



## Expo di Shanghai Il parlamentare pdl e responsabile della griffe apre all'Oriente: creatività straordinaria Versace: «Il made in Italy non tema gli stilisti cinesi»

DAL NOSTRO INVIATO

SHANGHAI — Adesso ci sono anche loro. Le griffe cinesi cominciano ad assaltare il mercato globale, mostrano una Repubblica Popolare che non è quella relegata nel recinto delle contraffazioni e dei falsi. E chi ha vissuto l'ascesa della moda italiana, vede in atto meccanismi familiari, come allo specchio. «Nella moda il punto di forza è la creatività. Lo sanno gli italiani, che sono partiti da zero. Ora tocca ai cinesi, che come creatività, appunto, sono straordinari»: Santo Versace è a Shanghai e non si spaventa ad assistere all'affermazione di marchi cinesi.

Proprio ieri il *China Daily*, quotidiano in inglese attraverso



### Deputato

Il parlamentare Pdl Santo Versace, presidente della griffe di famiglia, è all'Expo di Shanghai

so il quale la Cina lancia messaggi al mondo, esaltava in prima pagina (con patriottico compiacimento) gli stilisti d'origine asiatica che furoreggiano negli Usa, da Jason Wu a Derek Lam, da Richard Chai a Philip Lim e Alexander Wang. E Versace, oggi parlamentare del Pdl oltre che presidente della griffe, tutto pare tranne che allarmato: «La loro presenza — risponde al *Corriere* — dà più di quello che toglie. Il mondo si evolve, si aprono mercati che non c'erano. Negli anni Settanta e nei primi Ottanta l'Oriente era solo Hong Kong e Giappone, più una nascente Singapore. Ora c'è la Cina...». Nulla da temere dalla creatività cinese, dunque, che è altra cosa dalla contraffazione, «quella

si dannosissima. Anche se basterebbe cominciare con l'applicare le leggi».

Tra l'ottimismo suggerito da un mercato enorme e in espansione, e le apprensioni che la Cina suscita, gli stati generali della moda si sono riuniti ieri a Shanghai per il Milano Fashion Global Summit, organizzato a ridosso della chiusura del-

l'Expo da Class Editori (in partnership con il *Wall Street Journal*, la Camera nazionale della Moda italiana, la Fondazione Italia-Cina e Bank of America Merrill Lynch). Il presidente lombardo Roberto Formigoni ha sottolineato la rilevanza del «made in Lombardy». I marchi della moda, invece, fanno i conti con una Cina in cui ogni giorno — secondo un rapporto Capgemini e Merrill Lynch — 80 milioni si aggiungono ai precedenti, così da 8 anni, e ora ci sono almeno 477 mila cinesi il cui patrimonio, abitazione esclusa, supera il milione di dollari. Cifre che paiono per la moda italiana più una promessa che una minaccia.

**Marco Del Corona**

CONTRIBUZIONI DI F. VATA

”  
**La contraffazione è il vero danno e va combattuta Per farlo basterebbe applicare le leggi**