Milano Unica Cina

L'esportazione della moda Made in Italy è sempre più protesa verso nuovi territori. Il rallentamento dell'Occidente ha imposto un asset sempre più orientato verso i mercati emergenti, primi fra tutti i Paesi dell'Area BRIC (Brasile, Russia, India, Cina), che sembrano essere i più promettenti.

A conferma di questa tendenza, il 29 e il 30 marzo 2012 Pechino ospiterà il Made in Italy: parte infatti Milano Unica Cina – replica cinese del salone Italiano del tessile e accessori-, che si propone come appuntamento di riferimento per le aziende cinesi e le aziende tessili italiane. 95 aziende presenteranno la loro creatività ai mercati orientali, che si confermano tra i più recettivi al mondo in questo campo, in uno spazio dedicato e personalizzato –la Hall2 – all'interno di Intertextile Beijing Apparel Fabrics.La Hall2 sarà collocata nella nuova area dedicata al tessile europeo, nel Salon Europe, presso il China International Exhibithion Centre. In esposizione i classici del Made in Italy, come il Lanificio Ermenegildo Zegna & Figli, Testa, Larusmiani, il Lanificio F.lli Cerruti, E. Thomas e molti altri. Ma anche qualche novità, come la prima linea di tessuti per camicie Albini Donna, insieme agli altri brand dell'azienda, dal Cotonificio Albini fino a Thomas Manson. Silvio Albini, presidente di Milano Unica, ha tenuto a sottolineare l'importanza dei mercati asiatici: "la Cina, insieme a Hong Kong, è il secondo mercato di sbocco per il tessile proveniente dal nostro Paese". A conferma della dichiarazione arrivano i dati: negli ultimi 5 anni il valore delle esportazioni della tessitura italiana in Cina ha totalizzato un +100% e oltre 200 milioni di Euro. E l'appuntamento si rinnoverà dal 22 al 25 ottobre2012 aShanghai.

Calzature Made in Italy

Un altro esempio ci viene fornito dal mercato calzaturiero, che sembra trovare il suo principale sbocco in Russia, tanto da aspettarsi una crescita di grande rilevanza entro i prossimi 5 anni. Nel 2011 l’esportazione delle calzature italiane in Russia è cresciuto del 19,2% e il fatturato complessivo ha toccato quota 491 milioni di Euro. La Russia si colloca così per l’Italia come il quinto mercato per valore, e nono per volume nell’esportazione. “Siamo presenti in questo mercato da 15 anni e siamo sempre cresciuti, salvo la crisi del 2008, e contiamo di crescere ancora” ha spiegato Cleto Sagripanti, presidente dell’Anci, l’associazione nazionale calzaturieri italiani che rappresenta 800 imprese italiane del settore, e che partecipa con 200 espositori italiani alla Fiera Obuv Mir Kozhi di Mosca. Trattasi di un appuntamento che si tiene due volte l’anno e che, a detta di Antonio Zanardi Landi, ambasciatore italiano a Mosca “suscita sempre enorme interesse dal lato russo”. C’è da precisare tuttavia che quello russo è un mercato specifico, che non rispecchia i gusti del consumatore italiano; infatti in passato la donna russa ha dimostrato di prediligere un aspetto sensuale a discapito della comodità. Oggi però il gusto russo sembra aver trovato un punto d’incontro con l’Europa. Molte iniziative di sponsorizzazione ai prodotti calzaturieri italiani sono previste nei mesi a venire, il più interessante è senza dubbio una mostra di calzature italiane dal 1950 ad oggi, indossate dalle star passate e presenti.