



## Ma è la Cina la vera scommessa

**MILANO** ■ Si intravede la ripresa, dell'economia, dei consumi e del settore del lusso. Ma non per questo i protagonisti della moda rinunciano a riflettere e a una certa dose di sana autocritica. All'insegna però «dell'ottimismo», raccomanda Mario Boselli. Aprendo i lavori del Milano Fashion Global Summit, il presidente della Camera della moda ha spiegato che il made in Italy non ha ragione di dubitare della propria forza, essa è indipendente da cicli economici e congiuntura negativa e non teme i nuovi, e sempre più agguerriti, concorrenti asiatici.

Al summit ha partecipato anche Luca Cordero di Monte-

zemolo. Partendo dalla sua esperienza a Maranello, il presidente della Ferrari si è detto preoccupato per la grande difficoltà dell'Italia a «fare sistema». Portando l'inevitabile esempio della concorrenza asiatica, Montezemolo ha precisato: «Non dobbiamo farci spaventare dalla Cina; dobbiamo guardare alla globalizzazione come a un'opportunità per far crescere le aziende, che hanno però bisogno del supporto del sistema-Paese».

Sia Montezemolo, sia Die-

go Della Valle hanno chiarito che marchi come Ferrari e Tod's hanno una forza — e una fama — che permette loro di affrontare anche la sfida cinese. Secondo il presidente di Tod's, occorre mettere da parte timori e ansie protezionistiche e affrontare senza indugi il mercato cinese. Anzitutto, perché in questo momento terreni ed edifici hanno ancora prezzi abbordabili, ma anche perché occorre tempo per costruire un'immagine, una riconoscibilità. Il momento giusto

è questo, per ottenere una sorta di imprinting dei consumatori.

A ulteriore conferma dell'importanza dell'Asia anche l'intervento di Domenico De Sole: il numero uno di Gucci, in collegamento, guardacaso, dalle Filippine, ha detto che «entro tre anni il gruppo conta di realizzare in Asia, escluso il Giappone, il 30% del proprio fatturato, contro l'attuale quota del 16 per cento». De Sole, che ad aprile 2004 lascerà Gucci, ha concluso: «L'Asia è il futuro dell'industria della moda e del lusso. E la Cina, in particolare, diventerà il maggiore mercato del settore».

**GIULIA CRIVELLI**