



## MERCATI DI IERI PUBBLICO DI DOMANI

di David Pambianco

**È** stato un inizio d'anno con spunti di ottimismo. L'andamento delle prime fiere del settore ha riservato, questa volta, sorprese positive. Le manifestazioni dell'uomo di Firenze e Milano hanno registrato crescite importanti dei visitatori e soprattutto dei buyer. Lo stesso clima positivo si è registrato negli appuntamenti della casa e del bambino. Questa inaspettata 'ripartenza' è il risultato di molteplici fattori. Ci sono aspetti contingenti, come un calendario con cadenze più gestibili rispetto a quello dell'anno precedente e (soprattutto per Pitti Uomo) la chiusura, all'ultimo momento, della fiera tedesca Bread & Butter. Ma ci sono anche fattori macro-economici. Da una parte del mondo, la locomotiva americana ha ripreso a marciare; dall'altra parte, la fiducia ha risvegliato gli acquisti in Giappone. Questi due poli sono da sempre la terra di conquista del made in Italy. Rappresentano le fondamenta dell'export nazionale del settore, senza le quali il rischio è di rimanere sempre in bilico.

Ma attenzione. Tutto ciò che sta in mezzo, dalla Russia alla Cina, non va sottovalutato. La Russia rappresenta un mercato che, per anni, ha sostenuto i conti del lusso italiano, sia delle grandi sia delle piccole imprese: oggi, paga la crisi nazionale ed è di fronte a una ristrutturazione-riposizionamento che sarà utile studiare con attenzione, perché potrebbe riservare soddisfazioni a marchi italiani capaci di proporre una qualità più accessibile, dunque un più ampio ventaglio di marchi made in Italy. Mentre la domanda cinese, che ha stupito per la rapida escalation, non deve oggi stupire per l'attuale fase di assestamento. Il peso assunto dall'estremo Oriente, del resto, è riflesso nei numeri. A Pitti Uomo, accanto ai progressi di mercati chiave come, appunto, Usa, Giappone e Germania, ha colpito il +30% delle presenze dalla Cina, che è stata tra i driver della crescita dei buyer anche per Homi e per White.

Ma il peso del Drago sulla moda made in Italy si è riflesso in un fenomeno forse anche più eclatante. Nel corso delle sfilate Uomo, Milano è stata ostaggio della consueta isteria da vip, con la profonda differenza, rispetto al passato, che gli 'isterici' erano un pubblico di ragazze e ragazzi di provenienza e cultura cinese. E la fonte di quella passione erano celebrities venute da oltre la Grande muraglia, personaggi assolutamente sconosciuti a queste latitudini, già ostici alla memoria a cominciare dai nomi: Li Yi Feng, Zhu Yawen, Joseph Chang, Ethan Juan, Li Chen e Yu Xiaotong. Eppure, sono stati chiamati per occupare le prime file delle sfilate e per ri-chiamare la folla davanti alle location delle sfilate.

Insomma, si è dato al pubblico ciò che il pubblico cercava. Solo che, occorre prenderne atto, è un pubblico asiatico.