

RADIOCOR

4 Gennaio 2012

Il Sole 24 ORE - Radiocor

04/01/2012 - 16:43

Breaking News 24

NOTIZIARIO DEL GIORNO

- **Cina: in piena fioritura il settore lingerie - TACCUINO DA SHANGHAI**

di Jeff Zhou e Joey Zhou*

Radiocor - Milano, 04 gen - Per molte donne cinesi un nuovo completo di lingerie e' un acquisto irrinunciabile durante lo shopping di capodanno. Il fatturato del comparto biancheria intima femminile ha infatti registrato un incremento mensile pari almeno al 20% durante le vacanze legate alla festività cinese. Secondo le statistiche il mercato ha superato gli otto miliardi di euro nel 2010, e grazie ad un tasso di crescita a doppia cifra, vicino al 20%, negli ultimi anni la Repubblica Popolare e' diventata la regione dove il settore registra la piu' elevata crescita al mondo. Le consumatrici cinesi, 525 milioni di donne di eta' superiore ai quindici anni, di cui il 21% nella fascia 15-24 ed il 41% di eta' compresa tra i 25 ed i 44 anni, rappresentano un enorme bacino di potenziali clienti per le grandi firme della lingerie. Nonostante il mercato dell'intimo abbia ancora dimensioni molto inferiori a quelle dell'abbigliamento femminile, il cui fatturato complessivo si e' assestato nel 2010 attorno ai 44 miliardi di euro, si prevede che le vendite di articoli di lingerie nei prossimi cinque anni si svilupperanno notevolmente, con incrementi annui intorno al 20-30%. Il potenziale del mercato cinese e' tale che ne' i marchi domestici ne' quelli stranieri possono permettersi di ignorarlo. I tempi cambiano ed al giorno d'oggi tutti i marchi di lingerie dovrebbero cercare di catturare l'attenzione delle consumatrici con pubblicita' accattivanti, che abbiano come protagoniste modelle attraenti e che pongano enfasi sia sulla qualita' dei materiali utilizzati che sull'originalita' dello stile. Infatti le consumatrici cinesi sono oggi piu' aperte verso un genere promozionale piu' esplicito e sexy e sono finalmente disposte a spendere del tempo per gli acquisti di lingerie, accettando consigli dalle addette alla vendita e discutendone apertamente con le amiche in modo da 'scovare' il capo piu' adatto. L'evolversi di queste abitudini e' stato accompagnato ed in un certo modo influenzato dall'ingresso nel mercato cinese di diversi marchi stranieri. Ad ogni modo, nonostante la penetrazione di diverse aziende occidentali, nessuna di queste ha per il momento guadagnato una posizione di leadership, ed il mercato non e' dominato dai soli brand stranieri. Posizioni dominanti come quelle di Chantelle in Francia, Victoria's Secret negli Stati Uniti e Marks & Spencer in Gran Bretagna non sono ancora state raggiunte da nessun player, e cio' rende la Cina ancora piu' appetibile. Il mercato della biancheria femminile e' attualmente molto frammentato e la quota del leader di mercato non raggiunge il 5% del totale. Tra i marchi stranieri Triumph e' uno dei primi ad essersi interessato alla Cina, ma nonostante cio' non e' ancora riuscito a guadagnare una significativa quota di mercato, mentre altri marchi occidentali come Wacoal e Calvin Klein muovono ancora i primi passi alla conquista dell'enorme mercato dell' impero di mezzo. Molte aziende locali competono principalmente nelle fasce piu' basse del mercato ma stanno tentando di guadagnare un posizionamento piu' elevato. Alcune tra queste, Aimer ad esempio, grazie allo sviluppo di una efficace rete distributiva e ad un miglioramento nella qualita' dei capi, stanno rapidamente raggiungendo una posizione di leadership. Differenze nei gusti delle consumatrici esistono e dipendono sia dalla fascia di eta' di appartenenza, che dall' area climatica di provenienza (nord o sud del paese), ma anche dalle differenti conformazioni fisiche. Un diverso senso estetico e' espresso a seconda dell'eta': il pizzo, ad esempio, e' molto amato dalle signore mature mentre il cotone ed i nuovi materiali sintetici sono preferiti dalle giovani; o a seconda della regione di provenienza: se al sud predomina uno stile sofisticato vicino a quello occidentale, al nord e' prestata piu' attenzione al packaging ed all'immagine del negozio. Inoltre nonostante la maggior parte dei clienti si rivolga ancora ai tradizionali canali distributivi (grandi magazzini, negozi

monomarca, supermarket ecc..) un numero crescente di giovani punta alla convenienza e preferisce quindi acquistare lingerie sul web. Le aziende leader del comparto hanno posto in atto una strategia multi-brand in modo da catturare diversi gruppi di potenziali clienti. Aimer ad esempio, il maggiore player locale, articola la sua offerta di prodotti su quattro diversi brand: La Clover, Aimer, Imi's e Shine Love. La Clover e' il marchio top di gamma, Aimer si rivolge alle donne mature della media borghesia mentre la clientela di Imi's e' composta prevalentemente da donne giovani e dinamiche. Shine Love e' l'unico marchio venduto esclusivamente online. Come altri tipi di prodotti la lingerie riflette le abitudini di vita del consumatore. Venti anni fa quando il mercato ha iniziato ad aprirsi alle aziende straniere, le donne cinesi hanno realizzato per la prima volta che l'intimo puo' essere piu' che semplice biancheria di cotone ed oltre ad essere un prodotto di moda con un forte contenuto di stile ha anche un ruolo funzionale nel disegnare e plasmare la figura femminile. Con l'aumento del reddito medio, specialmente nelle grandi citta' cosiddette 'first-tier', crescente importanza nella scelta dei capi intimi e' data a fattori quali la qualita' del prodotto, il marchio, e lo stile. Grazie ad una piu' vasta esperienza nel settore, le case di lingerie straniere godono ancora di un ovvio vantaggio in termini sia di branding che di design del prodotto, ad ogni modo le aziende cinesi stanno gradualmente raggiungendo i concorrenti occidentali. D'altronde come consumatrici le signore cinesi vedono di buon occhio la crescente competizione, ed in alcuni casi cooperazione, tra players cinesi e stranieri, quale buono strumento per renderle piu' belle e glamorous grazie alla 'seconda pelle di una donna'.

*Mandarin Capital Partners Red-

SERVIZI PER GLI ABBONATI

Se desideri riconfigurare, sospendere il servizio o modificare il tuo indirizzo e-mail [clicca qui](#)
Per assistenza contatta il Servizio Clienti: portale@info.ilsole24ore.com