

# 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».

