



Un buyer cinese a Milano Unica che quest'anno ha sofferto il calo degli arrivi dal Far East



L'imprenditore Mario Boselli

«Le nostre imprese oggi troppo fragili sui mercati globali»

Italia-Cina. Lo sguardo di Mario Boselli oltre la crisi
La filiera della moda e la dipendenza da tre grandi Paesi
«Si riducono i margini ma produrre qui dà più sicurezza»

SERENA BRIVIO

«Quando l'emergenza Coronavirus sarà finita, le imprese nazionali del tessile abbigliamento dovranno trarre una lezione da quanto accaduto: non si può far riferimento a un solo Paese, in questo caso la Cina, per l'approvvigionamento di tessuti e manifattura moda. La fortissima interdipendenza dall'ex Impero Celeste, come fornitore e cliente, rischia di costare davvero cara». Questa l'analisi di Mario Boselli, presidente del-

l'Istituto Italo Cinese e presidente onorario della Camera Nazionale della Moda, supportata dai numeri.

«Un'esposizione davvero impressionante - spiega l'imprenditore - Nel 2019 sono stati importati dalla Cina articoli e prodotti per un valore di 27,13 miliardi di euro, ai quali si devono aggiungere le importazioni dal Bangladesh per un valore di 17,72 miliardi di euro e dalla Turchia per 10,15 miliardi di euro. Le importazioni da tutti gli altri Paesi so-

no state al di sotto dei 5 miliardi di euro. Non bisogna essere dei grandi matematici per capire quanto incide sul settore del fashion il bacino asiatico, qualsiasi scossa può provocare uno tsunami con effetti devastanti sull'intera filiera».

Secondo Boselli il rallentamento della più grande fabbrica del mondo dovrebbe far riflettere la fashion community. «Dopo il black out, i cinesi riprenderanno presto in mano il pallino. Sono reattivi

e risoluti a superare la crisi. È la nostra industria manifatturiera che deve attrezzarsi per parare colpi di questa portata. Per circoscrivere il contagio di altre, eventuali epidemie occorre strutturarsi in maniera diversa, diversificando in modo sostanziale le fonti di rifornimento e riportando in casa, per quanto possibile, le lavorazioni delocalizzate nel Far East. Se ne parla tanto, forse è arrivato il momento di accelerare l'operazione. Certo, accontentandosi di una marginalità più bassa, ma con la garanzia che il ciclo produttivo non si fermi o subisca traumi».

Il mercato del lusso

L'industriale stima anche l'impatto dell'epidemia sul travel retail. «Nelle ultime stagioni il tax free shopping è cresciuto in Italia proprio grazie ai cinesi (il cui peso è salito l'anno scorso al 28%) seguiti da russi (12%) e americani (11%). Tutto lasciava sperare in un maggior incremento, ma il Coronavirus e la conseguente perdita di presenze, oggi impossibile da quantificare, avrà un pesante impatto sulle vendite dei negozi. Ogni giorno aumenta la lista delle

I numeri

Lombardia capitale del fashion

In Lombardia le imprese dello shopping di moda, tra vendita di abbigliamento e accessori, sono 9.774 su 91.138 a livello nazionale. Un'impresa su tre ha sede a Milano (3.518); sono soprattutto imprese che si occupano di confezioni per adulti (1.147). Al secondo posto per imprese si piazza Brescia (1.335), seguita da Bergamo (959), Varese (788) e Monza e Brianza (738). In sequenza ecco poi Como (519 imprese), Pavia (460), Mantova (416), Cremona (302), Sondrio (299), Lecco (258) e Lodi con 182 imprese attive. Altro capitolo, il numero di addetti nelle imprese attive nei settori di abbigliamento e accessori. In Lombardia sono 62.999 gli addetti (su 259.330 in ambito italiano), con il primato nazionale che appartiene a Milano con 45.165 occupati. In regione, dopo il capoluogo meneghino, si piazzano Brescia (3.550), Bergamo (3.300). A seguire Como (1.431), Mantova (1.098), Sondrio (731), Lecco (590) e Lodi (537).

compagnie aeree che cancellano i voli per l'Italia».

I marchi del lusso devono fare poi in conti con la contrazione dei consumi anche all'estero, a cominciare proprio dalla Cina dove hanno temporaneamente chiuso molti punti vendita.

L'e-commerce

I consumatori cinesi rappresentano il 35% della domanda mondiale di beni del lusso e la Cina è il primo importatore mondiale di petrolio. Anche elettronica, apparecchiature elettriche, tessile e automotive potranno andare incontro a interruzioni per la carenza di componenti in arrivo dalla Cina e sono attesi effetti negativi sul turismo per i paesi che attirano significativi afflussi dalla Cina.

C'è da sperare che la perdita degli store venga compensata da un rimbalzo dello shopping on line? «Certamente» - risponde Boselli - Informazioni raccolte di recente confermano questo trend. Va però aggiunto che il futuro del retail sarà un'integrazione sempre maggiore e sempre più armoniosa di online e offline, di negozio fisico e negozio virtuale».

