



REPORT CINA INDIA

10/18 NOVEMBRE 2011

Il Viaggio che ha permesso alle aziende associate che hanno fatto entrambi i Paesi: *China* ed *India*, di avere un quadro sulle 2 prossime potenze mondiali, ha visto lo sviluppo di più azioni promozionali.

La prima azione ha visto la partecipazione alla **fiera** di **Shanghai**, dedicata al mondo del bambino, (Kids Fashion Expo 11/13 novembre) presente Bimbo Italia con un proprio stand e le 4 aziende con sigoli stands individuali. La fiera è stata di livello purtroppo molto basso e non ha sortito contatti interessanti per le aziende associate.



Abbiamo inviato lettera di reclamo ad organizzazione italiana, attendiamo riscontro.

Accanto alcune immagini degli stands



L'ultimo giorno abbiamo deciso di non presenziare la fiera e di visitare la città i suoi centri commerciali i punti vendita di riferimento.

Shanghai con i suoi 20 milioni di abitanti è una capitale che pullula di energia, voglia di fare, dinamismo, business. La popolazione è molto giovane (età media del possessore di una lamborghini 31 anni), sembra vivere la città con entusiasmo, si fermano a ballare nei parchi con una radio accesa, fanno le fotos al nuovo grattacielo tirato su dal niente, acquistano, consumano, si muovono in una metropolitana efficiente e pulitissima da far invidia alla Tokyo dei primi anni 2000. Poi la parte francese, Pudong, la Nanjing rd con i suoi shop del lusso, dove vediamo le giovani donne e uomini vestiti griffatissimi da capo a piedi,



il negozio *Jacadi* con uno dei suoi 25 punti vendita in

China qui a destra. Abbiamo preso tutti gli indirizzi dei negozi. La *Geox*, con i suoi 200 punti vendita nelle 20 città più importanti della China, anche qui abbiamo preso tutti gli indirizzi per capire quali sono le città di riferimento ed i centri commerciali di rilievo.



Importante il supporto del giovane Tommaso Vallini, il ricercatore che tramite l'università di Firenze ha condotto la ricerca sulla moda infantile in China, vive là da 5 anni e ci ha assistito nelle nostre giornate a Shanghai, anche perché l'inglese non è così diffuso. Interessante l'incontro con Marilena, mia amica ai tempi di Prada, che ho voluto condividere con le aziende associate, che vive da 1 anno e mezzo con intera famiglia là ed il marito, direttore generale della filiale Pirelli in China, in un contesto di forte comunità occidentale che ha un tenore di vita molto alto in questa città. Siamo partiti dalla China, con una voglia di lavorare con un popolo, un Paese, che apprezza il made in Italy, che vuole consumare, che vuole crescere.

La seconda azione in India: Mumbai+New Delhi

Abbiamo salutato l'associato Le Guignol, che invece terminava la missione e siamo preseguiti con Monnalisa e Scorpion Bay verso l'India, destinazione Mumbai. Dopo 7 ore di volo, siamo arrivati nel caldo tropicale della città indiana, qui assistiti dalla Promos Milano, con la dott.ssa Rotella Rosalba, siamo stati costantemente accompagnati ad interfacciarsi con le varie controparti indiane del business, secondo un'agenda personalizzata di incontri cosiddetti b to b. Più interessante la tappa di **Mumbai** rispetto a **New Delhi**, anche se la situazione evolutiva della città è totalmente opposta, evidenziando la seconda delle modernità e tecnologie che la prima non ha. Anche qui, abbiamo visitato dept. Stores, malls, dove sono presenti tutti i big brands, con soddisfazione abbiamo visto anche la nostra azienda associata Monnalisa con il proprio store all'interno del più bel centro dello shopping che è Oberoi Mall. Abbiamo ricordato il 2008, quando facemmo assieme al Consorzio la ricerca dell'attuale partner di Monnalisa.



Alleghiamo infine un articolo che mi sono letto in aereo sul Time in cui vengono messe a confronto le 2 economie China ed India, è interessante. Comunque vada, chiunque tra le 2 prevaricherà sull'altra, è bene esserci dentro!