

Montenapoleone District si prepara ad accogliere i turisti cinesi

notizia pubblicata **07 febbraio 2019** alle ore **11:20** nella categoria **Territori**



Tra pochi anni la Cina diventerà il primo mercato mondiale per i beni di consumo e, tra quindici anni, i cinesi appartenenti a una fascia di reddito alta o medio alta passeranno dal 10 al 35%, con una classe medio alta che andrà a triplicare (dal 7 al 20%) e una fascia di reddito alta che andrà a quintuplicarsi (dal 3 al 15%). Con l'elevarsi della classe media e delle esigenze delle famiglie cinesi, la qualità è sempre più richiesta e questo apre scenari molto allettanti per l'Italia, senza ombra di dubbio Paese capofila a livello mondiale, e per le sue eccellenze, in primis moda, accessori e beni ad alto valore aggiunto. Per questo che MonteNapoleone District ha ideato la tavola rotonda 'Consumi, turismo, lusso: i driver dell'economia cinese all'epoca di Xi Jinping'.

Focus il mercato cinese nel settore retail, data la forte spinta ai consumi che arriva anche dall'incremento dei viaggi all'estero da parte del popolo cinese, che negli ultimi anni ha avuto un forte impatto in termini di vendite al di fuori della Cina. I turisti cinesi sono sempre più facoltosi, acculturati e tecnologici, oltre che sono sempre più donne e giovani.

I Millennials – che rappresentano circa il 30% del totale – e la 'she economy' sono ormai parte importante nell'evoluzione dei trend dei consumi. Ma a loro si aggiungono anche le nuove generazioni, come ha sottolineato nel suo intervento Francesco Boggio Ferraris, direttore Scuola di Formazione Permanente della Fondazione Italia Cina: "In Cina si chiamano 'linglinghou', letteralmente i 'nati dopo lo 00', ovvero la

generazione di giovanissimi che è nata nel 2000 ed ha compiuto la maggiore età lo scorso anno. Uno su dieci ha già un business avviato su internet, soprattutto nel segmento attraverso il quale dialogano di più: quello dello short-video. L'83% di questi nuovi consumatori preferisce ricavare informazioni sui brand attraverso i video piuttosto che da siti o account. Comprendere le loro aspirazioni e necessità ricopre già un aspetto chiave di qualsiasi strategia di posizionamento in Cina”.

Secondo i dati Global Blue i turisti cinesi nel 2018 si sono confermati la prima nazionalità per acquisti tax free anche in Italia. Con un peso del 30% del totale del mercato hanno fatto registrare anche uno degli scontrini medi più alti a livello nazionale: 1.070 euro. Milano è stata la loro principale destinazione per lo shopping nel nostro Paese: nel 2018, infatti, il 42% degli acquisti dei viaggiatori provenienti dalla Cina sono stati effettuati proprio nel capoluogo lombardo, per un valore complessivo in linea con quello del 2017. Guardando, infine, ai dati Global Blue riferiti al Tax Free Shopping nel Quadrilatero della moda milanese, si evidenzia come negli ultimi cinque anni, dal 2013 al 2018, il peso dei turisti cinesi sia cresciuto del 56%, così come il valore del loro scontrino medio, giunto lo scorso anno a un valore pari a 1.897 euro.

“Abbiamo inserito per la prima volta il ‘MonteNapoleone Chinese New Year’, appuntamento dedicato al Capodanno cinese, nel palinsesto di eventi che di anno in anno accrescono il valore del distretto e l’esperienza di un mall a cielo aperto unico al mondo”, ha detto Guglielmo Miani, presidente di MonteNapoleone District.

La promozione a livello turistico del ‘MonteNapoleone Chinese New Year’ passa attraverso Shopping Tag e QRcode, che valorizzano le attività organizzate a livello associativo, sull’account ufficiale WeChat di MonteNapoleone District, ad oggi l’unico distretto del lusso in Europa ad avere scelto la piattaforma di servizi più diffusa in Cina, con 1 miliardo di utenti attivi al mese, sviluppata dalla società cinese Tencent per raggiungere la propria clientela cinese on target. Grazie all’accordo con Retex, WeChat rappresenta oggi un canale strategico per dialogare con i consumatori cinesi, sempre più amanti dello shopping italiano.

Nel calendario di eventi che fanno da cornice alla celebrazione del capodanno cinese, fino al 10 febbraio lungo via Montenapoleone è allestita la mostra fotografica organizzata con il Patrocinio dell’Ambasciata Cinese e del Comune di Milano ‘Liu Bolin. Hiding In The Fashion Districts’ dell’artista cinese di fama internazionale conosciuto anche come The Invisible Man. I passanti potranno contemplare venti opere esposte a cielo aperto, grazie a pannelli autoportanti che ripercorrono la poetica dell’artista.