



La svolta  
**ADEST**  
del tuo business



Ass. Italeurasia Promonetwork

# **La svolta ad Est del tuo business**

*L'Eurasia è un nemico solo per chi  
segue gli ordini di Washington.*

*Per gli imprenditori lungimiranti (e  
anche per le piccole attività) è la più  
grande occasione del secolo.*

**Italeurasia Promonetwork**

*Copyright © 2026 Ass. "Italeurasia Promonetwork"*

*Tutti i diritti riservati*

# *Indice*

PARTE I. L'Illusione occidentale.....	4
Casi studio: il metodo del successo.....	9
Il muro dell'Est.....	17
Il digitale ad Est .....	22
Lo Stato è il tuo unico socio reale .....	28
Dazi, dogane e sanzioni .....	34
PARTE II: Il Metodo Italeurasia.....	40
Il network della credibilità .....	41
Eurasia News TV .....	46
Il valore degli accreditati.....	52
Strategia di comunicazione integrata.....	58
Il libro aziendale come sigillo .....	66
Il Media Kit dell'autorità eurasiatica .....	73
Il momento della scelta.....	84

# **PARTE I. L'ILLUSIONE OCCIDENTALE**

*A cura di Gianfranco Vestuto  
Presidente Ass. Italeurasia Promonetwork*

Mentre scrivo queste righe le televisioni generaliste e i grandi quotidiani nazionali continuano a propinarti la stessa, logora narrazione. L'Occidente è il faro del mondo, la Russia è isolata e il futuro dell'economia si decide tra Bruxelles e Washington.

Permettami di essere brutale: **ti stanno mentendo.**

Se sei qui, è perché hai avvertito quel brivido di incertezza che coglie chi vede il proprio fatturato ristagnare mentre i costi energetici esplodono. Sei qui perché hai capito che le sanzioni, sbandierate come uno strumento di pressione politica, si sono rivelate il più clamoroso suicidio economico della storia moderna italiana.

### ***IL GRANDE INGANNO DEL "MONDO ISOLATO"***

Ti hanno raccontato che, a causa del **conflitto** in corso, la Russia sarebbe diventata un "paria" internazionale.

Ma basta uscire dal raccordo anulare di Roma o dagli uffici dell'Unione Europea per vedere una realtà diametralmente opposta.

**Noi alziamo muri e ci chiudiamo in un protezionismo ideologico che ci sta impoverendo.** E il resto del pianeta si sta stringendo la mano.

L'Eurasia non è un concetto geografico

polveroso da libri di scuola ma è il cuore pulsante del nuovo ordine mondiale. È il ponte che unisce Mosca a Pechino, passando per le praterie inarrestabili del Kazakistan e le città in pieno boom dell'Uzbekistan.

Questo immenso blocco, che oggi trova la sua massima espressione nei **BRICS+**, ha già superato il G7 per potere d'acquisto.

Ecco la domanda su cui dovresti riflettere, anziché pensare che la Russia non è mercato etico: **la tua azienda può permettersi davvero di ignorare il mercato che sta dominando il secolo?**

### ***SANZIONI: IL BOOMERANG CHE HA COLPITO L'ITALIA***

Parliamoci chiaramente. **Sono un giornalista che frequenta i palazzi del potere e le Ambasciate da anni.** E ti dico che le sanzioni non hanno fermato l'economia russa. Hanno semplicemente sostituito i fornitori.

Dove prima c'era il mobile di design brianzolo, ora c'è il lusso locale o asiatico. Dove c'era la tecnologia tedesca, ora c'è quella cinese o indiana.

**L'Italia, che per decenni è stata il partner privilegiato di quest'area, sta regalando quote di mercato incalcolabili a**

## **competitor che non vedevano l'ora di metterci fuori dai giochi.**

Essere "allineati" a certe decisioni transatlantiche ha un costo. E quel costo lo state pagando voi: piccoli e medi imprenditori che vedete i vostri container fermi in dogana e i vostri pagamenti bloccati da un sistema bancario che ha deciso di sostituire la finanza con una politica assurda.

### **PERCHÉ "EURASIA" È LA PAROLA CHIAVE?**

Dimentica i confini per come ti sono stati raccontati.

L'Eurasia è un ecosistema integrato. Se la Russia è il perno energetico e strategico, i Paesi limitrofi sono i polmoni commerciali. In Kazakistan e Uzbekistan si respira l'aria che si respirava nell'Italia degli anni '60. **C'è tanta voglia di fare, ci sono capitali che circolano e infrastrutture che nascono dal nulla.**

Ma c'è un problema. Non puoi andarci con la mentalità "coloniale" occidentale. Non puoi pensare che per vendere sia sufficiente un post su Facebook (che là non usa quasi nessuno per fare affari) o un sito tradotto male con Google.

## **IL PASSAGGIO DA NEMICO A OPPORTUNITÀ**

Quelli che oggi vengono dipinti come "nemici" sono, in realtà, i tuoi migliori potenziali clienti.

**Hanno fame di Made in Italy, hanno rispetto per la nostra storia industriale e, soprattutto, hanno la liquidità per pagare.**

Il mio compito (e il motivo per cui sto mettendo la mia faccia e i miei accrediti istituzionali in questa guida) è portarti oltre il muro e oltre la propaganda. In questo conflitto, dunque, l'unica vera sconfitta sarebbe la chiusura della tua attività per eccesso di "obbedienza".

L'Eurasia non è il futuro. È il presente che sta accadendo mentre tu sei impegnato a guardare nella direzione sbagliata. È ora di girare la testa. È l'ora della svolta.

# CASI STUDIO: IL METODO DEL SUCCESSO

Per capire **come muoversi oggi nell'area eurasiatica** non devi guardare i talk show pomeridiani.

Devi guardare **i bilanci delle aziende che hanno deciso di non suicidarsi in nome del "politicamente corretto"**.

Mentre la narrazione mainstream parla di "isolamento", i dati raccontano una storia di adattamento, triangolazioni intelligenti e **una domanda di Made in Italy che non è mai stata così famelica**.

Analizziamo adesso tre livelli di successo: il colosso multinazionale, il marchio retail diffuso e l'eccellenza produttiva specializzata.

## **Caso Studio n.1: "Ferrero e Barilla"**

✓ *La resilienza del gusto e la riprogettazione dei flussi*

I giganti del cibo italiano, come Ferrero e Barilla, sono la prova provata che il mercato russo e quello dell'Asia Centrale non sono solo "importanti". Sono essenziali.

Per queste aziende, infatti, sparire dal radar significava regalare decenni di investimenti e posizionamento ai competitor turchi, cinesi o locali.

### **La strategia del presidio**

Nonostante le pressioni geopolitiche e il complesso regime di sanzioni, dunque, questi marchi non hanno mai interrotto il legame con il consumatore.

Hanno capito prima di tutti che la via del commercio è come l'acqua: se metti un masso, trova un'altra strada.

### **Canali distributivi eurasiatici**

Il segreto del loro successo è stata la capacità di sfruttare l'integrazione economica dell'area.

Quando le rotte dirette si sono complicate, i canali logistici si sono spostati verso hub come la Turchia, il Kazakistan e l'Uzbekistan. Questi Paesi non sono solo mercati di sbocco, bensì veri e propri "polmoni" attraverso i quali il prodotto italiano continua a fluire verso Mosca (e oltre).

### **I dati del desiderio**

Le statistiche interne ai mercati eurasiatici mostrano che la percezione della pasta Barilla o dei prodotti Ferrero non è

minimamente scalfita dal conflitto. Al contrario, in un periodo di incertezza, il consumatore si rifugia nei brand che garantiscono qualità e status.

La domanda non è calata di un solo punto percentuale ma è semplicemente cambiata la fatturazione e la logistica.

### **La lezione**

Se i giganti che hanno gli occhi di tutto il mondo addosso, riescono a mantenere la leadership utilizzando la triangolazione eurasiatica, perché tu dovresti farti bloccare da un pregiudizio?

### **Caso Studio n. 2: "Calzedonia e Geox"**

✓ *Mappare il territorio: dalla Piazza Rossa alle steppe del Kazakistan*

Se il cibo è una necessità, il vestire italiano è una religione. Marchi come Calzedonia e Geox hanno dimostrato una visione strategica che va oltre il semplice export poiché hanno mappato fisicamente l'Eurasia.

### **Il modello franchising come scudo e spada**

Il successo di questi brand si basa su una rete capillare di punti vendita che non ha eguali.

Mentre i brand del lusso estremo facevano passi indietro coreografici per la stampa, Calzedonia e Geox hanno continuato a dominare i centri commerciali (i "Mall") che sono il cuore pulsante della vita sociale ad Est.

### **Presidio dei Mall**

Da Mosca a San Pietroburgo, fino ad arrivare ad Astana e Tashkent, le insegne italiane sono ovunque.

Hanno capito che il consumatore eurasiatico non acquista solo un paio di calze o di scarpe ma acquista un pezzo di stile di vita europeo che la politica non può cancellare.

### **Espansione in Kazakistan**

Questo Paese è diventato il laboratorio del nuovo retail.

Geox e Calzedonia hanno aperto centinaia di punti vendita in franchising.

Hanno scaricato dunque il rischio operativo su partner locali solidi, mantenendo nel contempo il controllo totale sul brand.

Tutto ciò ha permesso loro di creare un ecosistema dove il prodotto circola liberamente all'interno dell'Unione Economica Eurasiatica, annullando di fatto l'effetto dei blocchi occidentali.

### **La lezione**

Dominare il territorio significa essere presenti dove il cliente spende.

La mappa del business oggi non finisce ai confini della Polonia. Casomai inizia lì e si estende per migliaia di chilometri verso Oriente.

### **Caso Studio n. 3: Las Mobili**

✓ *Arredare il potere: quando la qualità supera ogni sanzione*

Questo è il caso che deve ispirare maggiormente la piccola e media impresa italiana.

Las Mobili, fondata nel 1976 da Giulio Pedicone, non è una multinazionale da miliardi di dollari ma un'azienda che ha messo la qualità e il design al servizio delle istituzioni.

#### **L'affidabilità come moneta di scambio**

Con oltre 40 anni di storia, Las Mobili è diventata il punto di riferimento per l'arredo ufficio di alto livello.

La loro presenza in Russia non è solo commerciale ma istituzionale.

#### **Forniture prestigiose**

Non stiamo parlando di semplici uffici privati. Las Mobili ha realizzato progetti per il Ministero della Difesa a Mosca e per la

sede di Yandex (il colosso tech russo).

Fermati a riflettere: se un'azienda italiana arreda i palazzi dove si prendono le decisioni strategiche di una superpotenza, significa che il riconoscimento del valore tecnico italiano è totale e incrollabile.

### **L'approccio del partner integrato**

Las Mobili non "vende mobili". Offre consulenza, progettazione, fornitura e installazione.

In questi mercati, specialmente in settori delicati come quello istituzionale o delle grandi infrastrutture tech, il cliente cerca precisione e affidabilità.

Las Mobili ha saputo interpretare le esigenze locali, rispettando standard rigorosi e tempistiche che altri competitor non potevano garantire.

### **Il valore della storia**

Partendo dai mobili in metallo negli anni '70 fino al design contemporaneo, l'azienda ha dimostrato che la continuità è un valore fondamentale per il mercato dell'Est.

I russi e gli eurasiatici comprano da chi c'è sempre stato e da chi dimostra di voler restare.

In aggiunta occorre ribadire che i russi hanno affidato progetti di altissimo livello

(quindi sono stati disposti a pagare bene).

### **La lezione**

Non serve essere un gigante per servire i giganti. Serve essere i migliori, avere una storia solida e saper dialogare con le istituzioni.

Las Mobili è il ponte perfetto tra l'artigianalità italiana e le necessità delle grandi potenze eurasiatiche.

## **IL DENOMINATORE COMUNE DEI CASI STUDIO**

Cosa unisce Ferrero, Calzedonia e Las Mobili? Tre cose:

- 1. Hanno ignorato il rumore di fondo della politica.**
- 2. Hanno capito che l'Eurasia è un mercato unico e integrato.**
- 3. Hanno cercato (e trovato) canali sicuri per far arrivare la propria eccellenza a destinazione.**

Mentre tu leggi questa guida, alcune aziende stanno incassando pagamenti in rubli, tenge o som, trasformando la crisi degli altri nel proprio vantaggio competitivo.

Ora la domanda è: **vuoi restare a guardare i loro successi o vuoi che il prossimo caso studio sia il tuo?**

## IL MURO DELL'EST

Se pensi che per conquistare l'Eurasia basti un buon traduttore o, peggio ancora, affidarti all'intelligenza artificiale per "mettere in russo" il tuo catalogo, **sei già sulla strada del fallimento.**

Da giornalista che ha passato anni a decifrare i discorsi ufficiali nei ministeri e soprattutto i silenzi o le sfumature durante le trattative a Mosca, Tashkent o Astana, posso dirti una cosa: in questa parte del mondo **la lingua è solo la punta dell'iceberg.** Sotto c'è un abisso culturale che può inghiottire il tuo investimento in un istante.

### **LA BARRIERA LINGUISTICA E L'ABISSO CULTURALE**

Vendere in Eurasia non è una questione di vocabolario ma è una questione di **codici di potere.** Il russo, che funge da *lingua franca* in tutta l'area eurasiatica, è una lingua carica di gerarchie e di **significati che non hanno un corrispondente diretto in italiano o in inglese.**

Quando un imprenditore italiano traduce il

suo sito, spesso commette l'errore di trasporre anche la propria mentalità commerciale.

In Occidente siamo ossessionati dalla "customer experience", dalla gentilezza quasi eccessiva, dal marketing emozionale e minimalista. Ad Est questo approccio viene spesso percepito come debolezza o addirittura come mancanza di sostanza.

### **Il prestigio della forza**

Il consumatore eurasiatico, dall'oligarca al piccolo imprenditore locale, cerca la solidità.

Se la tua comunicazione non trasmette autorità, stabilità e un certo grado di "pesantezza" istituzionale, quindi, il tuo prodotto verrà considerato un giocattolo.

### **Il rischio di "Google Translate"**

Usare traduzioni non localizzate è un'offesa commerciale. Dimostra che non hai rispetto per il mercato, che sei solo un passante in cerca di un affare veloce.

In un'area dove il rispetto personale è la base di ogni contratto, questo è un peccato capitale.

## **ABITUDINI DI CONSUMO: IL LUSSO DELLA SOSTANZA VS. IL MINIMALISMO EUROPEO**

Mentre noi in Europa ci stiamo infilando nel

tunnel del "meno è meglio", della sostenibilità a tutti i costi e del design essenziale, l'Eurasia viaggia su binari opposti. Qui il consumo è un atto di affermazione sociale.

### **L'estetica del successo**

In Russia e nei Paesi limitrofi il successo deve essere visibile. Se vendi arredamento (pensa al caso Las Mobili), non puoi proporre solo la funzionalità. Devi proporre il prestigio.

Una scrivania non è un piano d'appoggio ma è il trono da cui un dirigente esercita il suo potere.

Se la tua comunicazione visiva non rispecchia questa ricerca di grandezza, perciò, sei fuori mercato.

### **Il paradosso del Made in Italy**

Tutti vogliono l'Italia, però non tutti capiscono l'Italia "vera". Il cliente eurasiatico ha un'immagine idealizzata del nostro Paese, legata alla storia, all'opera, alla moda classica e al lusso barocco.

Se cerchi di vendergli un'Italia troppo moderna o "alternativa", invece, rischi di scollarti dalle sue aspettative. Devi saper declinare l'eccellenza italiana secondo i loro canoni estetici (e non in base ai tuoi).

## **Il fattore delle relazioni personali**

Questo è l'aspetto che nessun manuale di marketing ti insegnerà mai.

In Eurasia il business non si fa tra aziende. Si fa tra persone!

## **La tavola come ufficio**

Molti dei contratti più importanti che ho visto firmare in questi anni non sono nati in una sala riunioni, bensì durante cene infinite dove il business non veniva nemmeno menzionato per le prime tre ore.

Devi imparare a gestire la socialità eurasiatica, che è fatta di brindisi, racconti personali e una valutazione costante della tua tempra umana.

## **La diffidenza storica**

Non dimentichiamo che stiamo parlando di popoli che hanno vissuto cambiamenti epocali in pochissimo tempo. La diffidenza verso lo straniero "che viene a insegnare" è altissima.

Se il tuo sito o la tua presentazione hanno un tono condiscendente o troppo "occidentale", pertanto, alzerai un muro invisibile.

## **PERCHÉ IL "FAI-DA-TE" È UN SUICIDIO**

Immagina di entrare in un ministero a

Tashkent e di presentarti con una brochure tradotta male, parlando un inglese scolastico. Verrai liquidato in cinque minuti.

Per bucare la barriera **serve una comunicazione istituzionale.**

Servono giornalisti che sanno scrivere per quel pubblico, che conoscono i termini tecnici graditi alle autorità locali e che sanno posizionare il tuo brand non come un prodotto "straniero" ma come una risorsa strategica per lo sviluppo di quel territorio.

Vendere ad Est richiede un cambio di pelle. Devi smettere di essere un venditore e iniziare a essere un partner. Ma, per farlo, devi prima capire cosa dicono quando non parlano. E hai bisogno di chi sa interpretare da una vita quel silenzio.

## IL DIGITALE AD EST

Se pensi di promuovere la tua azienda ad Est utilizzando le campagne sponsorizzate su Facebook o postando foto patinate su Instagram, ti trovi in un vicolo cieco.

Mentre in Occidente viviamo nel monopolio di Menlo Park, l'Eurasia ha tracciato un confine netto, quasi invalicabile. Non si tratta solo di politica o di blocchi legislativi legati al conflitto in corso. È una questione di sovranità tecnologica e di abitudini sociali radicate che hanno reso **i social russi e i sistemi di messaggistica eurasiatici** veri e propri stati digitali.

### ***PERCHÉ FACEBOOK E INSTAGRAM SONO "MORTI" AD EST***

Partiamo dai fatti. In Russia **le piattaforme di Meta sono state dichiarate organizzazioni estremiste**. Al di là delle etichette legali, il punto è pratico poiché l'accesso è limitato, richiede VPN che rallentano la navigazione e, soprattutto, **è vietato fare pubblicità**.

Ma c'è un motivo più profondo, quasi antropologico. Il pubblico eurasiatico non si

fida più dei contenitori occidentali. Li percepisce come strumenti di propaganda ostile. Instagram, che un tempo era la vetrina del lusso, oggi è diventato una terra di nessuno per le aziende italiane.

Se la tua impresa insiste a voler "esserci" solo su Instagram, sta parlando al vento. Hai bisogno di essere dove batte il cuore pulsante del mercato: **su VKontakte e Telegram.**

***VKONTAKTE (VK) È MOLTO PIÙ DI UN "FACEBOOK RUSSO"***

Liquidare VKontakte come la copia russa di Facebook è l'errore tipico del consulente marketing che non ha mai messo piede fuori dall'ufficio.

**VK è un ecosistema totale.** È l'applicazione "tutto-fare" che integra socialità, musica, streaming video, servizi bancari, pagamenti di bollette e, soprattutto, e-commerce.

### **Il Mercato "Mini-App"**

All'interno di VK le aziende possono creare dei veri e propri mini-negozi (Mini-Apps) che permettono all'utente di passare dalla visualizzazione di un post all'acquisto del prodotto senza mai uscire dall'applicazione.

Per una PMI italiana, dunque, avere una pagina VK ufficiale e verificata (con la

spunta blu che noi possiamo aiutarti a ottenere tramite i nostri canali istituzionali) è l'unico modo per acquisire credibilità.

### **Targeting chirurgico**

Gli algoritmi di VK permettono una profilazione dell'utente basata su interessi reali, aree geografiche (dalla Siberia al Kazakistan) e capacità di spesa che i sistemi occidentali non riescono più a mappare con precisione in quell'area.

Se vuoi vendere mobili di lusso o macchinari industriali, su VK puoi parlare direttamente ai decision-maker del settore.

## **TELEGRAM È LA "PRAVDA" DEL XXI SECOLO**

Se VK è la piazza del mercato, **Telegram è il palazzo del potere**. In tutta l'area eurasiatica (e in Russia in particolare) Telegram è diventato il principale strumento di informazione e di lavoro.

Non è un'app di messaggistica ma un'agenzia di stampa decentralizzata.

### **Il canale come autorità**

In Eurasia le notizie non si leggono sui siti web (spesso bloccati o lenti). Si leggono invece sui canali Telegram. I canali dei giornalisti, degli analisti economici e dei ministeri sono i luoghi dove si formano le

opinioni.

Un'azienda che vuole entrare in questo mercato deve possedere un proprio canale Telegram in lingua, gestito con un tono di voce giornalistico, serio e autorevole.

### **Assenza di algoritmi di disturbo**

A differenza dei social occidentali, su Telegram non c'è un algoritmo che decide cosa mostrarti.

Se un utente segue il tuo canale, legge i tuoi contenuti. Ciò crea un rapporto di fedeltà e di attenzione che è oro colato per chi vende servizi complessi o prodotti ad alto valore aggiunto.

### **Il networking istituzionale**

È su Telegram che i funzionari delle Ambasciate, i direttori dei marketplace e gli imprenditori russi scambiano informazioni.

Essere presenti in questa rete con i giusti agganci mediatici significa essere "dentro" il flusso del business.

## **COME SI FA MARKETING DIGITALE AD EST?**

Fare marketing in questa regione richiede un cambio di paradigma totale. Ecco come muoversi, spiegato punto per punto.

### **Autorità e contenuto**

Dimentica i post "frizzi e lazzi". Il pubblico

eurasiatico cerca sostanza.

I contenuti devono essere informativi, tecnici, quasi didascalici. Devi dimostrare che sei un esperto del tuo settore (e non soltanto un venditore).

### **L'uso dei bot**

In Eurasia i bot di Telegram sono strumenti di vendita automatizzata estremamente avanzati.

Possono gestire cataloghi, ordini e assistenza clienti in tempo reale, abbattendo efficacemente le barriere linguistiche iniziali.

### **Il supporto dei media tradizionali**

Il digitale ad Est non vive da solo. Un post su VK ha dieci volte più valore se è accompagnato da un'intervista televisiva o da un articolo su una testata giornalistica accreditata.

La multimedialità (TV + Digital) è il segreto per superare la diffidenza iniziale verso il brand straniero.

### **Localizzazione reale**

Non basta tradurre. Bisogna adattare i meme, i riferimenti culturali e persino i colori della comunicazione.

Ciò che è "cool" a Milano, può sembrare "fuori luogo" a Ekaterinburg.

Vuoi la verità brutale? Sono sincero: se non hai una strategia digitale specifica per l'Eurasia, sei trasparente. Puoi avere il miglior prodotto del mondo, ma se non abiti le loro case digitali, purtroppo, rimarrai un estraneo.

La mia missione è esattamente questa. Non mi limito ad aprirti le porte dei ministeri ma ti aiuto a posizionarti sui canali dove i tuoi clienti passano 8 ore al giorno.

## **LO STATO È IL TUO UNICO SOCIO REALE**

In Italia siamo cresciuti con il mito del "self-made man", dell'imprenditore che apre la sua bottega o la sua fabbrica e sfida il mondo contando solo sulle proprie forze. In Occidente lo Stato è spesso percepito come un fastidio, un esattore di tasse o, nel migliore dei casi, un arbitro pigro.

Dimentica tutto questo. Non appena attraversi il confine ideale che separa l'Europa dall'Eurasia, le regole del gioco cambiano radicalmente.

In **Russia**, in **Kazakistan**, in **Uzbekistan** e in tutto il blocco dei **BRICS**, infatti, non esiste una distinzione netta tra economia e politica. Qui vige quella che io chiamo la "Verticale del Business". Se non hai il "visto" invisibile delle istituzioni, dunque, la tua azienda non è altro che un fantasma destinato a sparire al primo soffio di vento burocratico.

### ***IL MITO DEL MERCATO PRIVATO***

Ti dicono che la Russia è un'economia di

mercato? Formalmente sì. Tuttavia, nella pratica, ogni settore strategico, dall'energia all'arredo istituzionale (ricordi il caso *Las Mobili?*), dalla tecnologia all'agroalimentare, è presidiato da una rete di influenze governative.

In queste terre l'autorità precede il profitto. Un funzionario ministeriale ha il potere di **aprire praterie per i tuoi prodotti** o di sigillare i confini con un semplice cenno.

Non si tratta di corruzione, come amano raccontare i media occidentali per semplificare. Casomai si tratta di **fede istituzionale**.

Le autorità locali devono sapere chi sei, chi ti manda e, soprattutto, se la tua presenza è funzionale allo sviluppo del loro sistema Paese.

Senza un accreditamento morale e politico, perciò, sei solo un venditore di passaggio. E i venditori di passaggio non ottengono mai i grandi contratti.

### ***IL RUOLO CRUCIALE DEI MINISTERI***

Immagina di voler esportare macchinari industriali o sistemi di comunicazione. Non basta trovare un compratore privato. Devi interfacciarti con i **Ministeri dello Sviluppo Economico** o del **Commercio Estero**.

I ministeri ad Est non emettono solo timbri. Emettono "sentenze" di affidabilità. Essere accreditati presso un ministero significa che la tua azienda è stata "scrutata" e ritenuta degna di operare.

Se vuoi sederti al tavolo dove si decidono le forniture per le infrastrutture eurasiatiche, quindi, devi avere un canale di comunicazione diretto con i vertici. Devi sapere come presentare il tuo progetto come una "missione di cooperazione". È un linguaggio diplomatico che conosce solo chi frequenta certi ambienti.

### **Le Ambasciate**

In Occidente molti imprenditori non sanno nemmeno dove si trovi l'Ambasciata del Paese in cui esportano. Un errore imperdonabile!

In Eurasia le Ambasciate (sia quella italiana nel Paese di destinazione, sia soprattutto quelle di Russia, Kazakistan o Uzbekistan in Italia) sono i veri hub del business.

Un'introduzione ufficiale da parte di un addetto commerciale o, meglio ancora, dell'Ambasciatore stesso, vale più di dieci anni di campagne marketing.

Quando io parlo dei miei accreditati presso le Ambasciate, non lo faccio per vantarmi ma per darti uno strumento operativo. Se

l'Ambasciata sa che un giornalista autorevole, con una presenza mediatica costante su testate e televisioni nazionali (come RAI, Rete 4 o Boom Channel), garantisce per la serietà di un progetto, le porte si spalancano magicamente.

I controlli doganali diventano più fluidi, le licenze arrivano più velocemente e la diffidenza iniziale svanisce.

### ***PERCHÉ IL "VISTO" ISTITUZIONALE È OBBLIGATORIO***

Senza il supporto delle istituzioni, sei inevitabilmente esposto a rischi che non puoi gestire da solo. Te ne elenco alcuni qui sotto (ma nella pratica sono molti di più).

1. **L'ostracismo burocratico:** Puoi avere il miglior prodotto del mondo ma, se non sei "gradito", troveranno sempre un cavillo tecnico, una norma sanitaria o un dazio improvviso per fermarti.
2. **L'insicurezza dei pagamenti:** In un contesto di conflitto e sanzioni i flussi finanziari sono monitorati. Avere una copertura istituzionale significa muoversi in canali protetti, dove il rischio di vedere i propri capitali congelati si riduce drasticamente.
3. **La mancanza di protezione legale:** Se

sorge una controversia con un partner locale, senza un "peso" politico alle spalle, nelle aule di tribunale eurasiatiche non avrai speranza. La protezione istituzionale è la tua vera assicurazione sulla vita aziendale.

### **IL GIORNALISTA COME MEDIATORE ISTITUZIONALE**

Ecco perché, ad Est, la figura del consulente tradizionale è obsoleta. Quello di cui hai bisogno è un **mediatore di credibilità**.

Perché un ministro o un ambasciatore dovrebbe ricevere me e non un qualsiasi export manager?

Perché io porto con me la forza del quarto potere: la mediaticità.

Quando un imprenditore si presenta al mio fianco, non è più solo un tizio che vuole vendere qualcosa. È il protagonista di una storia che verrà raccontata in televisione, su un libro o su una testata giornalistica. Tutto ciò trasforma il business in un evento di rilievo pubblico. In Eurasia conta più del prezzo a listino!

Le istituzioni amano la luce dei media, specialmente se quella luce aiuta a costruire ponti tra l'Italia e il loro Paese in un momento di tensione internazionale.

In Eurasia il mercato non è "libero". È "concesso". Se vuoi la tua concessione, quindi, devi smettere di bussare alla porta di servizio e imparare a entrare dal portone principale, scortato da chi ha le chiavi giuste. La tua svolta ad Est inizia qui, nel riconoscimento che senza lo Stato non c'è business. Ma, con lo Stato, il business non ha confini.

## DAZI, DOGANE E SANZIONI

Adesso affrontiamo l'elefante nella stanza, ovvero le sanzioni. Come navigare nella tempesta senza affondare?

Se ascolti i burocrati di Bruxelles o certi "esperti" da salotto televisivo, ti diranno che commerciare con la Russia è illegale, immorale e tecnicamente impossibile.

**Ti stanno dando una mezza verità, che è la peggiore delle bugie.**

La realtà, quella che io vedo ogni giorno frequentando le zone di confine e gli uffici doganali dell'area eurasiatica, è che il commercio non si è fermato ma si è semplicemente evoluto.

Navigare tra dazi e sanzioni non è un esercizio di "aggiramento", bensì un esercizio di **altissima precisione legale**. Chi prova a fare il furto finisce sotto inchiesta. Al contrario, chi si muove con intelligenza e conoscenza delle pieghe normative, prospera.

## **SANZIONI VS EMBARGO TOTALE: CONOSCI LA DIFFERENZA?**

Il primo errore dell'imprenditore spaventato è pensare che esista un embargo totale. Non è così. La stragrande maggioranza dei beni di consumo, del food, della moda e persino di molti macchinari industriali non è soggetta a sanzioni dirette.

Le sanzioni colpiscono settori specifici (tecnologia militare, beni cosiddetti "dual-use", alcuni settori del lusso estremo o dell'energia).

Il problema è che la lista dei prodotti vietati cambia ogni mese. Navigare senza una bussola aggiornata significa rischiare che un carico di valvole idrauliche venga scambiato per componente missilistica.

Ecco perché il "fai-da-te" è un suicidio. Basta un codice doganale (HS Code) errato per vedere la propria azienda finire in una *black list* internazionale.

## **IL BOOMERANG DELLE SANZIONI E LA SOLUZIONE "EURASIA"**

Le sanzioni sono state un boomerang che ha colpito l'Italia ma hanno anche creato un'opportunità senza precedenti, cioè l'integrazione doganale dei Paesi dell'Unione Economica Eurasiatica (UEE).

Mentre il confine diretto tra UE e Russia è diventato un muro burocratico, Paesi come **il Kazakistan, l'Armenia e il Kirghizistan** sono diventati hub legali fondamentali.

Questi Paesi fanno parte di un'unione doganale con la Russia. Significa che, una volta che il tuo prodotto è sdoganato ad Astana o Almaty, può circolare liberamente verso Mosca senza ulteriori barriere doganali interne.

**Attenzione:** non si tratta di "triangolazioni illegali". Si tratta di utilizzare hub logistici in contesti che non hanno aderito alle sanzioni occidentali e che vantano rapporti commerciali solidi con entrambi i blocchi. È un processo legale, trasparente, ma che richiede una documentazione perfetta.

### ***LA TRAPPOLA DEI PAGAMENTI (OLTRE LO SWIFT)***

Puoi avere tutti i permessi del mondo ma, se la tua banca blocca il pagamento perché il beneficiario è russo, il tuo business muore. La vera sfida oggi non è la dogana. È la finanza.

In Eurasia stiamo assistendo alla nascita di **sistemi di pagamento alternativi** che bypassano il circuito dollaro-centrico. L'uso di banche nei Paesi BRICS, l'apertura di conti in valute locali (Rubli, Tenge, Yuan) e

l'utilizzo di circuiti di regolamento non-occidentali sono ormai la norma.

Chi insiste a voler essere pagato solo in Euro tramite una banca tradizionale italiana spesso si scontra con blocchi arbitrari "per eccesso di prudenza".

Navigare legalmente significa anche sapere quali istituti finanziari sono ancora operativi e quali canali garantiscono la sicurezza del tuo incasso.

### ***IL RUOLO DEGLI ACCREDITI ISTITUZIONALI IN DOGANA***

Perché un container di un'azienda italiana rimane fermo 20 giorni al confine e quello di un'altra passa in 24 ore? La risposta è nel riconoscimento del partner.

In Eurasia la dogana non è solo un ufficio tecnico ma un organo di controllo statale con **ampia discrezionalità**.

Se il tuo destinatario è un'azienda accreditata, se la tua esportazione è legata a un progetto di rilievo che ha avuto una copertura mediatica o istituzionale, il trattamento cambia.

Quando io parlo di "aprire i canali con le istituzioni", intendo esattamente questo, cioè creare un clima di fiducia attorno al tuo business affinché i funzionari doganali

vedano nel tuo prodotto una risorsa e non un problema.

### ***I RISCHI DEI "BROKER OMBRA"***

In questo clima di incertezza sono spuntati come funghi sedicenti "esperti di export" che promettono miracoli via Telegram o intermediari oscuri che propongono rotte inverosimili.

Ci sono due rischi di cui voglio parlarti meglio.

1. **Il rischio legale:** Se il tuo prodotto finisce in una destinazione sanzionata attraverso canali non trasparenti, la responsabilità penale e civile ricade su di te, l'esportatore.
2. **Il rischio economico:** I "broker ombra" spesso spariscono con la merce o con gli acconti.

La legalità è la tua migliore protezione. Non serve infrangere le regole. Serve conoscerle meglio di chi le ha scritte. Serve una struttura che verifica preventivamente ogni spedizione, ogni contratto e ogni clausola di forza maggiore.

### ***IL CORAGGIO DELLA CONOSCENZA***

Commerciare con l'Eurasia durante questo conflitto richiede coraggio ma il coraggio

senza conoscenza è incoscienza.

Chi si ferma davanti al primo spauracchio delle sanzioni lascia il campo libero ai concorrenti turchi, cinesi e indiani che stanno occupando le nostre posizioni storiche.

Navigare legalmente è possibile. Farlo con profitto è una realtà per molti. Farlo senza rischi richiede l'appoggio di chi, come me, vive quotidianamente il dialogo tra le istituzioni e conosce i sentieri sicuri in questa giungla normativa.

# **PARTE II: IL METODO ITALEURASIA**

*A cura dell'Associazione Italeurasia  
Promonetwork*

# IL NETWORK DELLA CREDIBILITÀ

In un panorama economico globale dove le regole cambiano ogni giorno, la singola azienda non può più permettersi di navigare a vista.

Per abbattere il "Muro dell'Est" e trasformare le barriere doganali e geopolitiche in autostrade commerciali, quindi, serve un alleato che ha le chiavi dei palazzi che

## ***ITALEURASIA PROMONETWORK***

La nostra associazione nasce esattamente per essere il ponte strategico, istituzionale e mediatico tra l'eccellenza produttiva italiana e l'immensa opportunità offerta dall'area eurasiatica.

### **Chi siamo?**

Fondata nel 2013 con sede a Venezia, **l'Associazione Italeurasia Promonetwork** è un ente no-profit che ha saputo costruire, in oltre un decennio di attività, una rete di relazioni senza eguali. Non siamo una semplice agenzia di consulenza ma un centro di potere informativo e di assistenza

che opera per facilitare la cooperazione economica tra l'Italia e i colossi dell'area **BRICS**.

Sotto la guida del nostro **Presidente Gianfranco Vestuto**, giornalista accreditato e osservatore internazionale, abbiamo trasformato l'informazione in uno strumento operativo per le imprese. Vestuto, in qualità di Direttore Responsabile delle testate **Russia News** ed **Eurasia News**, porta in dote all'Associazione un'autorità riconosciuta ai massimi livelli governativi.

### **MEDIATICITÀ ISTITUZIONALE**

La garanzia del successo per i nostri partner risiede nella credibilità del nostro vertice. Il Presidente Gianfranco Vestuto è un volto noto del giornalismo geopolitico nazionale, con presenze costanti sui principali network televisivi italiani come **RAI, Rete 4, LA7 e Mediaset**.

*Perché questa credibilità è il tuo vantaggio competitivo?*

In Eurasia la televisione e la stampa ufficiale conservano un valore sacrale di validazione. Quando la nostra Associazione accompagna un'impresa, perciò, non lo fa come un operatore anonimo. Lo fa con la forza di un Presidente che viene interpellato dai media nazionali per analizzare i grandi equilibri

mondiali.

Questo "visto" di onorabilità apre porte che restano sigillate per chiunque altro.

**L'ANALFABETISMO GEOPOLITICO È L'UNICO NEMICO DA COMBATTERE**

La nostra missione culturale è profonda. Siamo convinti che la crisi economica dell'Occidente nasca da un profondo **analfabetismo geopolitico**.

Mentre il mainstream ci tiene prigionieri di narrazioni semplificate, la nostra Associazione offre una visione multipolare.

Attraverso le opere del nostro Presidente, come il saggio *"Analfabeti Globali"*, smascheriamo la crisi dei social network occidentali e invitiamo gli imprenditori a risvegliare il pensiero critico.

Comprendere l'ascesa dell'Eurasia, la leadership russa e l'influenza delle economie emergenti significa imparare un nuovo linguaggio.

Noi insegniamo alle aziende italiane a parlare proprio questa "lingua", rispettando le radici culturali dei popoli eurasiatici, un valore che il Presidente Vestuto ha approfondito studiando fenomeni di resistenza culturale come il *"Total'nyj Diktant"*.

## **L'ARSENALE MEDIATICO DI ITALEURASIA: TV E STAMPA AL TUO SERVIZIO**

Associarsi a Italeurasia Promonetwork significa avere accesso a una potenza di fuoco comunicativa davvero unica.

- **Eurasia News\_TV:** Un format televisivo rivoluzionario, nato nel 2017, in onda sul **Canale 68 del Digitale Terrestre** (con una copertura del 95% del territorio nazionale) e sul **canale 809 di Sky**. È qui che diamo voce alle nostre imprese, trasformando il business in un evento di rilievo nazionale ed estero.
- **Russia News ed Eurasia News:** Due testate giornalistiche che nel 2023 hanno superato **1.300.000 visualizzazioni**. Piattaforme dove le storie di successo dei nostri partner diventano casi studio per l'intero blocco eurasiatico.
- **Accrediti internazionali:** Grazie al lavoro dell'Associazione siamo presenti ai tavoli dei grandi forum economici, da **SPIEF di San Pietroburgo** a **Energy Forum di Mosca**, fino ad **Eurasian Week di Astana**.

## **IL VALORE DEL "VISTO" DI ITALEURASIA**

Entrare nelle **Ambasciate di Kazakistan, Uzbekistan o Azerbaijan** non è un esercizio burocratico, bensì un atto diplomatico. La nostra Associazione vanta accrediti presso il

**Ministero degli Affari Esteri, l'Agenzia ITA** e le principali istituzioni dei Paesi eurasiatici.

Quando un imprenditore sceglie di collaborare con noi, pertanto, non acquista un semplice servizio. Al contrario, sceglie una **protezione istituzionale**. Diventa parte di un network che garantisce per la sua onorabilità, facilitando il dialogo con i Ministeri esteri e riducendo al minimo i rischi legali e doganali.

Italeurasia Promonetwork è un ponte ma, soprattutto, è la tua scorta d'onore verso i mercati del futuro.

Sotto la direzione di Gianfranco Vestuto abbiamo tracciato la rotta. Ora tocca a te decidere se restare un "analfabeta globale" o diventare un protagonista del mondo multipolare insieme a noi.

# EURASIA NEWS TV

In un'epoca in cui chiunque può comprare una sponsorizzata su Facebook o millantare autorità dietro lo schermo di uno smartphone, il vero business si è rifugiato dove il rumore di fondo svanisce, cioè nei media tradizionali di massa.

Se vuoi parlare a un consumatore distratto, usi i social. Ma se vuoi parlare a un Ministro, a un Ambasciatore, a un Direttore di banca oppure a un grande industriale eurasiatico, devi usare il linguaggio che loro rispettano, ovvero **la televisione nazionale**.

La nostra Associazione, *Italeurasia Promonetwork*, ha compreso questa dinamica prima di chiunque altro.

Pertanto non ci siamo limitati a creare portali web ma abbiamo costruito un network televisivo che permette alle nostre imprese di uscire dal "seminato" digitale per entrare direttamente nei salotti e negli uffici che contano.

Con il format **Eurasia\_News\_TV**, in onda su **Boom Channel (Canale 68 del Digitale Terrestre)** e sul canale **809 di Sky**, non facciamo soltanto informazione ma creiamo

autorevolezza.

## ***MITI E REALTÀ DELLA COMUNICAZIONE AL GIORNO D'OGGI***

Molti imprenditori sono stati convinti che la TV sia morta. È la più grande bugia del marketing moderno. La televisione in Italia e nell'area eurasiatica non è affatto morta. Anzi, è diventata il **filtro della verità**.

Mentre il web è sommerso da notizie contraffatte e profili falsi, apparire sul **Canale 68 DGT**, che vanta una copertura di oltre il **95% del territorio nazionale**, significa superare istantaneamente ogni test di affidabilità.

Quando la nostra Associazione presenta un'azienda all'interno di un format di 30 minuti, quella realtà smette di essere "una delle tante" e diventa un caso di studio nazionale.

Il segnale televisivo trasmette un messaggio implicito di solidità finanziaria e serietà istituzionale che nessun post su LinkedIn potrà mai eguagliare.

**Perché un'autorità di Mosca o di Astana dovrebbe prestare attenzione a un'azienda italiana?**

La risposta è nella percezione del prestigio.

Nell'area eurasiatica la televisione è ancora

considerata l'organo supremo di validazione.

Quando il nostro Presidente, Gianfranco Vestuto, supporta un imprenditore e ne parla nei programmi TV, quel contenuto viene registrato, tradotto e inviato alle cancellerie e agli uffici commerciali esteri.

Sapere che un partner italiano ha uno spazio fisso su una rete nazionale italiana è il "visto" definitivo.

Per un Ministro dell'Industria kazako, dunque, vedere un'azienda italiana presentata in TV dal Direttore di *Russia News* ed *Eurasia News* è la prova che non sta parlando con un avventuriero ma con una realtà integrata nel sistema informativo del Paese.

È la differenza tra bussare a una porta e farsela aprire con il tappeto rosso già steso.

### **"EURASIA\_NEWS\_TV": IL FORMAT COME ASSET STRATEGICO**

Il programma non è un contenitore di spot. È un focus geopolitico e commerciale che va in onda ogni martedì alle 22:30 e in replica il giovedì a mezzanotte.

La collocazione oraria non è casuale poiché è pensata per un pubblico di decision-maker, professionisti e imprenditori che cercano approfondimenti seri quando il rumore della

giornata si è placato.

Con *Eurasia\_News\_TV* la nostra Associazione trasforma il business in narrazione.

- **Analisi di mercato:** Spieghiamo perché l'Eurasia è il futuro, portando dati che i telegiornali generalisti ignorano.
- **Focus territoriali:** Diamo voce alle eccellenze regionali italiane, dal manifatturiero al turismo, presentandole come partner ideali per i mercati emergenti.
- **Interviste istituzionali:** Creiamo un ponte diretto tra l'imprenditore e le autorità, facilitando contatti che richiederebbero anni di diplomazia tradizionale.

In seguito, la messa in onda sul canale 809 di Sky eleva ulteriormente il posizionamento, portando il messaggio nelle case degli abbonati alla piattaforma satellitare più prestigiosa, chiudendo il cerchio di una copertura mediatica totale.

**LA FORMULA DEL "MOLTIPLICATORE MEDIATICO": TV + DIGITAL = DOMINIO**

La forza della nostra Associazione è determinata dall'integrazione. Non usiamo la TV come un monolite isolato.

Ogni puntata di *Eurasia\_News\_TV* viene poi rielaborata per le nostre piattaforme digitali (*Russia News* ed *Eurasia News*, con oltre 1.300.000 visualizzazioni).

Questo crea un **effetto moltiplicatore**:

1. L'azienda ottiene il prestigio della messa in onda nazionale (Autorità).
2. Il video viene diffuso sui canali russi ed eurasiatici (VK, Telegram, Yandex).
3. Il contenuto viene indicizzato dai motori di ricerca come "informazione giornalistica" anziché "pubblicità".

Questo processo trasforma un'azienda anonima in un leader di pensiero.

In un mondo di "analfabeti globali", quindi, diamo ai nostri soci l'alfabeto per scrivere il proprio successo nel mercato multipolare.

### **LA SFIDA DI ITALEURASIA**

Collaborare con la nostra Associazione e accedere allo spazio televisivo di *Boom Channel* significa fare una scelta di campo.

Vuol dire smettere di implorare l'attenzione degli algoritmi social che ci penalizzano e iniziare a parlare direttamente ai polmoni economici del mondo.

Come Direttore e Presidente, Gianfranco Vestuto mette a disposizione la sua

esperienza in **RAI e Rete 4** per garantire che ogni passaggio televisivo rispetti i più alti standard qualitativi.

Non stiamo solo "andando in onda". Stiamo costruendo il futuro delle relazioni italo-eurasiatiche, un fotogramma alla volta.

Se vuoi parlare agli imprenditori, vai dove guardano gli imprenditori. Se vuoi convincere le istituzioni, vai dove sono rappresentate.

*Boom Channel* ed *Eurasia\_News\_TV* sono gli strumenti che la nostra Associazione mette nelle tue mani per abbattere il muro e diventare, finalmente, un protagonista della svolta ad Est.

# IL VALORE DEGLI ACCREDITI

Se chiedi a un imprenditore medio come si entra in contatto con un mercato estero, ti risponderà parlandoti di fiere, agenti di commercio o campagne digitali. Invece, se lo chiedi a chi ha successo nell'area eurasiatica, ti risponderà con una sola parola: **accrediti**.

In Paesi come **il Kazakistan e l'Uzbekistan** l'economia non è un'entità astratta che fluttua nel vuoto. È una branca della sovranità nazionale.

Entrare nelle loro Ambasciate non significa semplicemente sbrigare pratiche per un visto o richiedere informazioni doganali. Significa entrare nel "sancta sanctorum" dove si decide chi è degno di fiducia e chi non lo è.

La nostra Associazione ha perfezionato negli anni un metodo di accesso che non si basa sulla fortuna, bensì sulla **reciprocità istituzionale**.

## **L'AMBASCIATA COME FILTRO DI ONORABILITÀ**

Perché è così difficile, per un privato, farsi ascoltare da un'Ambasciata di un Paese dell'Asia Centrale?

Queste istituzioni agiscono come guardiani della reputazione del proprio Paese. Ricevere un imprenditore significa, implicitamente, avallarlo.

### **Il rischio del "No Name"**

Un'Ambasciata non aprirà mai le proprie porte a chi si presenta solo con una brochure.

È troppo alto il rischio di presentare al proprio governo partner poco solidi o, peggio ancora, avventurieri.

### **Il metodo Italeurasia**

Quando l'Associazione bussava a quella porta, lo fa a nome del Presidente Gianfranco Vestuto e delle sue testate giornalistiche.

Noi non portiamo solo "un'azienda". Portiamo un progetto di comunicazione e cooperazione che può dare lustro al Paese ospitante. Tutto ciò trasforma il rapporto poiché non siamo noi a chiedere un favore ma offriamo una piattaforma di visibilità internazionale.

## **KAZAKISTAN E UZBEKISTAN SONO I GIGANTI DEL CONSENSO**

Questi due Paesi rappresentano oggi i motori dell'Eurasia. Il Kazakistan è un gigante economico con un PIL in crescita costante e un ruolo chiave nella *Belt and Road Initiative*. L'Uzbekistan sta vivendo un "rinascimento" politico ed economico senza precedenti.

In queste realtà la gerarchia è tutto. Se l'Ambasciata a Roma o Venezia segnala la tua azienda come "partner di Italeurasia", quella segnalazione arriva direttamente ai Ministeri di Astana o Tashkent.

### **Porte che si aprono**

Quel "visto" invisibile permette di saltare mesi di anticamera.

Ti permette di sederti al tavolo con i direttori dei dipartimenti acquisti, con i responsabili delle zone economiche speciali e con i grandi distributori locali.

### **Affidabilità certificata**

Essere accreditati significa che l'Associazione ha già fatto da "filtro".

Il governo straniero sa che, se Italeurasia è coinvolta, il progetto ha una solidità giornalistica, televisiva e istituzionale.

## **COME SI APRONO QUELLE PORTE? IL SEGRETO DEL "QUARTO POTERE"**

Molti ci chiedono: "*Qual è la chiave magica?*". La chiave è la **multimedialità accreditata**.

Un Ambasciatore è, prima di tutto, un diplomatico che deve promuovere l'immagine del suo Paese.

Se la nostra Associazione propone un'intervista esclusiva su *Russia News*, un focus su *Eurasia News* o, ancora meglio, uno speciale televisivo su *Eurasia\_News\_TV* (Canale 68 DGT), l'Ambasciata vede in noi un alleato strategico.

### **L'interesse nazionale**

Noi raccontiamo le riforme dell'Uzbekistan o le opportunità del Kazakistan al pubblico italiano.

Questo ci rende interlocutori privilegiati.

### **Il trascinamento delle imprese**

All'interno della narrazione istituzionale inseriamo le aziende socie di Italeurasia.

L'impresa non appare come un venditore, bensì come un esempio di eccellenza italiana che partecipa alla costruzione del ponte eurasiatico.

### **La reciprocità**

Noi diamo voce alle Ambasciate sui nostri

media nazionali; le Ambasciate offrono accesso ai nostri soci ai loro circuiti economici protetti.

È la forma più alta e pulita di diplomazia economica.

### ***IL VALORE DEGLI EVENTI INTERNAZIONALI***

L'accredito non finisce in Ambasciata ma prosegue sui campi di battaglia dell'economia globale.

Partecipare come Associazione a eventi come **SPIEF (San Pietroburgo)** o **Energy Forum (Mosca)** ci permette di consolidare quei rapporti che poi mettiamo a disposizione dei nostri soci.

Senza fare nomi sensibili, basti pensare che i nostri contatti includono vertici ministeriali che vedono nell'Associazione Italeurasia un punto di riferimento per la selezione di partner italiani affidabili.

Quando entriamo in un'Ambasciata, dunque, non stiamo andando a un appuntamento ma stiamo tornando in un luogo dove la nostra serietà è già nota e documentata dai fatti.

### ***PERCHÉ NON PUOI FARLO DA SOLO***

Tentare di scalare queste istituzioni senza un accreditamento è come cercare di scalare

una parete di vetro. Puoi essere l'imprenditore più bravo del mondo ma senza il "ponte" di Italeurasia resterai sempre nella sala d'attesa della burocrazia.

**La nostra Associazione è il tuo ufficio relazioni istituzionali permanente.** Noi manteniamo vivi i contatti, gestiamo la comunicazione diplomatica e prepariamo il terreno affinché, quando arriverà il tuo momento per entrare, la porta sarà già spalancata.

Gli accrediti sono la moneta invisibile dell'Eurasia. In un mondo che corre verso il multipolarismo, quindi, avere Italeurasia al proprio fianco significa smettere di essere un estraneo e iniziare a essere un ospite d'onore nei palazzi dove si scrive il futuro del commercio mondiale.

# STRATEGIA DI COMUNICAZIONE INTEGRATA

Siamo arrivati al cuore operativo della nostra proposta. Dopo aver analizzato i mercati, le barriere e il potere delle istituzioni, è tempo di rispondere alla domanda fondamentale: **come si svolta ad Est?**

La risposta non è un singolo annuncio pubblicitario o una fiera di settore ma una strategia di comunicazione integrata che trasforma l'azienda da semplice fornitore a partner strategico.

**La nostra Associazione, *Italeurasia Promonetwork*, svela il metodo che permette di posizionare un brand italiano nell'area eurasiatica utilizzando la forza del giornalismo e la risonanza dei media nazionali.**

In Occidente, siamo assuefatti dal cosiddetto "push marketing", cioè compriamo spazi, spariamo messaggi nel mucchio e speriamo che qualcuno abocchi. Ad Est questo approccio è considerato rumore di fondo.

Il consumatore e l'imprenditore eurasiatico non cercano un prodotto che grida più forte degli altri ma cercano un'autorità validata.

Ecco perché la nostra strategia va oltre la semplice vendita di spazi pubblicitari e punta alla creazione di posizionamento autoritativo.

Al centro di questo ecosistema c'è uno strumento antico ma incredibilmente potente, ovvero l'intervista giornalistica utilizzata con maestria geopolitica.

### ***PERCHÉ L'ADVERTISING TRADIZIONALE FALLISCE AD EST***

Immagina un grande industriale uzbeko o un funzionario ministeriale russo che sfoglia una rivista o naviga sul web.

Se vede un banner o una pagina pubblicitaria di un'azienda italiana, la sua reazione sarà di cortese indifferenza. Sa che quegli spazi si comprano. Sa che l'azienda sta dicendo di se stessa ciò che vuole.

In un contesto dove la fiducia è la moneta più preziosa, l'auto-celebrazione è un segnale di debolezza.

### **La diffidenza storica**

Decenni di cambiamenti repentini hanno insegnato ai popoli eurasiatici a diffidare di chi "promette".

## **Il filtro del valore**

L'imprenditore dell'Est vuole sapere *perché* un esperto di settore o un giornalista autorevole si sta occupando di te.

Se nessuno parla di te, non esisti. Se ne parli solo tu, non sei credibile.

### **L'INTERVISTA GIORNALISTICA È IL "TERZO GARANTE"**

L'intervista giornalistica, condotta dal nostro Presidente Gianfranco Vestuto o dai nostri inviati cambia completamente la polarità della comunicazione.

Non sei più tu che dici "siamo i migliori". È un professionista dell'informazione, accreditato presso le Ambasciate e noto sui network nazionali come RAI e Rete 4, che ti pone domande strategiche.

L'effetto psicologico è dirompente e può essere riassunto in tre punti di forza.

1. **L'inversione dei ruoli:** In un'intervista, l'azienda risponde a un invito. Ciò la pone immediatamente in una posizione di superiorità e prestigio. Non stai cercando clienti ma stai condividendo una visione con un'autorità mediatica.
2. **La narrazione del valore:** Attraverso le domande giuste non si parla di "prezzo" ma di storia, di qualità, di visione e di

impegno verso il mercato eurasiatico. Si costruisce il mito dell'azienda.

- 3. La validazione esterna:** Il lettore o il telespettatore percepisce l'intervista come un contenuto editoriale, quindi degno di fiducia. Il giornalista diventa il "garante" che mette la propria faccia per presentare l'azienda.

### **INTEGRAZIONE MULTIMEDIALE: IL METODO ITALEURASIA**

Un'intervista, per quanto potente, non deve restare isolata.

La strategia della nostra Associazione prevede un'integrazione a 360 gradi che massimizza l'impatto di ogni singola parola.

<b>Canale</b>	<b>Ruolo nella strategia</b>	<b>Impatto</b>
<b>Televisione (Canale 68 DGT)</b>	Consacrazione	Fornisce il volto e la voce all'impresa, proiettandola nei circuiti istituzionali.
<b>Stampa (Russia/Eurasia News)</b>	Documentazione	Crea un archivio digitale di autorità indicizzato.

Canale	Ruolo nella strategia	Impatto
<b>Social (VK e Telegram)</b>	Distribuzione	Frammenta l'intervista in pillole video e post virali per raggiungere migliaia di decision-maker locali.
<b>Istituzionale (Ambasciate)</b>	Validazione	L'intervista viene presentata agli addetti commerciali come prova della serietà del partner italiano.

### ***DALLA TV AL WEB: IL CIRCOLO VIRTUOSO DELLA CREDIBILITÀ***

Il processo inizia negli studi di *Eurasia\_News\_TV*. Quando l'imprenditore siede di fronte a Gianfranco Vestuto, non sta solo registrando un programma ma sta creando il suo **asset di credibilità definitivo**.

Una volta andata in onda, l'intervista viene rielaborata. Un passaggio televisivo di 15 o 30 minuti diventa:

- Un articolo approfondito su **Russia News**

ed **Eurasia News**.

- Una serie di video-pillole sottotitolate in russo per i canali **Telegram** eurasiatici.
- Un contenuto di prestigio per la pagina **Vkontakte** aziendale, dove l'algoritmo premia i contenuti video originali e informativi.
- Un pezzo del **Media Kit** istituzionale dell'azienda da presentare in caso di gare d'appalto o incontri ministeriali.

### **IL LINGUAGGIO (COSA DIRE E COSA NON DIRE)**

La nostra strategia di comunicazione integrata non cura solo il *dove* ma soprattutto il *cosa*.

Comunicare ad Est richiede una sensibilità che solo chi frequenta quelle terre possiede.

Non usiamo termini abusati come "leader di mercato" o "qualità superiore". Usiamo concetti cari alla cultura eurasiatica come **continuità, onorabilità, rispetto delle tradizioni, innovazione responsabile**.

Tramite l'intervista facciamo emergere la figura dell'imprenditore come uomo d'onore e di visione.

In Russia e in Asia Centrale si firma il contratto con l'uomo anziché con l'azienda. L'intervista serve a presentare quell'uomo

prima che metta piede sul territorio.

***ITALEURASIA È L'UNICO PARTNER  
CREDIBILE PER QUESTA STRATEGIA***

Perché un giornalista generalista o un'agenzia di PR milanese non potrebbero ottenere lo stesso risultato?

1. **Mancanza di accrediti:** Un'agenzia comune non ha i contatti diretti con le Ambasciate di Kazakistan o Uzbekistan. I loro comunicati stampa finiscono nel cestino.
2. **Ignoranza del contesto:** Senza conoscere la "verticale del potere" eurasiatica si rischia di usare un tono sbagliato, troppo aggressivo o eccessivamente commerciale, che indispettisce le autorità.
3. **Assenza di piattaforme dedicate:** Italeurasia possiede i propri mezzi (TV e Magazine). Non dobbiamo chiedere permesso a nessuno. Siamo noi a decidere chi merita spazio e come deve essere presentato.

***L'INTERVISTA COME SCUDO CONTRO LE  
SANZIONI E IL PREGIUDIZIO***

In un momento di tensione geopolitica l'intervista giornalistica funge anche da protezione. Raccontare la propria attività

come un **progetto di cooperazione culturale e commerciale** permette di navigare al di sopra delle polemiche politiche.

L'azienda non è "una ditta che esporta in Russia" ma "un'eccellenza italiana che costruisce ponti di dialogo nell'era del multipolarismo".

Questa sfumatura linguistica e narrativa è ciò che permette ai nostri soci di continuare a operare con successo dove altri si ritirano per paura.

La strategia di comunicazione integrata che proponiamo è un investimento nel bene più prezioso che la tua azienda possiede, cioè la **reputazione**.

Non stiamo parlando di effimeri "like" o di visualizzazioni comprate. Parliamo di entrare nei radar delle istituzioni eurasiatiche con la forza di chi ha una storia da raccontare e un garante che la racconta insieme a lui. Attraverso l'intervista, dunque, il nostro Presidente Gianfranco Vestuto ti prende per mano e ti introduce in un mondo dove la tua voce conta.

## IL LIBRO AZIENDALE COME SIGILLO

Perché la nostra Associazione insiste tanto sulla produzione editoriale? La risposta risiede in una verità che molti consulenti di marketing "all'occidentale" ignorano.

In Eurasia il business non è un'attività meccanica di scambio merci ma un processo di **affinità intellettuale e morale**.

In Italia siamo abituati a inondare i potenziali clienti di volantini e cataloghi. Ma prova a immaginare la scena: entri nell'ufficio di un alto funzionario a Tashkent o di un decision-maker a Mosca. Gli consegna una brochure di venti pagine con le foto dei tuoi macchinari o dei tuoi divani.

Cosa succede? Quella brochure finirà, nel migliore dei casi, in una pila di carta anonima che verrà cestinata alla prima pulizia dell'ufficio. Infatti non comunica valore e comunica solo un bisogno, peraltro il tuo unico bisogno di vendere.

**Il libro aziendale ribalta completamente questa dinamica.**

Consegnare un volume rilegato, con una

copertina autorevole, che magari fa parte di una collana curata dal nostro Presidente Gianfranco Vestuto, non è un atto di vendita. È un atto di **condivisione di prospettiva**.

Il libro è tutt'altro che materiale di marketing usa e getta. Il libro si ripone nella libreria dell'ufficio, si consulta, si mostra ai colleghi come prova di una relazione speciale con un partner italiano di alto livello.

### **LA SACRALITÀ DEL LIBRO NELLA CULTURA EURASIATICA**

Dobbiamo comprendere profondamente il contesto in cui ci muoviamo. Come ha spesso sottolineato il Presidente Vestuto nelle sue analisi sull'analfabetismo geopolitico, l'Occidente ha perso il contatto con la profondità, preferendo il consumo rapido di informazioni digitali. Al contrario, in Russia e in Asia Centrale, il libro (*kniga*) conserva un'aura di rispetto quasi sacrale.

Scrivere un libro sulla propria visione di business significa essere un pensatore. Se sei un autore, per la mentalità eurasiatica sei automaticamente una persona che possiede tre doti importantissime.

1. **Profondità di pensiero:** Non sei un opportunista in cerca dell'affare veloce.

2. **Visione a lungo termine:** Hai speso tempo e risorse per mettere nero su bianco il tuo progetto per i prossimi vent'anni.
3. **Rispetto per l'interlocutore:** Offri al tuo partner qualcosa che lo eleva intellettualmente (non solo un listino prezzi).

### **IL LIBRO COME STRUMENTO DI DIPLOMAZIA ECONOMICA**

In Eurasia, specialmente quando si parla con le istituzioni, vige la cultura del *podarok* (il dono). Non si entra mai in un ufficio ministeriale a mani vuote.

Ma cosa regalare? Una bottiglia di vino è gradita e al contempo effimera. Un oggetto di design è bello, tuttavia può essere interpretato male.

**Il tuo libro è il dono perfetto.** È un regalo intellettuale. Quando il Presidente di Italeurasia accompagna un imprenditore in un'Ambasciata di Kazakistan o Uzbekistan, la consegna del libro è il momento in cui il ghiaccio si rompe definitivamente.

Il libro dice: *"Ecco chi siamo, ecco perché crediamo nel vostro Paese, ecco come vediamo il futuro comune tra Italia ed Eurasia"*.

In quel momento smetti di essere "la ditta Rossi" e diventi "l'autorevole partner italiano che ha scritto la via della cooperazione".

## **IL CONTENUTO**

Cosa deve esserci dentro questo libro? Qui interviene l'esperienza giornalistica e geopolitica della nostra Associazione.

Un libro aziendale di successo per l'area dell'Est non parla di caratteristiche tecniche. Parla di valori.

- **La storia:** Le radici della tua azienda, la famiglia, la tradizione italiana (che ad Est è amatissima).
- **Il ponte:** Perché hai scelto l'Eurasia? Qual è il tuo legame emotivo e strategico con quelle terre?
- **La cooperazione multipolare:** Come si inserisce la tua attività nel nuovo assetto mondiale. Qui il contributo editoriale del nostro Presidente è fondamentale per allineare il testo ai codici diplomatici corretti.
- **L'etica e la responsabilità:** In un'area dove il "conflitto" e le sanzioni pesano, spiegare la propria onestà intellettuale e la volontà di restare accanto al partner nei momenti difficili crea un legame indissolubile.

## **IL VALORE DELLA "COLLANA EDITORIALE" DI ITALEURASIA**

Il libro ha valore se è inserito in un contesto di credibilità. Se lo stampi da solo, è un'operazione di vanità (*vanity publishing*). Se invece il tuo volume esce sotto l'analisi attenta dell'Associazione Italeurasia Promonetwork, con la prefazione o la cura di un giornalista noto in RAI e Rete 4 come Gianfranco Vestuto, diventa un **documento ufficiale**.

L'imprenditore è co-autore di una narrazione geopolitica. Il prestigio della nostra Associazione e delle nostre testate si trasferisce direttamente sull'azienda. È una sorta di "passaporto diplomatico cartaceo" che ti permette di navigare nelle alte sfere del business eurasiatico.

Mentre tutti lottano per un "like" su LinkedIn o una visualizzazione su Telegram, tu offri qualcosa di fisico. In un mondo in cui la digitalizzazione sta erodendo le competenze linguistiche, la scrittura e il libro diventano atti di resistenza e di distinzione.

Un libro sulla scrivania di un Ambasciatore è un promemoria costante della tua esistenza. È lì, occupa spazio fisico, ha un peso, un odore, una consistenza. Ogni volta

che lo vede, si ricorda del "Ponte" che hai costruito. In termini di marketing, questo si chiama *Top of Mind*, ma in termini diplomatici si chiama **presenza**.

Un'email può essere cancellata con un clic e un messaggio WhatsApp può essere ignorato. Il libro invece richiede un atto di rimozione fisica. E nessuno, in Eurasia, oserebbe mai buttare un libro che parla di cooperazione, di storia e di futuro comune.

### **LO STRUMENTO OPERATIVO DELLA "PRIMA IMPRESSIONE"**

L'Associazione Italeurasia Promonetwork non si limita a suggerirti di scrivere. Noi realizziamo il libro insieme a te.

Il valore aggiunto della nostra collana editoriale è la capacità di tradurre i tuoi obiettivi commerciali in un linguaggio accettabile e gradito alle istituzioni straniere.

- **Il ghostwriting geopolitico:** Spesso l'imprenditore ha la visione ma non ha il "codice" linguistico per esprimerla senza sembrare un venditore. La nostra redazione, sotto la supervisione di Gianfranco Vestuto, trasforma la tua esperienza tecnica in una narrazione di valore.
- **La prefazione di autorevolezza:** Un libro che porta la firma di un giornalista che ha

calcato i palchi della RAI e di Rete 4 non è una pubblicità ma è un'opera di approfondimento. La prefazione del nostro Presidente funge da "certificato di garanzia" per il lettore eurasiatico.

- **La distribuzione mirata:** Non stampiamo libri per lasciarli in magazzino. Ogni copia viene destinata a un obiettivo preciso, come Ambasciatori, Ministri, Direttori di Zone Economiche Speciali (ZES) e partner industriali di primo livello.

### **DAL PRODOTTO AL PENSIERO**

Il libro aziendale è lo strumento che permette alla tua impresa di uscire dalla massa informe dei fornitori sostituibili per entrare nell'olimpo dei **partner strategici**.

In un mondo di "analfabeti globali", infatti, chi scrive e pubblica un libro dimostra di possedere la bussola per navigare nella tempesta del nuovo ordine multipolare.

È il sigillo d'autorità che dice al mondo: *"Noi non siamo qui per caso. Siamo qui per restare e per costruire"*.

Non presentarti più a mani vuote o con una brochure banale. Presentati con la tua visione, rilegata e protetta dal marchio di Italeurasia. Trasforma la tua azienda in un capitolo della storia eurasiatica.

# IL MEDIA KIT DELL'AUTORITÀ EURASIATICA

In un mercato saturato da messaggi pubblicitari privi di anima, l'Associazione Italeurasia Promonetwork propone un approccio radicalmente diverso.

Il nostro Media Kit si articola su quattro pilastri fondamentali:

1. Televisione nazionale
2. Interviste giornalistiche di alto posizionamento
3. Editoria di pregio
4. Gestione social specializzata

## **IL PILASTRO TELEVISIVO DI EURASIA\_NEWS\_TV (CANALE 68 DGT)**

Il servizio di punta della nostra offerta è l'accesso al format televisivo **Eurasia\_News\_TV**.

Come abbiamo ampiamente discusso, la televisione è lo strumento di validazione suprema per le istituzioni dell'Est. Il nostro Media Kit prevede la produzione e la messa

in onda di puntate monografiche o interventi specialistici sul **Canale 68 del Digitale Terrestre**, con copertura nazionale italiana, nonché sul canale **809 di Sky**.

**Accedi al sito ufficiale di Eurasia News TV.**



Avrai a disposizione una regia professionale, lo studio televisivo e la conduzione giornalistica. Non si tratta di uno spazio "comprato", bensì di un inserimento editoriale dove l'imprenditore viene presentato come un esperto del proprio settore.

La forza di questo strumento è la trasportabilità poiché il video della puntata, una volta andato in onda, diventa il biglietto da visita digitale più potente da inviare a un ufficio ministeriale a Mosca o un distributore ad Astana.

Vedere un partner italiano che parla da uno studio televisivo nazionale conferisce un'ufficialità che nessun'altra forma di comunicazione può offrire.

### ***IL PILASTRO GIORNALISTICO DI RUSSIA NEWS ED EURASIA NEWS***

La presenza sulle nostre testate giornalistiche registrate rappresenta la base della "memoria digitale" di un'azienda.

Il Media Kit include la realizzazione di interviste scritte e video-interviste pubblicate su **Russia News** e **Eurasia News**, portali che nel 2023 hanno generato oltre **1.300.000 visualizzazioni**.

A differenza della pubblicità sui motori di ricerca, i nostri articoli vengono scritti con un taglio giornalistico analitico, focalizzato sulla visione multipolare del business.

I contenuti vengono poi ottimizzati per essere indicizzati dai motori di ricerca russi (come **Yandex**) e da quelli occidentali.

Quando un potenziale partner eurasiatico

cercherà informazioni sulla vostra azienda, non troverà un sito vetrina ma una serie di articoli giornalistici firmati da professionisti dell'informazione che analizzano la vostra solidità e la vostra visione strategica.

Questo servizio è fondamentale per superare i controlli di "onorabilità" che le grandi aziende dell'Est effettuano prima di siglare contratti importanti.

***IL PILASTRO EDITORIALE: LA COLLANA "SPECIALE EURASIA"***

Il servizio più esclusivo del nostro Media Kit è la creazione del **libro aziendale istituzionale**.

La nostra Associazione trasforma la storia dell'imprenditore in un volume rilegato, inserito nella prestigiosa collana editoriale curata dal Presidente Vestuto.

Per saperne di più sulle opportunità dei mercati in Eurasia, è online il libro di Gianfranco Vestuto, intitolato proprio **"Speciale Eurasia: Focus su Kazakistan, Uzbekistan e Azerbaijan"**.

Il libro è acquistabile su Amazon anche tramite il QR code qui sotto.



Gianfranco Vestuto

# Speciale Eurasia

Focus su Kazakistan,  
Uzbekistan e Azerbaijan



Giornalista iscritto all'Ordine Nazionale di Roma e internazionale della IFJ n° 13043, con pluriennale esperienza, analista politico, esperto dell'area eurasiatica, economista e imprenditore.

Dal 2013 è direttore responsabile di alcune testate giornalistiche tra cui Russia News ed Eurasia News ed è presidente dell'Associazione Culturale "Italeurasia Promonetwork".

Con il libro intitolato "Da Putin a Putin" ha ricevuto il Premio Internazionale "Books for Peace 2024".





# Media Kit

**Proposte di Partnership**

**Associazione Italeurasia Promonetwork**

*Opportunità di Business nell'Area Eurasiatica*



Direttamente dai nostri canali e tramite QR code è possibile scaricare gratuitamente il Media Kit, per comprendere meglio quali sono le proposte di partnership.



Il nostro servizio editoriale comprende l'intero processo di *ghostwriting geopolitico*, la revisione, la traduzione professionale (perché un libro deve essere consegnato nella lingua del destinatario per avere il massimo impatto) e la pubblicazione con codice ISBN.

Il libro non è solo un oggetto fisico ma un sigillo d'autorità. Nel Media Kit questo strumento è presentato come la punta di diamante della diplomazia economica, un dono intellettuale che l'Associazione aiuta a consegnare direttamente nelle mani di Ambasciatori e Ministri durante le missioni ufficiali o i forum internazionali come lo **SPIEF di San Pietroburgo**.

### ***IL PILASTRO DIGITALE DEL SOCIAL MANAGEMENT (VK E TELEGRAM)***

Per un'azienda italiana gestire correttamente i social network dell'Est è una missione quasi impossibile senza un supporto nativo.

Il Media Kit di Italeurasia offre la gestione professionale dei canali **VKontakte (VK)** e **Telegram**.

Il nostro servizio si distingue radicalmente dalle agenzie di social media marketing tradizionali.

• **Contenuti istituzionali:** Non

pubblichiamo post frivoli. Creiamo canali che fungono da agenzie di stampa per l'azienda, pubblicando aggiornamenti tecnici, interviste e notizie di settore.

- **Networking diretto:** Utilizziamo Telegram come strumento di *lobbying informativo*, inserendo l'azienda nei flussi di notizie seguiti dai decision-maker russi ed eurasiatici.
- **Localizzazione culturale:** Ogni post è scritto rispettando i codici linguistici e i valori del mondo multipolare, evitando le trappole del "pensiero unico" occidentale che potrebbero indispettire il pubblico locale.

### **L'INTEGRAZIONE STRATEGICA E IL "PACCHETTO AUTORITÀ"**

Il vero valore del Media Kit di Italeurasia Promonetwork non è determinato solo dai singoli servizi ma dalla loro integrazione.

Un'intervista in TV viene ripresa come articolo sui giornali online, i quali vengono poi rilanciati sui canali Telegram e VK, citandoli infine nel libro aziendale.

Il meccanismo crea un "ecosistema di credibilità" che avvolge l'azienda. Quando un imprenditore si presenta ad Est supportato da questo arsenale mediatico, dunque, non deve più spiegare chi è. La sua fama lo

precede.

Le Ambasciate di **Kazakistan, Uzbekistan e Azerbaijan** riconoscono i codici di comunicazione dell'Associazione e accolgono i nostri soci con un livello di attenzione riservato solo alle delegazioni ufficiali.

### ***PERCHÉ SCEGLIERE IL MEDIA KIT DI ITALEURASIA?***

In un mercato dove molti vendono fumo, la nostra Associazione offre accrediti. Scegliere il nostro Media Kit è una scelta lungimirante per una lunga serie di ragioni.

- **Risparmio di tempo:** Non dovrai cercare di capire come funzionano i media russi poiché lo abbiamo già fatto noi per te in oltre dieci anni di attività.
- **Protezione reputazionale:** Ogni contenuto è supervisionato da Gianfranco Vestuto, il quale garantisce che la comunicazione sia sempre allineata agli interessi nazionali e ai codici diplomatici.
- **Accesso esclusivo:** Solo i soci di Italeurasia possono accedere a spazi televisivi nazionali dedicati esclusivamente all'Eurasia, una nicchia di mercato che nessun'altra agenzia in Italia può vantare.

Il nostro Media Kit, pertanto, è la traduzione pratica della nostra filosofia. È lo strumento

con cui siamo in grado di trasformare gli imprenditori in leader del mondo multipolare.

Non è una spesa in pubblicità ma un investimento in **autorità istituzionale**.

Con Italeurasia, perciò, la tua azienda smette di bussare alle porte dell'Eurasia e inizia finalmente ad aprirle con la chiave della credibilità mediatica.



# IL MOMENTO DELLA SCELTA

Il mondo che conoscevamo è morto. Le certezze dell'asse atlantico, i mercati "facili" dell'Occidente e l'illusione di un commercio globale regolato da un'unica bandiera sono macerie del passato. Mentre i media mainstream continuano a rassicurarti con narrazioni preconfezionate, la realtà dei fatti è un'altra: **il baricentro del potere economico si è spostato a Est.**

L'Eurasia (quel blocco immenso che va da Mosca a Samarcanda, da Astana a Baku) è oggi il polmone finanziario e produttivo del pianeta.

Eppure la maggior parte delle aziende italiane è ferma al palo. Le imprese sono paralizzate dalla paura delle sanzioni, accecate dalla propaganda o, peggio, intrappolate in quell'analfabetismo geopolitico che il nostro Presidente Gianfranco Vestuto denuncia da anni.

Queste aziende sono le prede. Aspettano che la tempesta passi, sperando di tornare a un "mondo di prima" che non esiste più. Nel

frattempo i concorrenti cinesi, indiani e turchi occupano i loro scaffali, firmano i loro contratti e portano via la ricchezza che un tempo era a disposizione delle attività italiane.

### ***LA TRAPPOLA PER LA PREDÀ (E IL DECLINO DI CHI ASPETTA)***

Essere una preda nel mercato globale significa delegare il proprio futuro agli algoritmi di Meta o alle decisioni di burocrati che non hanno mai visto una linea di produzione.

**La preda è l'imprenditore che pensa di poter vendere in Kazakistan mandando una mail a freddo o postando una foto su Instagram.**

**La preda è chi pensa che il "Made in Italy" sia uno scudo magico che non richiede protezione istituzionale.**

Le prede oggi soffrono. Soffrono perché i canali bancari tradizionali le bloccano, le dogane diventano muri insormontabili e la loro voce si perde nel rumore bianco di un web saturo.

Essere preda vuol dire restare nell'ombra, nell'attesa che qualcuno ti noti. Ma, nel nuovo mondo multipolare, nessuno viene a cercarti se non hai un'autorità certificata. Se

resti una preda, il tuo destino è l'estinzione commerciale.

## **IL PROFILO DEL "PREDATORE" (L'IMPRENDITORE MULTIPOLARE)**

Il predatore non è chi agisce fuori dalle regole ma chi le conosce meglio degli altri e le usa a proprio vantaggio. Il predatore è l'imprenditore che ha capito che il business ad Est è una questione di **fede istituzionale** e **potere mediatico**.

Il predatore non aspetta che le sanzioni finiscano. Impara a navigare legalmente tra le difficoltà grazie al supporto di chi, come la nostra Associazione, ha i contatti giusti nelle Ambasciate e nei Ministeri.

Il predatore non compra pubblicità ma costruisce autorità. Non bussa a vanvera alle porte del Kazakistan o dell'Uzbekistan. Entra dal portone principale, scortato dalla forza di un network televisivo nazionale come Eurasia\_News\_TV e dalla firma di un giornalista accreditato in RAI e Rete 4.

## **LA FORZA DI ITALEURASIA È IL TUO ARSENALE D'ATTACCO**

L'Associazione Italeurasia Promonetwork è nata per trasformare le prede in predatori.

Per darti un'idea della nuova edizione del

programma televisivo "Eurasia News TV",  
ecco la promo che abbiamo caricato sul  
nostro canale YouTube. Vai a vedere tramite  
il QR code.



Noi non ti offriamo una pacca sulla spalla o  
un report di mercato scaricato da internet.  
Noi ti offriamo un arsenale di guerra  
commerciale.

- Ti diamo la **televisione nazionale (Canale 68 DGT)** per parlare alle élite eurasiatiche con il linguaggio del

- prestigio.
- Ti diamo **l'autorità editoriale** per consegnare la tua visione direttamente nelle mani dei decision-maker sotto forma di libro, il sigillo definitivo di onorabilità.
  - Ti diamo la **protezione istituzionale**, aprendoti le porte delle Ambasciate dove il tuo nome è già preceduto dalla nostra reputazione decennale.

Quando Gianfranco Vestuto ti intervista, quindi, non sta facendo cronaca. Sta scrivendo una lettera di credito morale che l'Eurasia rispetta. Questa è la differenza tra chi prova a vendere e chi viene invitato a partecipare alla crescita di un continente.

### **IL CORAGGIO DI ASCOLTARE L'ALTRA CAMPANA**

La scelta di collaborare con Italeurasia è prima di tutto una scelta di libertà intellettuale. Significa avere il coraggio di spegnere il rumore dei media nostrani per ascoltare la musica del futuro. E smettere di essere un "analfabeta globale" per iniziare a decifrare i codici di **VKontakte, Telegram e Yandex**.

L'Eurasia è una terra di giganti. È una terra che premia la lealtà, la visione a lungo termine e il coraggio di esserci quando gli altri scappano.

**Se hai il coraggio di restare, di investire nella tua immagine e di costruire un ponte solido con noi, i risultati saranno infinitamente superiori a qualsiasi mercato occidentale che tu abbia mai esplorato.**

Qui non si parla di piccole percentuali di crescita. Si parla di ridefinire il futuro della tua azienda per le prossime generazioni.

### ***NON LASCIARTI TRAVOLGERE DAL FUTURO***

Caro imprenditore, guardati intorno. Le tue macchine sono le migliori, il tuo design è inarrivabile e la tua storia è unica.

Ma se nessuno ad Est sa chi sei (o se ti percepiscono come un "rischio"), tutto ciò non vale nulla.

Il tempo delle riflessioni infinite è scaduto. Il mondo multipolare corre veloce e non aspetta chi esita.

**Ogni giorno che passi senza una strategia integrata di comunicazione verso l'Eurasia è un giorno in cui cedi terreno a un concorrente meno bravo di te ma più furbo di te.**

La nostra Associazione è qui. Abbiamo i mezzi, abbiamo i contatti, abbiamo la credibilità televisiva e giornalistica per fare di te un protagonista.

Ma l'ultima mossa spetta a te. Non puoi delegare il tuo coraggio e non puoi delegare la tua visione.

### ***ENTRA NEL CERCHIO MAGICO***

Vuoi continuare a subire i blocchi bancari, i dubbi doganali e l'indifferenza dei mercati esteri?

Oppure vuoi finalmente sederti al tavolo dove si scrive la storia economica del XXI secolo?

Contattaci oggi stesso. Non farlo per ricevere una semplice "consulenza" ma per iniziare a costruire il tuo Media Kit dell'autorità.

Richiedi l'accesso a Eurasia\_News\_TV, prenota la tua intervista di posizionamento su Russia News, inizia a scrivere il tuo libro aziendale con il supporto della nostra redazione.

**Esci dall'ombra dei social occidentali e smetti di essere una preda del mainstream.**

Entra nell'Associazione Italeurasia Promonetwork e prendi il tuo posto nel grande gioco eurasiatico. Il Presidente Gianfranco Vestuto e tutto il nostro team sono pronti a metterci la faccia insieme a te.

**Scegli di essere un predatore. Scegli l'Eurasia. Scegli il tuo futuro.**

*Il tempo di agire è adesso. Il "Muro dell'Est" non esiste per chi ha le chiavi giuste. Noi le abbiamo. E tu?*



MAGAZINE  
Russia News



# I nostri mezzi di comunicazione

## Media e piattaforme

**Giornali online:** Russia News e Eurasia News – testate giornalistiche registrate con oltre 1.320.000 visualizzazioni nel 2023.

**Magazine patinato:** Russia News Magazine – approfondimenti di settore, analisi di mercato e storie di successo.

**Format televisivo:** *Eurasia News TV* – programma di 30 minuti in onda su **canale nazionale italiano 68 del DGT**, due volte a settimana, con un pubblico di milioni di spettatori.

## Risultati e credibilità

La nostra presenza mediatica e le partecipazioni a eventi internazionali ci rendono un punto di riferimento per aziende e istituzioni interessate ai mercati eurasiatici.



## **Perché collaborare con noi**

### **Vantaggi della partnership**

- Accesso diretto a un network di relazioni istituzionali e commerciali in Eurasia.
- Visibilità sui nostri mezzi di comunicazione, con possibilità di personalizzare contenuti e campagne pubblicitarie.
- Partecipazione a eventi, webinar e iniziative di promozione congiunta.
- Supporto nella creazione di strategie di ingresso e sviluppo commerciale nei paesi dell'area eurasiatica.

## **Perché scegliere noi**

Grazie alla nostra esperienza, credibilità e rete di contatti, possiamo offrire alle aziende strumenti efficaci e diretti per espandersi e consolidare la presenza nei mercati dell'Eurasia, oggi ricchi di nuove opportunità di crescita.



## Opportunità di partnership e sponsorizzazioni

### ***Cosa offriamo***

- Sponsorizzazione dei nostri mezzi di comunicazione (giornali, magazine, format TV).
- Partnership strategiche per eventi, convegni e iniziative di promozione.
- Inserzioni pubblicitarie e branded content nelle nostre piattaforme digitali e televisive.
- Collaborazioni su progetti di informazione, assistenza alle aziende.

Per chiedere informazioni su come meglio pianificare una partnership o una sponsorizzazione per la tua azienda, per la tua attività commerciale o professionale, contattaci direttamente ai seguenti recapiti:

### ***Contatti***

info@italeurasia.org

info@russianews.it

info@eurasianews.tv

Infoline: +39 3662138350 anche WhatsApp



## Partecipazioni e inviti ufficiali

### Eventi internazionali

- St. Petersburg International Economic Forum - SPIEF (San Pietroburgo)
- Energy Forum (Mosca)
- Eastern Economic Forum (Vladivostok)
- Baku International Humanitarian Forum, Eurasian Week (Astana, Kazakistan)

### Accreditamenti presso istituzioni italiane e internazionali

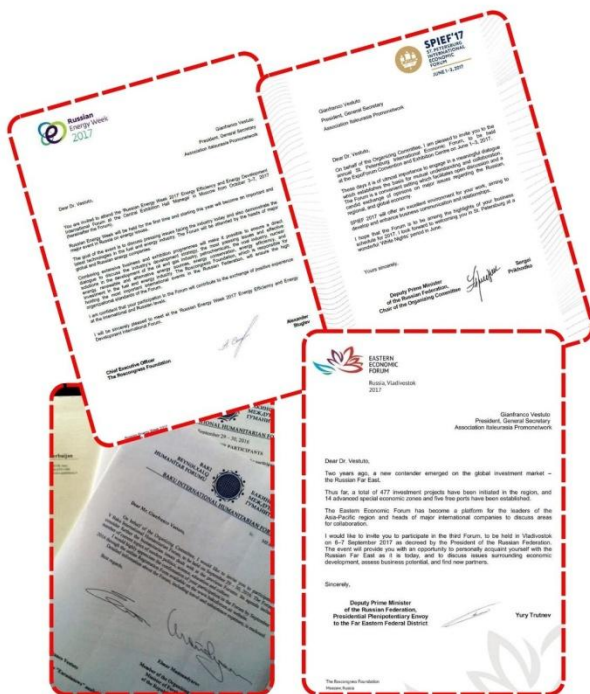
- Italian Trade Agency (ITA)
- Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
- Confindustria Lombardia, fiere internazionali di Milano, Verona, Bologna, Rimini

### Media partner di convegni di rilievo nazionali e internazionali

- Word Manufacturing Forum a Cernobbio (CO)
- Forum degli investitori privati, sulla Sanità e dei direttori finanziari a Mosca (RU)



## Credenziali giornali e Italeurasia



© 2013 Russia News / Новости России - Autorizzazione Tribunale di Venezia n° 3/2013 del 13/04/2013 Direttore Responsabile: Gianfranco Vestuto - Tessera OdG Nazionale n° 092174 - Edito da: Associazione "Italeurasia Promonetwork", Sede legale: Via Tiepolo, 15 - 30174 Venezia - [www.italeurasia.org](http://www.italeurasia.org) - C.F. 90162730270 | mail: [info@russiannews.it](mailto:info@russiannews.it) - [www.russiannews.it](http://www.russiannews.it)

Siti internet di riferimento: | [www.italeurasia.org](http://www.italeurasia.org) | [www.russiannews.it](http://www.russiannews.it) | [www.eurasianews.eu](http://www.eurasianews.eu) | [www.eurasianews.tv](http://www.eurasianews.tv)



[www.italeurasia.org](http://www.italeurasia.org)



# L'Eurasia è un nemico solo per chi segue gli ordini di Washington

**Per gli imprenditori lungimiranti (e anche per le piccole attività) è la più grande occasione del secolo**

Il business ad Est non è per tutti. È per chi sa vedere dove gli altri hanno paura di guardare.

Mentre l'Europa si avvita su se stesso, l'Eurasia (dal Kazakistan all'Uzbekistan, dalla Russia all'Azerbaijan) sta riscrivendo le regole della ricchezza mondiale. Sei pronto a smettere di subire le sanzioni e iniziare a governare le opportunità?

Questa non è una brochure. È il tuo visto diplomatico per il mercato multipolare. L'Associazione Italeurasia Promonetwork, guidata dall'autorità giornalistica di **Qianfranco Vestuto**, ti svela il "Metodo Definitivo" per trasformare la tua azienda in un partner istituzionale intoccabile. Come? Con il potere della TV alternativa, dei grandi accrediti e della diplomazia economica.

Scegli il tuo ruolo: preda del mainstream o predatore del nuovo mercato globale?

Il tempo delle attese è scaduto. Entra nei palazzi del potere eurasiatico con la chiave della credibilità mediatica. Il futuro parla un'altra lingua. Imparala con noi.

Clicca sul QR code per vedere tutte le pubblicazioni di Italeurasia Promonetwork!

