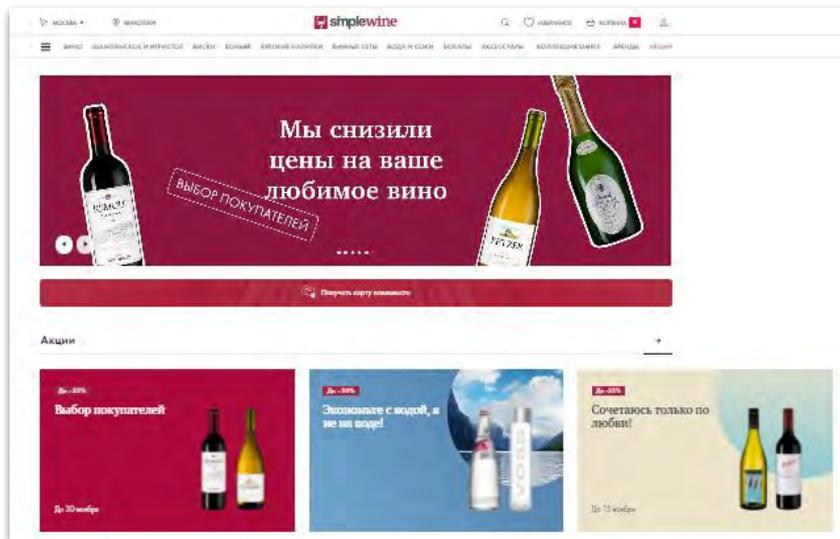


Шоу «Парфенон» Леонида Парфенова на YouTube

- Per contrastare il fenomeno dell'alcolismo, dal 2013 vige in Russia il **divieto di promuovere sui media** le bevande con gradazione alcolica superiore al 5%.
- I **siti web e le pagine social** non sono soggetti a tale divieto e **possono essere sfruttate per fare pubblicità e storytelling**.
- È possibile ricorrere a **Youtube**, che segue policy di altri Paesi e non vieta la promozione di alcolici, e agli **influencer**, che spesso riescono a fare pubblicità in modo discreto.
- Il giornalista e conduttore televisivo **Leonid Parfyonov**, ad esempio, inizia ogni puntata del suo show su Youtube degustando e descrivendo un buon vino.

CASE STUDY: SIMPLEWINE

L'IMPORTATORE N°1 DI VINI IN RUSSIA

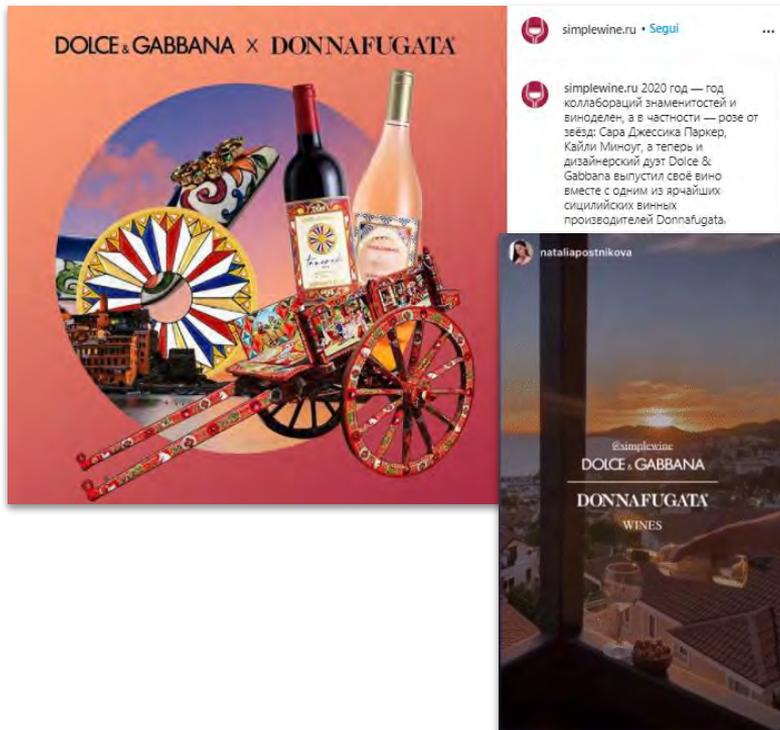


Fonte: sito simplewine.ru

- Il **Gruppo Simple** nasce nel 1994 ed è uno dei maggiori attori nel settore dei vini in Russia, nonché il **leader di mercato nell'importazione di vini italiani e grappa**.
- Il loro obiettivo è **costruire una “cultura del vino” in Russia**, valorizzando l'identità delle aziende produttrici e avviando partnership con le cantine.
- L'azienda possiede una **catena di enoteche (Simple Wine, con omonimo sito di e-commerce)**, centri di distribuzione e ristoranti.

CASE STUDY: SIMPLEWINE

L'IMPORTATORE N°1 DI VINI IN RUSSIA



Fonte: pagina instagram Simple Wine

- Il Gruppo Simple ha un portafoglio prodotti che include **marchi d'eccellenza** e un'**ampissima scelta di vini e distillati italiani**.
- Intercetta **le nuove tendenze** – dai vini rosati agli orange wine, dai vini biologici a quelli naturali – e riesce a parlare **di vino alle nuove generazioni**.
- I **social network** sono lo strumento più adatto per **divulgare informazioni** sul mondo del vino e **promuovere eventi e brand in modo originale**.

CASE STUDY: SIMPLEWINE

L'IMPORTATORE N°1 DI VINI IN RUSSIA



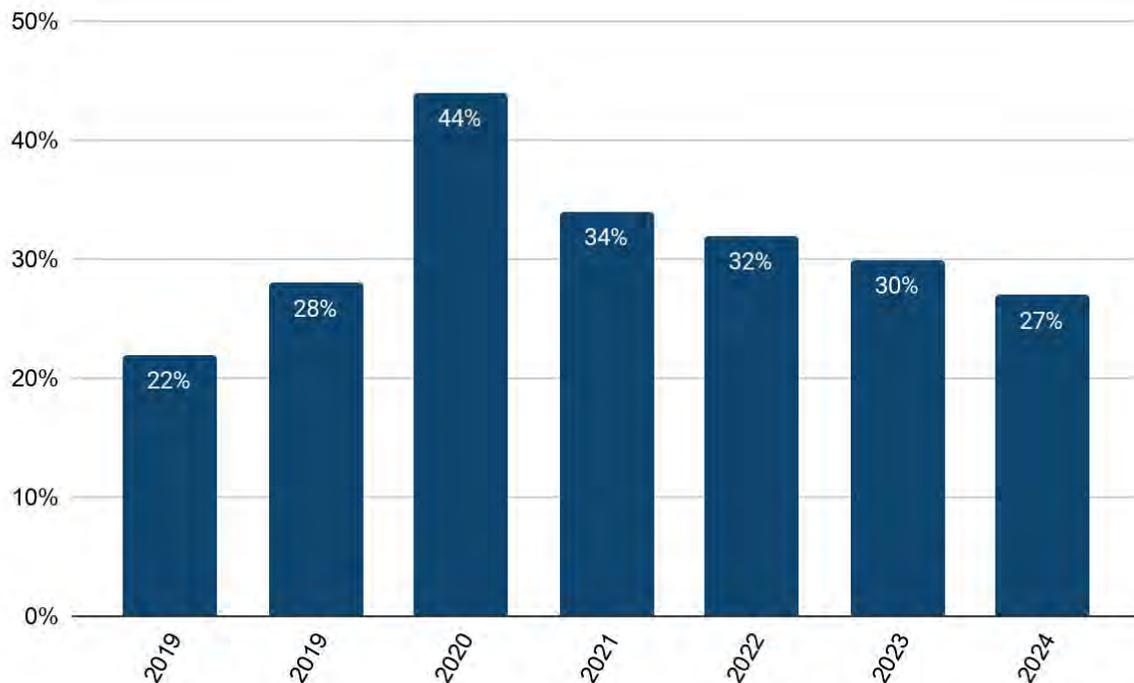
Nika Viper @nika_viper

- 5,3 milioni di follower
- **Tipo di contenuti:** video comici, lifestyle, collaborazioni
- **Frequenza di pubblicazione:** ogni giorno
- Ha recentemente collaborato con **Simple Wine**, sponsorizzando i vini selezionati dal Gruppo e **incentivando le vendite in modo alternativo**, attraverso contest, stories e una “caccia al tesoro” virtuale.

EAST MEDIA
SCENARIO DIGITALE
SETTORE FOOD IN RUSSIA
MOTORE DI RICERCA
SOCIAL NETWORK
INFLUENCER MARKETING
MARKETPLACE
ALIBABA.COM

COMMERCIO ONLINE IN RUSSIA

IL MERCATO DELL'ECOMMERCE: PREVISIONI DI CRESCITA



Fonte: Data Insight, Luglio 2020

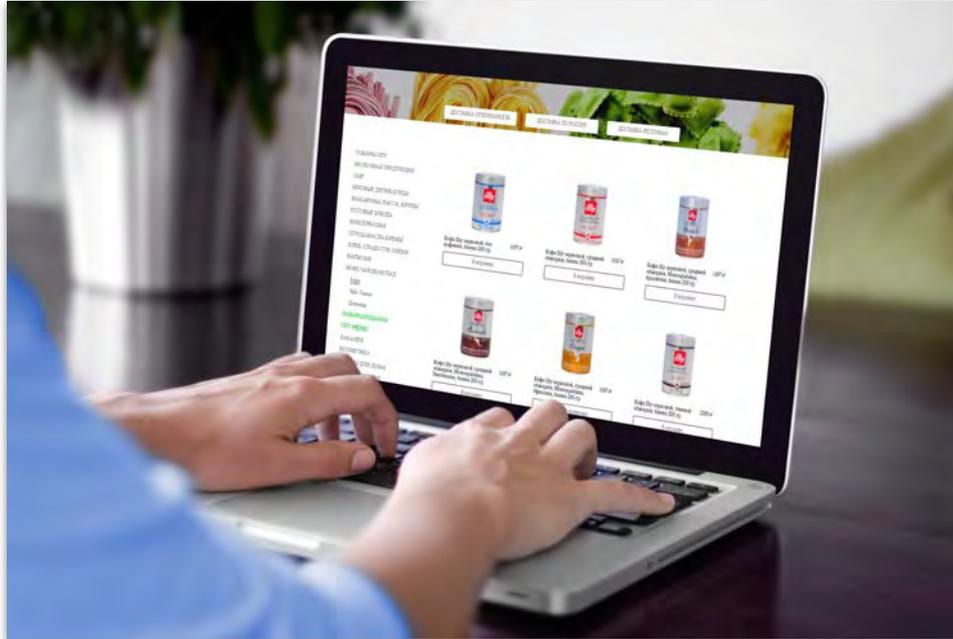
E-COMMERCE IN RUSSIA

LOCALE VS. CROSS-BORDER



- Il numero di utenti russi interessati ad acquistare **prodotti internazionali direttamente dall'estero** sta crescendo ogni anno.
- A fine 2020 l'**e-commerce è cresciuto del 44% fino a 32 miliardi di euro** (2,93 trilioni di rubli):
 - **21% di commercio cross-border**
 - **79% di commercio domestico**

SHOPPING ONLINE DI PRODOTTI ALIMENTARI

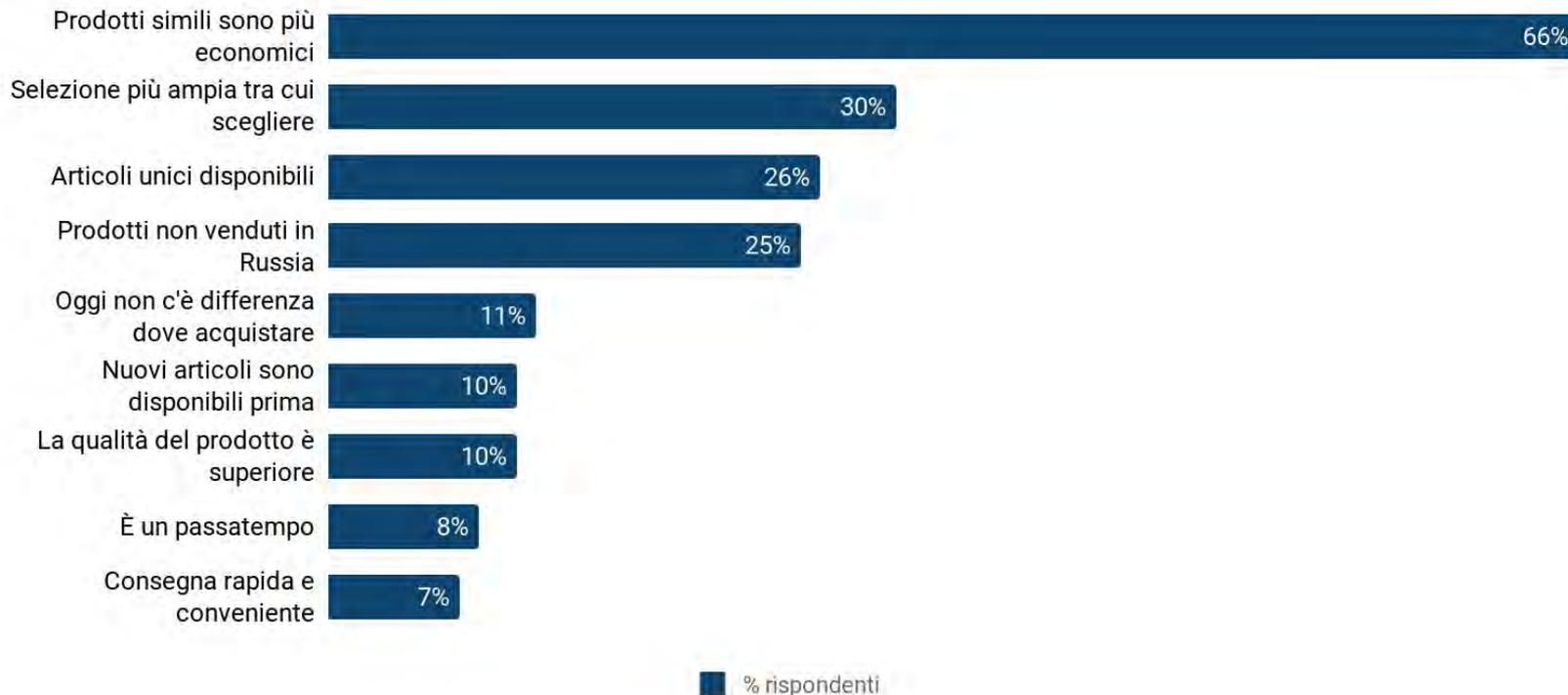


Fonte: e-commerce eataly.ru

- Nel 2019, il settore alimentare ha fatturato **1,5 miliardi di euro**.
- A causa del Coronavirus e della chiusura dei punti vendita offline in Russia, lo shopping online di prodotti alimentari è cresciuto dell'**81%** a partire da **marzo 2020** portando avanti un trend in crescita iniziato lo scorso anno.
- Per le aziende del Made In Italy questa situazione non può che essere un'opportunità per investire su **piattaforme e-commerce locali**.

Fonte: Nielsen

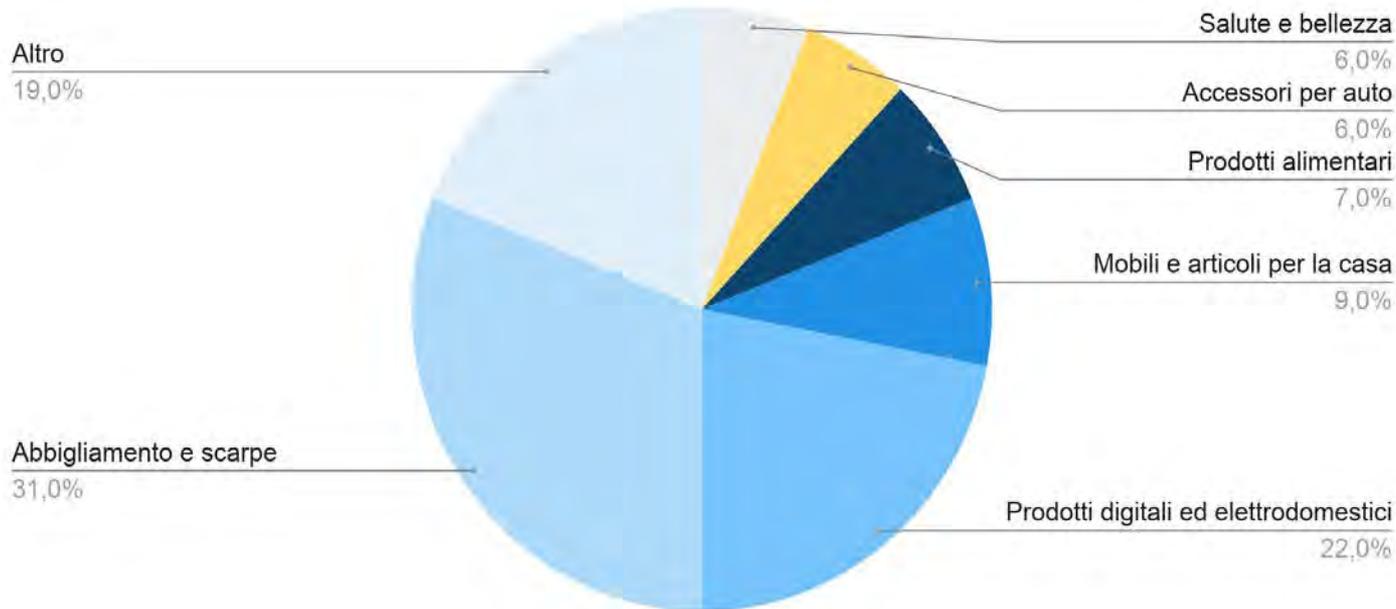
COSA GUIDA CROSS-BORDER IN RUSSIA?



Fonte: GfK, Settembre 2019

PRODOTTI PER IL CROSS-BORDER

PERCENTUALE PER CATEGORIA



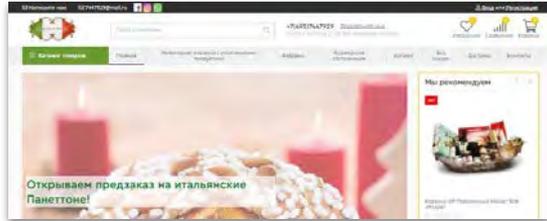
Fonte: AKIT, Ottobre 2020

QUALE CANALE DI VENDITA? - FOOD

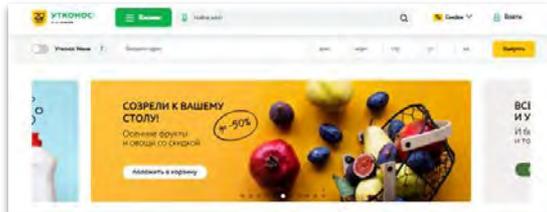
Marketplace specializzati



Eataly.ru

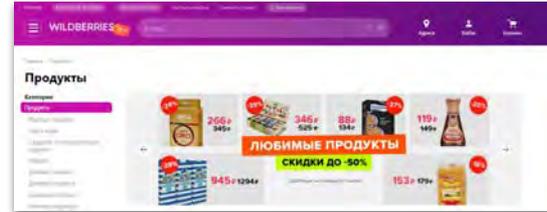


Supermarketitaly.ru

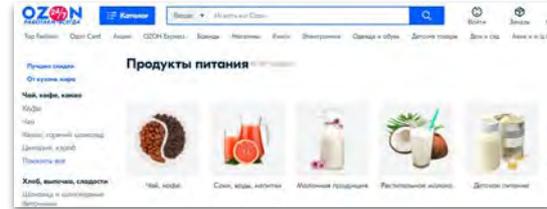


Utkonos.ru

Marketplace generalisti



WildBerries.ru



Ozon.ru



Beru.ru

CHE COS'È OZON?



Fonte: Ozon, novembre 2020

Ozon è il **primo marketplace locale a supporto del cross-border** in Russia.

Ozon in numeri:

- **1998** - fondazione dalla software house Reksoft
- **+142%** - crescita YoY nei primi 9 mesi del 2020
- **> 9.000.000** di articoli a magazzino suddivisi in **24 categorie di prodotti**
- **> 7,3 milioni di acquirenti** unici all'anno
- **> 30.000.000** di ordini all'anno
- **> 18.000** commercianti attivi su Ozon Marketplace
- Centri di completamento degli ordini che raggiungono i **200.000 m²** di superficie

SCEGLIERE I PRODOTTI GIUSTI

PRODOTTI ALIMENTARI SU MARKETPLACE

Prodotti permessi su marketplace domestico:

- Olio
- Salse
- Spezie
- Pane
- Dolci
- Snack
- Tè
- Caffè
- Cacao
- Pasta
- Cereali
- Farina
- Succhi di frutta
- Acqua
- Bevande
- Verdura
- Frutta
- Surgelati
- Latticini
- Uova
- Carne
- Pesce

Prodotti vietati per cross-border:

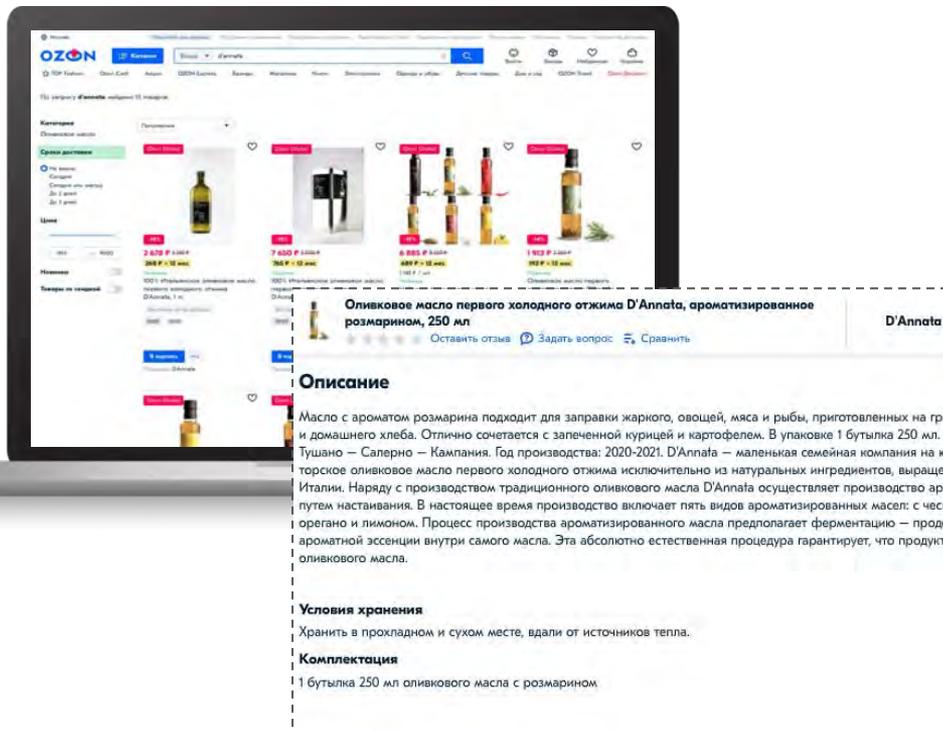
- Alcolici
- Semi e piante
- Caffè in grani
- Tè
- Carne
- Salumi
- Prosciutti
- Formaggio
- Alimentari velocemente deperibili
- Altri prodotti alimentari vietati per l'importazione a causa dell'embargo

Prodotti alimentari permessi:

- Pasta
- Biscotti
- Pasticceria a lunga scadenza
- Salse
- Olio d'oliva
- Caffè in capsule o macinato

OZON

CATEGORIE DI PRODOTTI



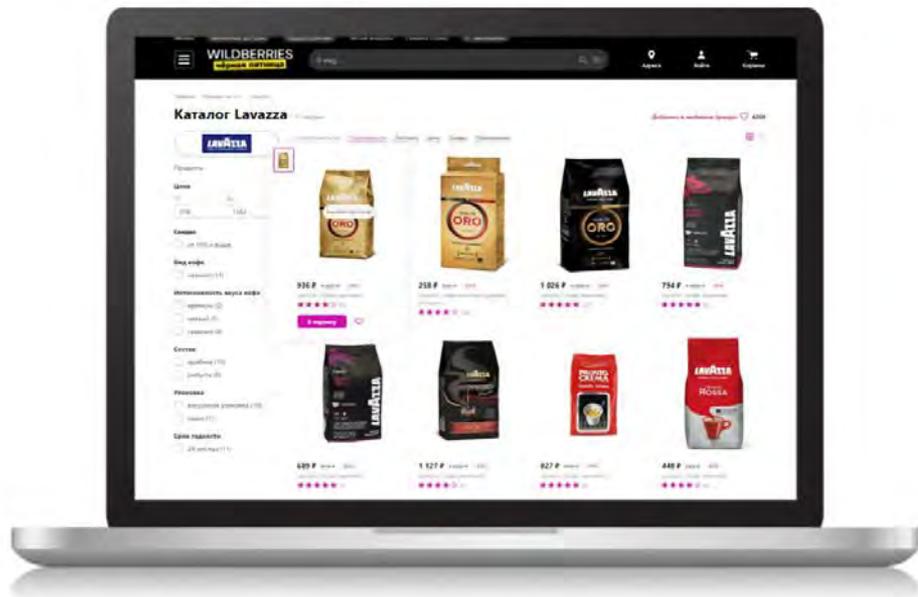
Prodotti D'Annata su Ozon.ru
Fonte: Ozon, Marzo 2021

Account Ozon D'Annata

Schede prodotto con:

- immagini accattivanti,
- descrizione in **lingua russa** dettagliata
- promozione per determinati prodotti.

CHE COS'È WILDBERRIES?



Fonte: Sito web e profilo Instagram di Wildberries, novembre 2020

Leader indiscusso per le vendite online, **WildBerries** è il principale marketplace generalista russo, con:

- un volume di vendite pari a **223,5 miliardi di rubli** nel 2019
- **60.000 brand di vario ordine merceologico** presenti sulla piattaforma
- **consegne efficienti**

Wildberries vende in **Russia, Bielorussia, Kazakistan, Kirghizistan, Armenia, Polonia, Slovacchia e Ucraina** e sta puntando a espandersi in **Europa**.

Tra i punti di forza di Wildberries si possono citare:

- la **consegna a domicilio** (anche in giornata)
- la possibilità di ritiro attraverso dei **pick up point**

dell

CONCLUSIONI GENERALI

MARKETING DIGITALE E PIATTAFORME E-COMMERCE IN RUSSIA

OPPORTUNITÀ

- **Elevata** penetrazione di Internet con un'ampia quota di utilizzo dei **dispositivi mobile**
- Varie opportunità di **pubblicità tramite Yandex** per aumentare la **notorietà del marchio** e le **conversioni**
- **Elevata penetrazione** dei social network con opportunità di raggiungere un'audience molto ampia
- **Influencer marketing** come strategia per farsi conoscere sul mercato
- Mercato del **commercio online in crescita**, con possibilità di vendita sui marketplaces locali più popolari (**boom post Covid per il Food**)
- Forte interesse per la **cucina italiana e i brand Made in Italy**

SFIDE

- **Politica sanzionatoria** che non permette la vendita di alcune categorie di prodotti alimentari
- **Divieti** sull'adv di bevande alcoliche
- **Basso livello di conoscenza** della lingua inglese e di altre lingue straniere
- **Necessità di localizzare l'offerta** per soddisfare i gusti dei consumatori locali
- **Differenze culturali** nel marketing e negli e-commerce
- Controllo dei **motori di ricerca e dei social network locali**

EAST MEDIA
SCENARIO DIGITALE
SETTORE FOOD IN RUSSIA
MOTORE DI RICERCA
SOCIAL NETWORK
INFLUENCER MARKETING
MARKETPLACE
ALIBABA.COM

PARTNER PER L'EXPORT DIGITALE

East Media è **certificata ufficialmente** da **Alibaba Group** come:

- **Unico Trade Partner italiano** con sede cinese.
Ciò consente anche alle società prive di una presenza fisica in Cina di potersi posizionare su Tmall e Tmall Global e vendere online ai consumatori Oltre Muraglia.



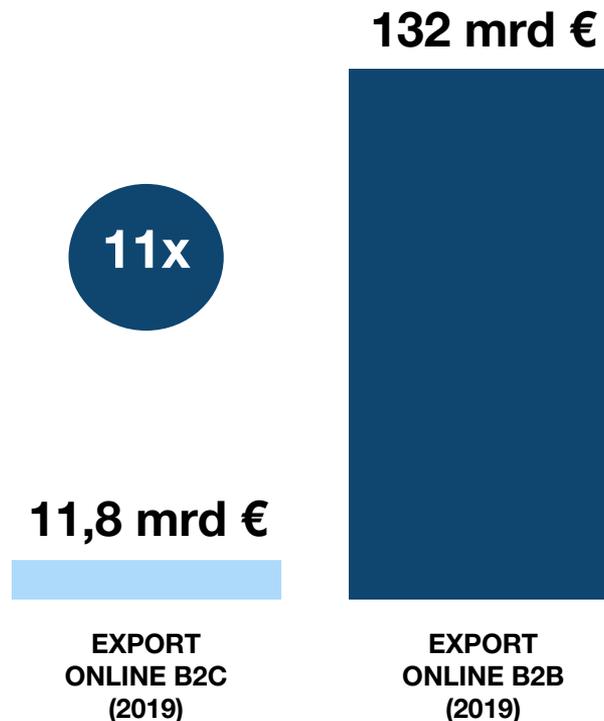
- **Service Provider** in Italia.
Questo permette alle aziende B2B di avere un partner qualificato che le aiuti a inserirsi e a trovare buyer internazionali sulla piattaforma Alibaba.com.



EXPORT ONLINE B2B

Nel 2019 l'export online B2B ha generato il **28% di tutto l'export italiano**.

Il suo fatturato è stato **11 volte** quello dell'export B2C.



E-COMMERCE B2B IN RUSSIA



E-COMMERCE RUSSIA

- I confini russi sono chiusi e gli **e-commerce B2B** sono la soluzione per restare in contatto con **buyer** e **distributori** o trovarne di **nuovi**.
- Gli **utenti russi**, fortemente digitalizzati, usano molto le **piattaforme B2B** per **acquistare** merce e prodotti.

VENDERE B2B IN RUSSIA

OPPORTUNITÀ

- Possibilità di vendere **prodotti non permessi** in **cross-border**, come:
 - Alcolici
 - Semi e piante
 - Caffè in grani e tè
 - Prodotti surgelati e deperibili
- Trovare **buyer** e **distributori** più facilmente
- Tenere i **contatti** in Russia, dato che il Paese è chiuso
- Fare “**un'analisi**” della vendibilità dei propri prodotti in Russia

SFIDE

- **Politica anti sanzionatoria** che non permette la vendita di alcune categorie di prodotti alimentari
- Certificazione **EAC**
- Trovare il giusto **partner logistico**

PIATTAFORME DIGITALI PER IL B2B



COSA SONO?

Piattaforme dove aziende e buyer si incontrano online. Un mix fra marketplace B2C e fiere virtuali.

COME FUNZIONANO?

- I **fornitori** caricano i propri prodotti con relative informazioni, presentano la propria azienda e ricercano buyer interessati.
- I **buyer** cercano tramite keyword ciò che desiderano acquistare, scoprono l'offerta dei diversi fornitori ed entrano in trattativa con essi.

PRINCIPALI PIATTAFORME B2B



ALIBABA GROUP

Marketplace B2C

LAZADA
Effortless Shopping

天猫国际
TMALL GLOBAL

淘宝网
Taobao.com

AliExpress

天猫
TMALL.COM

Marketplace B2B

阿里巴巴
Alibaba.com

Digital media

新浪微博
weibo.com

YOUKU 优酷

DingTalk

菜鸟
CAI NIAO

Logistica

阿里妈妈
Alimama.com

Servizi di marketing e gestioni dati

支付宝
ALIPAY

Pagamenti

Alibaba Cloud

Cloud computing



Alibaba Group è un'azienda tech fondata da **Jack Ma** nel 1999 ad Hangzhou, in Cina.

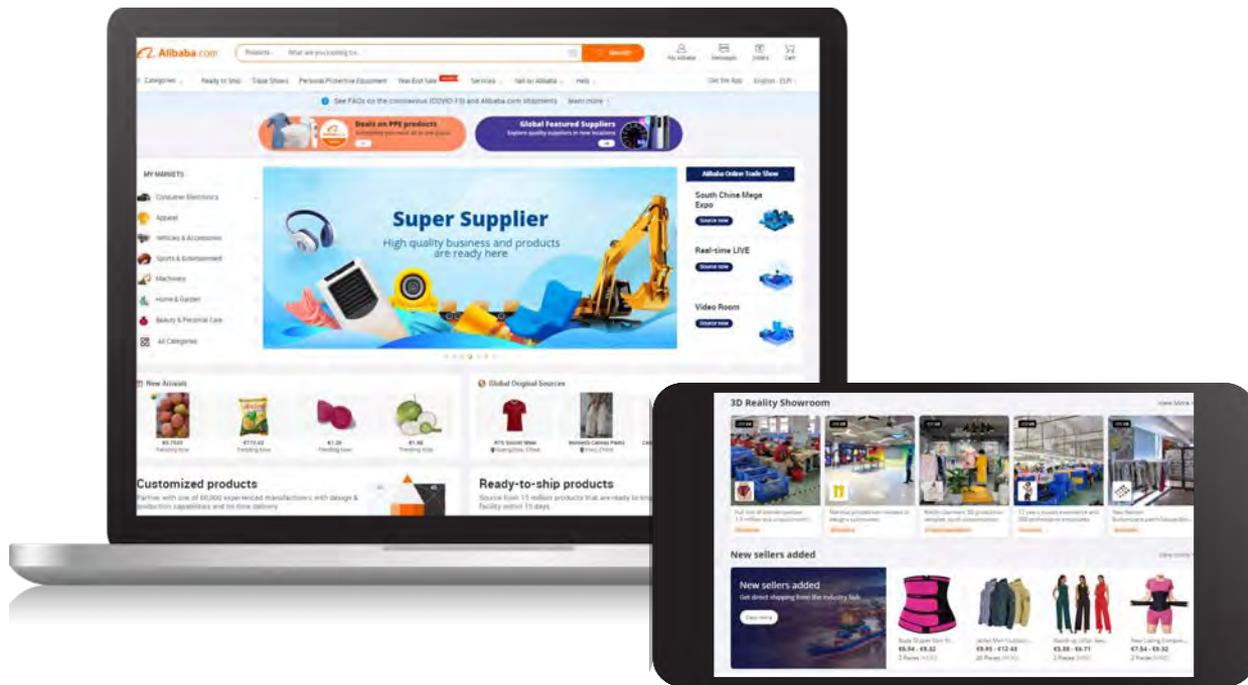
Il suo obiettivo è quello di agevolare il **business nell'era digitale** offrendo svariati tipi di servizi alle aziende e ai consumatori.



CLICCA PLAY PER VEDERE IL VIDEO



LA FIERA ONLINE PIÙ GRANDE AL MONDO



L'OPPORTUNITA' ALIBABA.COM



La più grande
piattaforma online
per le vendite **B2B**.



Un luogo per stringere
relazioni **con partner**
di **tutto il mondo**.



Una **fiera permanente**,
aperta 24 ore su 24,
365 giorni all'anno.



Un **business booster**
e un **alleato nell'analisi**
del mercato.



ALIBABA.COM IN CIFRE



26+ milioni

di buyer attivi ogni mese



190+

Paesi e regioni rappresentati



340.171

richieste giornaliere di prodotti



40+

settori rappresentati



16

lingue disponibili



SETTORI PIÙ RICHIESTI SU ALIBABA.COM



**Food
& beverage**



**Minerali
e metallurgia**



**Tessuto
e tessile grezzo**



**Beauty
e personal care**



Agricoltura



**Edilizia
e real estate**



**Veicoli
e accessori**



Abbigliamento



**Macchinari
e servizi
di fabbricazione**



**Gomma
e plastica**



Mobili



Valigie e borse

Fonte: Alibaba Group

TOP 20 PAESI BUYER SU ALIBABA.COM

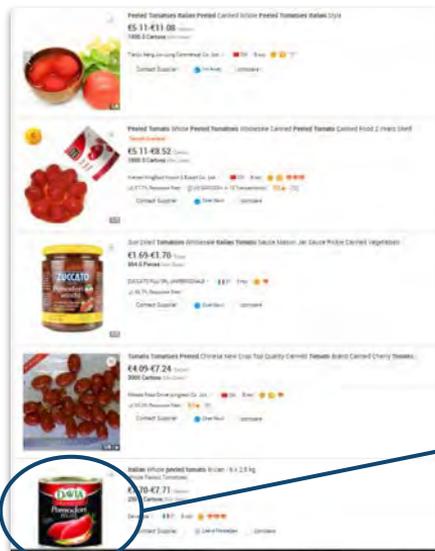
1		USA	11		Italia
2		India	12		Francia
3		Canada	13		Germania
4		Brasile	14		Indonesia
5		Australia	15		Arabia Saudita
6		UK	16		Filippine
7		Russia	17		Spagna
8		Turchia	18		Malesia
9		Pakistan	19		Perù
10		Messico	20		Thailandia

COME FUNZIONA ALIBABA.COM

1) Ricerca di un prodotto



2) Risultati di ricerca



4) Minisito e profilo aziendale



3) Pagina prodotto



5) Richiesta al fornitore



COME PROMUOVERSI SU ALIBABA.COM

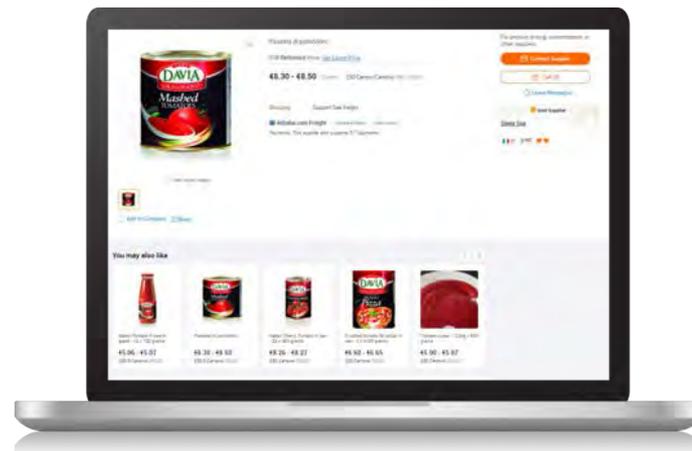
Per avere successo sulla piattaforma è importante **presentare al meglio la propria azienda** tramite il **minisito** e il **profilo aziendale**, così come curare ogni aspetto delle **pagine prodotto**.



Minisito e profilo aziendale

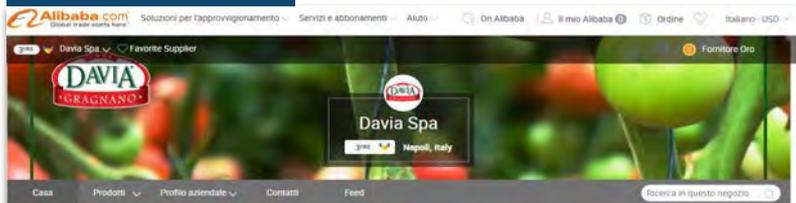


Pagine prodotto



MINISITO E PROFILO AZIENDALE

Homepage minisito



Sezione profilo aziendale



Sezione profilo aziendale

Davia Spa
Napoli, Italy

Casa | Prodotti | Profilo aziendale | Contatti | Feed

3 yrs Davia Spa

Azienda Farmaceutica

- Selected Products
- Capacità di produzione
- Capacità di R & S
- Commercio Capacità
- Le Prestazioni di Business

Descrizione: Davia è un possidente di trasformazione società di che funziona in questo campo con competenza ed esperienza grazie per la qualità del prodotto i processi che sono stati accuratamente stabiliti nel pieno rispetto della natura per diversi anni. Utilizza anche sistemi di coltivazione in serra convenzionale e organico, di fine di salvaguardare la qualità e la gestione di prodotti della terra.

Indice delle prestazioni online del fornitore

Le opinioni di:
Risposta Time: ★★★★
Ritardo: ★★★★

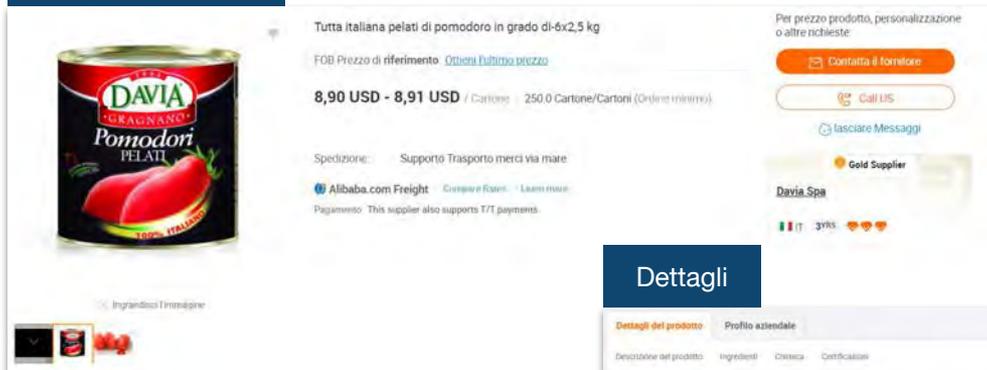
Business Type	Supplier, Distributor / Grossista	Paese / Regione	Napoli, Italy
Prodotti principali	Intero ortico di pomodoro, Tomate di riproduzione, Pomodoro senza Conservante di Pomodoro di semipasta	Totale dei dipendenti	11 - 50 Pagine
Entrate totali annue	US\$ 10 Milioni - US\$50 Milioni	Anno di fondazione	2010
Certificazioni(4)	BRC, Auditor certificate ISO9001, IFS	Certificazioni di prodotto	

Fonte: Alibaba.com

- Il minisito e il profilo aziendale costituiscono il **biglietto da visita** delle aziende su Alibaba.com.
- Le **informazioni** pubblicate devono essere sempre **complete** e **aggiornate**.
- Le **foto** e i **video** utilizzati devono essere di **alta qualità** per presentarsi al meglio ai buyer.

PAGINE PRODOTTO

Scheda sintetica



Tutta italiana pelati di pomodoro in grado di-6x2,5 kg

FOB Prezzo di riferimento [Ottieni l'ultimo prezzo](#)

8,90 USD - 8,91 USD / Cartone : 250.0 Cartone/Cartoni (Ordine minimo)

Spedizione: Supporto Trasporto merci via mare

[Alibaba.com Freight](#) [Conferma FOB](#) [Lascia messaggio](#)

Pagamento: This supplier also supports T/T payments

Per prezzo prodotto, personalizzazione o altre richieste:

[Contatta il fornitore](#)

[Call US](#)

[Lascia Messaggi](#)

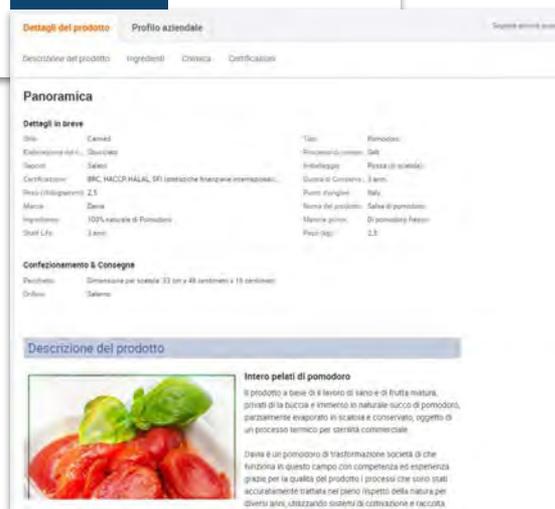
Gold Supplier

Davia Spa

IT 3YRS

Ingrandisci l'immagine

Dettagli



Dettagli del prodotto | Profilo aziendale

Descrizione del prodotto | Ingredienti | Classica | Certificazioni

Panoramica

Dettagli in breve

Stile:	Classico	Tipo:	Elaborato
Esibizione del c.:	Suociale	Protezione/umore:	Salt
Sapore:	Salato	Indicazioni:	Porzione di scatoletta
Certificazioni:	SRF HACCP HALAL, SO (certificazioni internazionali...)	Quantità Conserva:	3 anni
Stato di sviluppo:	ZS	Punti di origine:	Italy
Marca:	Davia	Nome del prodotto:	Salva il pomodoro
Ingredienti:	100% naturale di Pomodoro	Materie prime:	Di pomodoro e peperoni
Shelf Life:	3 anni	Peso netto:	2.5

Confezionamento & Consegna

Prodotto: Dimensione per scatola 33 cm x 48 centimetri x 18 centimetri

Orificio: Salato

Descrizione del prodotto

Intero pelati di pomodoro

Il prodotto a base di lavorazione di siero di frutta matura, privo di buccia e nocciolo in naturale succo di pomodoro, parzialmente evaporato in scatola e conservato, oggetto di un processo termico per sterilità commerciale.

Davia è un'azienda di trasformazione specializzata che funziona in questo campo con competenza ed esperienza grazie per la qualità del prodotto il processo che sono stati accuratamente trattati nel pieno rispetto della natura per diversi anni, utilizzando sistemi di cottura e raccolta



Fonte: [Alibaba.com](#)

- Anche il **titolo** e la **scheda prodotto** vanno ottimizzati per ottenere un **buon posizionamento** nei risultati di Alibaba.com.
- Per alzare il **punteggio** assegnato al prodotto dalla piattaforma è necessario inserire **informazioni dettagliate** in ogni sezione.
- Come per il minisito, gli **elementi visual di alta qualità** assicurano un risultato ottimale.

COME AVVIARE IL BUSINESS SU ALIBABA.COM



Creare lo **store online** sulla piattaforma



Caricare i **prodotti** e **ottimizzarli**



Stabilire il **contatto** con i **potenziali buyer**



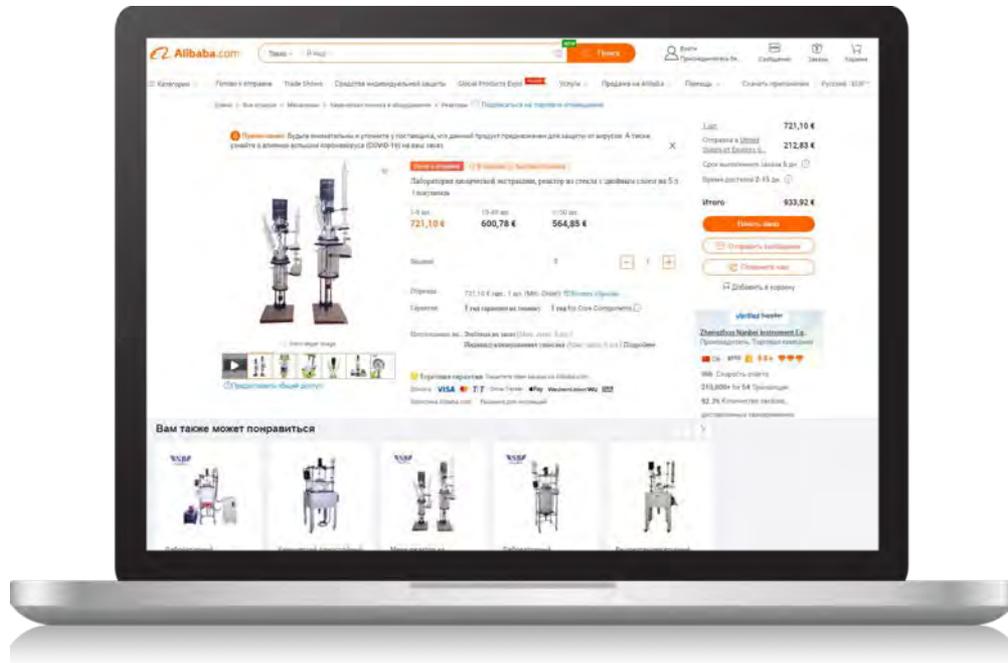
Richieste di prodotti (Inquiry)



Richieste di preventivo (RFQ)



TRADUZIONE VERSO IL RUSSO

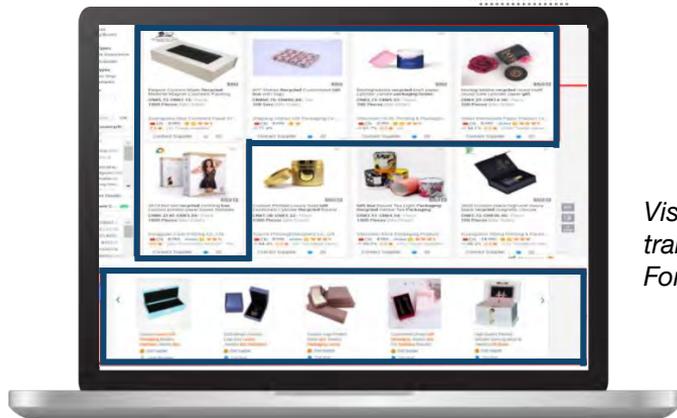


- Come **step successivo** all'utilizzo del traduttore automatico di Alibaba.com è sempre consigliabile effettuare una **revisione della traduzione**.
- In questa fase, oltre all'**editing** ove necessario, si può anche avviare un processo di **ottimizzazione SEO delle schede prodotto** in modo che siano meglio indicizzate sulla piattaforma.
- È consigliabile ottimizzare la **traduzione** del **minisito** e del **profilo aziendale** per rendere più agevole la navigazione dei buyer.

*Esempio di scheda prodotto tradotta in russo.
Fonte: Alibaba.com*

TARGETTIZZARE I BUYER RUSSI

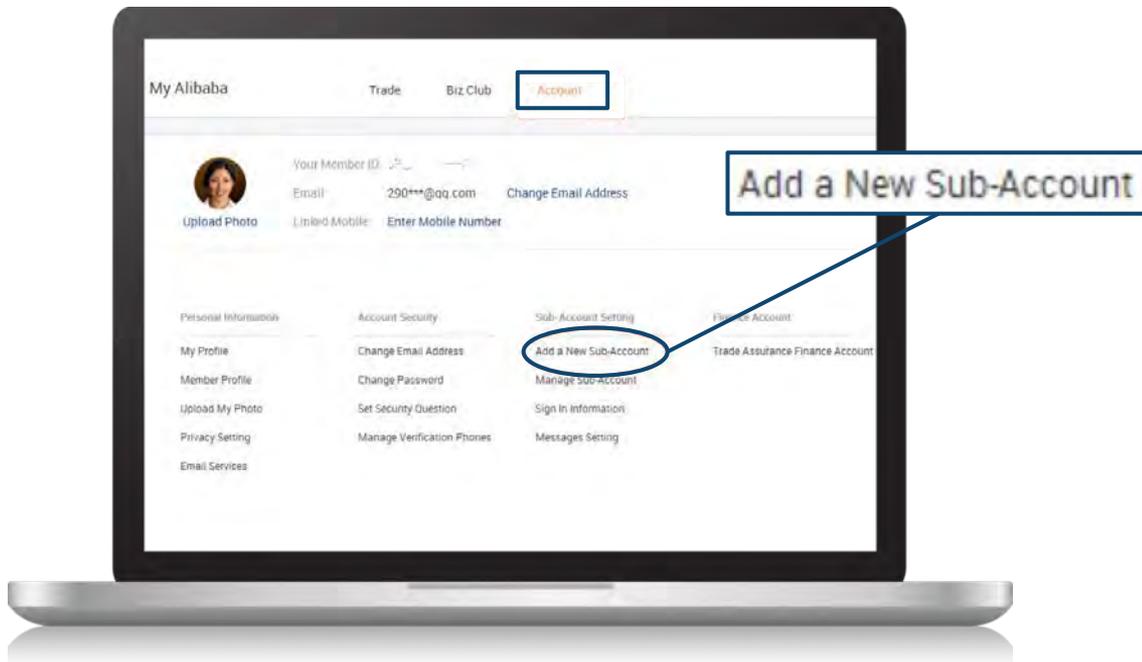
TRAMITE IL KEYWORD ADVERTISING



*Visualizzazione di contenuti sponsorizzati
tramite KWA su Alibaba.com.
Fonte: Alibaba.cm*

- Sebbene Alibaba.com sia a tutti gli effetti una **piattaforma globale**, è possibile utilizzarla anche con un **focus su una specifica area geografica**.
- Il **Keyword Advertising** (strumento per fare adv in modalità PPC su Alibaba.com) può essere concentrato su uno specifico Paese, come per esempio la **Russia**.
- Ciò significa che l'azienda spenderà fondi adv solo per **raggiungere i buyer russi**.

UTILIZZO DI SUB-ACCOUNT



Fonte: Alibaba.com

- Nel caso in cui un'azienda disponga già di un **distributore dedicato al mercato russo**, si può comunque utilizzare la piattaforma.
- Alibaba.com permette, infatti, la **creazione di un sub-account** all'interno dell'account principale dell'azienda.
- Tutti i **messaggi e le richieste** provenienti da **buyer russi** verranno automaticamente indirizzati su questo sub-account, il quale sarà **gestito direttamente dal distributore**.

ROAD MAP DEL PRIMO ANNO SU ALIBABA.COM

Primo mese: ONBOARDING



FOCUS:

- Definire l'aspetto del **minisito**
- Completare il **profilo aziendale**
- Pubblicare almeno **15 prodotti**

Durante l'anno: GESTIONE E OTTIMIZZAZIONE



FOCUS:

- Aumentare il **numero di prodotti**
- Impostare il **Keyword Advertising**
- Aumentare lo **Star rating**

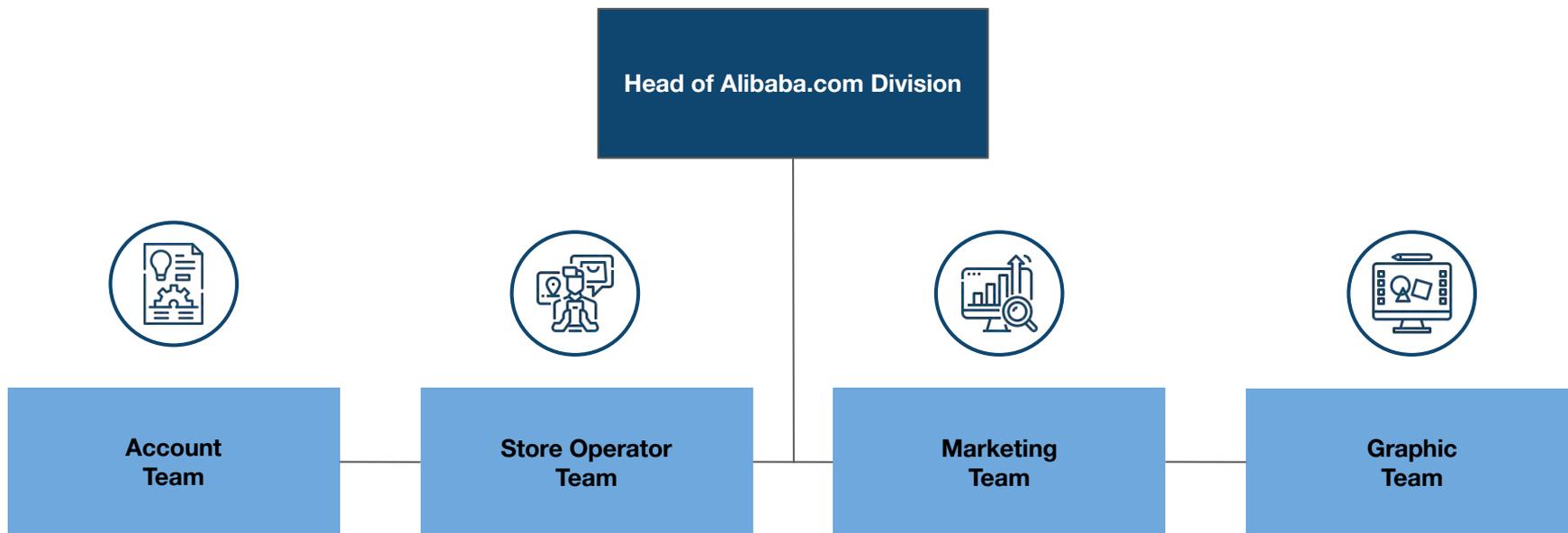
Durante l'anno: TRATTATIVE E CHIUSURA ORDINI



FOCUS:

- Rispondere ai **messaggi dei buyer** e alle **richieste di preventivo**
- Creare una rete di **contatti utili**

UN TEAM AL SERVIZIO DEL TUO EXPORT



RICERCHE SETTORIALI SCARICABILI

RUSSIA



Clicca sull'**immagine** della ricerca settoriale che vuoi consultare e scaricala tramite il **link** al quale sarai reindirizzato!

RICERCHE SETTORIALI SCARICABILI

ALIBABA.COM



IL SETTORE DELL'AGROALIMENTARE

ANALISI DI MERCATO
IN ITALIA E SU ALIBABA.COM

FAST MEDIA B2B



IL SETTORE VITIVINICOLO

ANALISI DI MERCATO
IN ITALIA E SU ALIBABA.COM

FAST MEDIA B2B



Clicca sull'**immagine** della ricerca settoriale che vuoi consultare e scaricala tramite il **link** al quale sarai reindirizzato!

GRAZIE

Ksenia Tsareva

k.tsareva@east-media.net

Business Development Russia

Gianni Valerio

g.valerio@east-media.net

E-commerce Specialist

seguiteci su:

