



Ottobre 2015 - E' stato presentato a Milano un nuovo progetto del Gruppo cinese IFF.

Secondo Linda Tong, Ceo di IFF, il rallentamento dell'economia cinese non fermerà l'export italiano dell'abbigliamento e della moda italiana, che potrebbe raddoppiare nei prossimi 10 anni.

Nei primi 5 mesi del 2015 l'aumento dell'export della moda donna italiana è aumentato del 30,4% verso la Cina (e del 30,8% verso Hong Kong), favorito anche dai tagli dei dazi da parte cinese: da giugno i dazi su tailleur, completi, cappotti, giacche a vento, giubbotti, maglioni, giacche sono scesi dal 14/23% al 7/10% (*dati Istat*). Una domanda, quella cinese, che tende ad ampliarsi: sono richieste non solo le grandi griffe della moda, ma un più vasto campionario di abbigliamento ed accessori di fascia media e medio-alta.

*"Stiamo cercando marchi con collezioni e stili innovativi - spiega Linda Tong - prodotti di fascia medio alta ma ad un prezzo accessibile, capaci di interpretare i gusti e le esigenze di una nuova classe emergente di consumatori cinesi. Nei prossimi 10 anni questa fascia è destinata a passare da 300 a 600 milioni di consumatori, con la possibilità di comprare prodotti fashion di grande qualità al giusto prezzo".*

IFF sta già selezionando 200 marchi italiani dell'abbigliamento e della moda, proponendo una formula innovativa: nessun investimento da parte delle aziende italiane, canali distributivi consolidati, apertura di negozi monomarca a costo zero, ordini minimi di acquisto di 500mila euro all'anno, politiche di costante incremento dei volumi di ordine negli anni successivi,

monitoraggio online delle vendite in tempo reale, registrazione del marchio in Cina a carico di IFF.

I requisiti richiesti da IFF alle aziende interessate sono che esse non siano ancora presenti in Cina o abbiano contratti distributivi in essere, o che non siano soddisfatte dei propri partner commerciali, contratti di fornitura della durata di 5 anni. concessione di esclusiva commerciale per tutto il territorio cinese, primi ordini a partire da febbraio 2016 per la stagione autunno/inverno 2016/2017

Quello cinese non è un mercato facile, come sa bene il comparto dell'abbigliamento e della moda italiano che ha dovuto prendere atto del fallimento di più di un tentativo di interscambio. In passato erano arrivati in Italia gruppi finanziariamente forti, ma provenienti da settori non specializzati, come l'immobiliare o la finanza pura. Questa volta, al contrario, l'operazione è diretta da IFF, che vanta un'esperienza trentennale nel campo dell'abbigliamento ed una conoscenza approfondita della domanda dei consumatori cinesi nel settore fashion.

IFF porterà in esposizione i prodotti della moda italiana in 8 nuovi Fashion Center dislocati nelle più note strade commerciali delle città di Shanghai, Shenzhen, Changsha, Hangzhou, Beijing, Wuhan, Shengyang e Xiamen (prima apertura nel settembre 2016 a Shanghai). All'interno dei Fashion Center troveranno posto 300 distributori cinesi, selezionati da IFF, che esporranno i prodotti italiani per venderli sia al dettaglio che all'ingrosso, come avviene comunemente in Cina. Oltre che centri di vendita diretta, i centri di IFF funzioneranno anche come centrali di acquisto online, per mezzo di una piattaforma di e-commerce. La seconda fase del progetto prevede investimenti in tutto il territorio della Repubblica Popolare Cinese.

*Nella foto: Linda Tong, CEO di IFF*