

RADIOCOR

06 Novembre 2012

(ECO) ### La pelle made in Italy va a nozze con le scarpe cinesi - LUSO A SHANGHAI

di Lelio Gavazza e Beatrice Spagnoli *

(Il Sole 24 Ore Radiocor) - Milano, 06 nov - Questione di feeling? La qualità italiana appare fondamentale per il futuro del business della 'moda pelle' in Asia. Non solo: tra Italia e Cina, la sinergia sulla produzione in pelle appare più che consolidata e con un futuro promettente. Non a caso, c'è grande attesa per la decima edizione di Lineapelle Asia, che si aprirà giovedì 8 novembre 2012, al centro fieristico di Guangzhou.

Da un lato, la cosiddetta "Greater China" (Cina + Hong Kong) è da quasi vent'anni il primo mercato di destinazione dell'export di pelli conciate in Italia, per un giro d'affari che nel 2011 ha toccato il nuovo record storico di

745 milioni di euro, pari al 20% dell'export e al 13% del fatturato nazionale di settore. Inizialmente, ad avviare le nostre esportazioni fu la delocalizzazione, soprattutto nel Guangdong, delle multinazionali della scarpa e della pelletteria europea e nordamericana. La flessione dei consumi occidentali, unita al forte incremento dei costi di produzione nelle zone costiere cinesi, sono alla base dell'inversione di tendenza registrata quest'anno. I dati sull'export di pelli italiane in Cina nei primi sette mesi

2012 indicano un -11% in valore. Nello stesso periodo, l'export di scarpe in pelle cinesi nel mondo ha ceduto il 12%. Ora però si aprono nuove possibilità per concerie, produttori di accessori,

componenti. Infatti, la produzione cinese di scarpe continua ad aumentare, +8% nel primo semestre 2012, per la crescita dei consumi interni. La realtà è che i produttori asiatici stanno elevando la qualità dei manufatti e, per farlo, hanno più

che mai bisogno di materiali di pregio e innovazione stilistica, nei quali le aziende italiane sono leader. Insomma, la moda cinese ora inizia a realizzare marchi propri di eccellenza.

Ma lo fa grazie all'impiego di prodotti italiani. La Cina è un produttore ormai affermato e un consumatore sempre più importante per i beni di lusso.

E questa è una buona notizia non soltanto per le griffe occidentali e per chi le rifornisce, ma anche per chi sta investendo sui piccoli o grandi produttori locali, destinati al consumo interno cinese. Da loro dipenderà la tenuta dell'export diretto di conciato italiano in quello che, da poco meno di vent'anni, è la sua prima destinazione mondiale, con un giro d'affari che nel 2011 ha fatto segnare il nuovo record. Va ricordato peraltro che Italia e Cina hanno alle spalle un lungo legame: nel 2010 i due Paesi hanno festeggiato 40 anni di relazioni diplomatiche e nel

2011 l'interscambio economico italo-cinese ha raggiunto 51,3 miliardi di dollari, con l'obiettivo di arrivare a 80 miliardi nel 2015. In questo contesto, la qualità del 'made in Italy' trova ora degno spazio nel mondo delle calzature del Paese del Dragone.

* Osservatorio Asia