

# RADIOCOR

## 24 Maggio 2011

**(ECO) ### Cina: affari d'oro per le griffe grazie ai ricchi giapponesi - LUSO A SHANGHAI**

di Lelio Gavazza e Beatrice Spagnoli \*

(Il Sole 24 Ore Radiocor) - Milano, 24 mag - I clienti giapponesi delle griffe si spostano in Cina e con loro gli investimenti e i fatturati delle case di moda. A pochi mesi dal terribile terremoto, i colossi della moda iniziano a recuperare le posizioni perdute in termini di fatturato proprio grazie a un incremento della loro presenza sul mercato cinese. Una tendenza, questa, che ha ricevuto una decisa accelerazione dalle rilevanti perdite economiche che lo tsunami ha provocato, tra gli altri ingenti danni, nel Paese del Sol Levante. Ma va ricordato che già le prime indicazioni economiche del 2011 - antecedenti, dunque, al disastro dell'11 marzo scorso - indicavano il mercato giapponese come soccombente rispetto a quello cinese in valore assoluto. L'ultimo decennio di continui balzi in avanti dell'Impero del Dragone, infatti, hanno indubbiamente spianato la strada a questo importante traguardo. I dati 2010 evidenziavano a loro volta un nuovo record: oltre 172 miliardi fatturati (+12% rispetto al 2009). Le prime stime prevedono ora una crescita pari a 185 miliardi di euro entro il 2011. Sono numeri che, come è evidente, posizionano la Cina al secondo posto nella hit delle economie mondiali, giusto dietro gli Usa, Paese già ampiamente collaudato anche nella spesa economica del comparto del lusso. Ma in che misura la Grande Cina sta guadagnando posizioni sull'economia giapponese?

Città come Shanghai, Pechino, Taipei, Hong Kong e Macao stanno ricevendo flussi di facoltosi turisti giapponesi, che proseguono in questi mesi successivi al disastro la loro usuale attività di shopping in queste città. Ciò è dovuto non soltanto ai problemi - potenziali o reali - originati dalle radiazioni, ma anche al fatto che molti di loro hanno colto tale occasione per spostare temporaneamente la residenza in queste metropoli (principalmente a Hong Kong) in attesa di superare la crisi relativa alle radiazioni nucleari. E' evidente, dunque, che la Grande Cina si appresta a diventare, inevitabilmente, il principale polo di gravitazione della moda e del lusso nel Far East. Questa ulteriore spinta espansiva contribuirà a reindirizzare gli stock e i fatturati giapponesi aggravati dalle perdite post tsunami verso le città cinesi. Il meccanismo economico che ne discende favorirà, infine, anche la crescita dei budget pubblicitari, alimentando ancor più un mercato globale che marcia già a pieno ritmo.