

L' arredo brianzolo piace ai cinesi Balzo dell' export

elena roda

L' analisi Nel report della Fondazione Italia-Cina il distretto ha scalato tredici posizioni ed è quarto «Pechino rallenta la crescita, ma ricchezza più diffusa» Crescita più lenta ma balzo in avanti del distretto brianzolo del legno e arredo. Sono significativi i dati sull' economia cinese presentati a Como da Francesco Boggio Ferraris, direttore della Scuola di formazione permanente della Fondazione Italia Cina, ed elaboratori dal CeSIF, il Centro studi per l' impresa della Fondazione, che delineano il nuovo modello economico del Paese asiatico, registrando il ruolo sempre più importante giocato dal prodotto delle imprese del legno del nostro territorio. Con un obiettivo di crescita del 6,5% del Pil fino al 2020, la Cina prosegue nella fase del "new normal", con una «normalizzazione naturale e una crescita più lenta - spiega Boggio Ferraris - che significa anche ridistribuzione sulle classi che stanno emergendo». L' aumento dei consumi

Se la nuova Cina, per volontà politica, segna una tendenza a sviluppare il mercato interno, con la trasformazione dell' economia da un modello basato su investimenti e import a uno che predilige i consumi locali, per quanto riguarda l' export italiano in Cina, la nostra provincia non può che guardare in maniera positiva al mercato cinese dove, secondo i dati esposti da Boggio Ferraris, il distretto del legno e arredo della Brianza si colloca al quarto posto della classifica dei distretti italiani per esportazioni nel Paese asiatico nel 2016, dietro a oreficeria di Arezzo, macchine tessili di Biella e abbigliamento e calzature della Bassa bresciana. Un risultato importante se confrontato agli anni precedenti (il nostro distretto si attestava al 22esimo posto nel 2012, al 20esimo nel 2013, al 15esimo nel 2014 e al 17esimo nel 2015) e che fa ben sperare per il futuro degli scambi commerciali con la Cina con i mobili al settimo posto nella classifica dei prodotti italiani esportati in Cina nel 2016 (occupano i primi tre posti auto, abbigliamento e macchine per lavorazioni speciali), grazie anche all' edizione cinese a Shanghai del Salone del Mobile di Milano che attira l' interesse del mercato asiatico,



per un totale dell' **export** italiano nel Paese pari a 20,41 miliardi di dollari e un +22% che vede l' Italia al primo posto nell' Unione europea per tasso di crescita in Cina. In un contesto positivo per il prodotto italiano, il Paese asiatico sta cambiando volto con un' espansione senza precedenti della classe medio-alta che, nelle previsioni, passerà dal 7% del 2015 (per classe medio-alta si intende quella con reddito annuale tra gli 8.600 euro e i 25.700 euro) al 20% del 2030, con un' erosione della fascia bassa (sotto i 1.670 euro) che, nelle previsioni, passerà dal 37% del 2015 all' 11% del 2030. Cambiamenti che hanno conseguenze importanti sui consumi, in particolare quelli nel settore del lusso che «nel 2017 - ha spiegato Boggio Ferraris - grazie a una middle class che cresce e a una maggiore sofisticatezza nelle scelte dei prodotti, sono aumentati del 20% rispetto al 2016, raggiungendo un totale di 18 miliardi di euro» con, sempre nel 2017, «una quota cinese nei consumi globali del settore del lusso che è cresciuta di due punti rispetto al 2016, fino a raggiungere un valore del 32%». Trend demografici La crescita della classe media in Cina significa quindi anche cambio di rotta per quanto riguarda la scelta dei prodotti - «con una maggior rilevanza di brand di fascia alta, personalizzati, di nicchia, caratterizzati da una lunga storia e da materiali pregiati», ha spiegato Boggio Ferraris - anche se, è da notare che, per il momento, la maggior parte dei consumi cinesi nel settore del lusso avviene durante viaggi all' estero (solo il 10% in Cina).