

Lusso, il boom cinese è appena cominciato

«La moda Made in Italy è già in prima fila»

Al Fashion global summit patto Roma-Pechino per un mercato sconfinato

Eva Desiderio

■ MILANO

ENTRO il 2020 in Cina ci saranno 320 città col potere di acquisto di Shanghai. E i milionari pazzi per il lusso occidentale saliranno a 180 milioni, avranno un'età media di 39 anni, il 60% uomini e il 40% donne. E anche la classe media, che è in sviluppo continuo, non scherzerà quanto ad importanza: se nel 2010 erano 13 milioni di persone realizzate e contente per il passaggio dal mondo rurale alle città, nel 2015 si arriverà a 76 milioni di potenziali clienti per il Made in Italy giudizioso.

NUMERI da far paura, che raccontano come la Cina si sia trasformata nel giro di pochi anni da grande nemico in potenziale alleato e soprattutto mercato sconfinato. Uno scenario interessante e ricco di sfide che ieri è stato analizzato a tutto tondo e ai massimi livelli a Palazzo Mezzanotte, a Milano, durante il Milano Fashion global summit 2012 organizzato da Class Editori con Camera Nazionale della Moda Italiana, con contributi autorevoli di una folta delegazione di rappresentanti delle istituzioni e degli imprenditori del tessile-abbigliamento cinese che nel 2011 ha siglato due illuminati accordi di scambio e di collaborazione con Camera Moda che si è aggiudicata

questo prestigioso primato. «Già il titolo di quest'anno, Cina e Italia, due sarti in un mercato globale; parla da solo _ spiega Paolo Panerai editore e ceo di Class Editori _ qualificando i due Paesi come sarti si indica il loro spessore culturale nel fashion e nel lusso. Entrambi hanno una storia millenaria di eleganza e raffinatezza. La vecchia paura della Cina oggi lascia spazio alla cooperazione. In via Montenapoleone arriveranno presto i brand cinesi». Ne è convinto anche Cesare Romiti presidente della Fondazione Italia Cina che monitorizza la nascita di una giovane borghesia e incita il governo italiano e chi si occupa di turismo a porvi attenzione «perché oggi un turista cinese compra moda per 11.000 euro quando viene in Italia».

CHE ANCHE la Cina risenta della crisi lo confessa Du Yuzhou presidente del China National Textile and Apparel Council e viceministro: «Sono diminuite le nostre esportazioni _ dice _ e anche la do-

manda interna è decimata. Le materie prime costano di più. Nei prossimi cinque anni siamo impegnati a costruire una società benestante e moderna, con una più elevata qualità della vita. E questo si ripercuote anche sulla moda: l'urbanizzazione crea nuovi clienti, i consumi sono quadruplicati rispetto al 2000 e molti brand italiani sono apprezzati. Un miliardo e quattrocentomila cinesi si devono vestire e le nostre aziende dovranno molto imparare dalle vostre piccole e medie e dai vostri distretti».



PALCO
Gli ospiti
del Milano
Fashion
global
summit

