

[HOME PAGE](#) » [REGIONE](#)

19 febbraio 2016

LA MODA ITALIANA, DI QUALITA' ED ACCESSIBILE, ARRIVA SUL MERCATO CINESE

LA MODA DONNA CRESCE DEL 32% NEL 2015 – 100 MARCHI ITALIANI GIÀ CONTRATTUALIZZATI DAL GRUPPO IFF DI SHANGHAI – UN MERCATO PER 300 MILIONI DI CINESI

Comunicato stampa - editor: **M.C.G.**

CONDIVIDI



0



1

0 [COMMENTI](#)



La domanda cinese di moda italiana per donna è aumentata del 32% nel 2015. Un dato che, al di là delle griffe internazionali, riguarda l'intera produzione medio/alta italiana, con un mercato potenziale di 300 milioni di cinesi benestanti, un settore al riparo dalle turbolenze finanziarie delle borse locali.

E' quanto emerso dalla conferenza stampa tenutasi oggi a Milano, organizzata dal Gruppo asiatico IFF (International Fine Fashion Group, www.iff-eu.com) e da Retaily.

ARGOMENTI

► [Economia, turismo](#)

Il Gruppo cinese ha già messo sotto contratto 100 marchi italiani della moda (ma il loro numero crescerà nei prossimi mesi) che esportano in 9 Fashion Center in corrispondenza delle più importanti città cinesi, con una strategia commerciale a più

canali che affianca la vendita al dettaglio, all'ingrosso e online.

Il primo Concept Store di IFFG aprirà a Shanghai nel settembre del 2016, all'interno dello shopping center "Golden Eagle", una delle più prestigiose catene del retail di lusso di tutta la Cina. Gli altri Fashion Center saranno aperti a: Changsha, Shenzhen, Xian, Hangzhou, Beijing, Wuhan, Shengyang e Xiamen.

"Mentre i grandi marchi della moda internazionale stanno perdendo quote di mercato in Cina – ha spiegato Dan Jiang, Project Manager IFFG - la domanda di prodotti italiani di qualità, e dal prezzo accessibile, continua a crescere in modo costante. Nel 2015 le nostre stime riferiscono di un aumento dell'import di prodotti moda donna Made in Italy di circa il 32%. Si tratta di aziende storiche della tradizione italiana, ma anche di linee nuove e stilisti emergenti, destinati ad incontrare il gradimento di grandi fasce di consumatori cinesi, soprattutto quello delle classi medie urbane emergenti".

Giacomo Gardumi, Chairman di Retaily, ha spiegato come le turbolenze dei mercati finanziari non influiscono sull'import cinese di moda italiana:

"L'interscambio tra Cina e Italia nel comparto moda crescerà di anno in anno. Le tempeste speculative registrate sulle borse di Shanghai e Shenzhen non impattano sull'economia reale della Cina, che è, per sua natura, impermeabile alle dinamiche della finanza internazionale".