



MODA 24

Industria + Finanza | Retail + Web | Stili + Tendenze | Beauty + Benessere | Speciale Sfilate

 Cerca**Luxury24** >

Moda24 > Industria Finanza

Unicità, qualità e design spingono i brand in Cina. Hermès, Chanel e Prada tra i top

di Chiara Beghelli

15 febbraio 2016 Cronologia articolo

Tweet

Recommend 0

G+1 0

A A  

Il tempo per sé, il rispetto per l'ambiente, l'unicità di un oggetto: la definizione di "lusso" può essere la più personale, ma difficilmente non includerà due aspetti, l'esclusività e la desiderabilità. Due concetti che i brand dell'alta gamma, come alchimisti, cercano di combinare in un equilibrio perfetto, armonizzando due necessità, quella di produrre sogni e ricavi. "Measuring Brand Exclusivity and Desirability - China" è proprio il nome di un report pubblicato da Promise Consulting e da Bnp Exane, che indaga quali sono i brand del lusso più esclusivi e desiderabili in Cina, mercato chiave dell'alta gamma: il campione preso in esame è stato di 607 donne fra i 18 e i 54 anni, residenti della Mainland China (che comprende Great China e Hong Kong), con un reddito medio mensile superiore a 20.000 yuan, (circa 2.700 euro), cifra elevatissima se si considera che il reddito medio dei cittadini cinesi nel 2015, secondo il China Statistics Bureau, è stato di 21.996 yuan all'anno.

Sia per esclusività sia per desiderabilità, i brand della top 5 sono gli stessi: Hermès, Chanel, Louis Vuitton, Prada e Dior. «L'immagine di Hermès e il concept dei suoi prodotti rispecchiano in pieno l'evoluzione dei consumatori cinesi, che sono in cerca di prodotti con una visibilità più discreta, che esprimano un savoir faire autentico e una qualità eccellente - spiega Philippe Jourdan, ad di Promise Consulting -. Vuitton da parte sua non ha sofferto affatto di una presunta "democratizzazione", anche grazie al nuovo corso di Nicolas Ghesquière e al lancio di nuove borse, come la Vivienne e la Capucines, che si collocano in un segmento decisamente superiore a quello delle borse in canvas».

A scorrere la vetta della classifica, spicca che solo un brand su cinque sia italiano, nonostante i valori del nuovo lusso - un alto tasso di artigianalità e l'unicità in primis - siamo quelli tipici del made in Italy: «Senza dubbio il savoir faire italiano è molto considerato in Cina, ma i francesi prevalgono perché hanno un vivido "storytelling", che ai brand italiani ancora manca», prosegue Jourdan. Prada mantiene dunque un'invidiabile posizione: «Il senso di esclusività può essere offuscato da una fitta rete di punti vendita, ma non nel loro caso - prosegue l'analista -: la location, la dimensione e il design dei negozi curato direttamente sono fattori chiave». Gucci, invece, si piazza in fondo alla classifica, «anche perché il suo design ha, per ora, un logo troppo visibile», come Miu Miu e Valentino: «Miu Miu non è ancora molto noto, anche se il gruppo Prada sta espandendo la sua presenza nel Paese - spiega Jourdan-. Valentino, invece, forse sconta il fatto di un pricing molto elevato: soprattutto nelle borse, quando un brand sceglie prezzi alti senza guadagnare in esclusività, penalizza la sua desiderabilità».

**Backstage**
Il blog di Paola Bottelli**L'anima accudita, il corpo vestito**
Il blog di Giulia Crivelli**24moda**#Vhernier inaugura a New York e punta a 30 milioni di ricavi negli Usa - Moda 24 <https://t.c.o/MI76TQq4> via @24modaMipel @thebagshow, gli Usa e il Far East tra le priorità della pelletteria #mipel - Moda 24 <https://t.c.o/yQ6lzO6MI3> via @24moda#Baldinini sfida la crisi e investe in Russia: negozio e sede a Mosca - Moda 24 <https://t.c.o/ISpfc31Ht> via @24moda**moda24** Entra nella community su Facebook

I più letti

Oggi | Condivisi | Video | Foto | Mese

1. Dimmi a che ora ti svegli e ti dirò perché - ...
2. Angela Missoni: «Orgogliosi di essere corteggiati, ma...
3. Rocco Forte punta sulle Spa. Nuovo concept benessere per i ...
4. Vhernier inaugura a New York e punta a 30 milioni di ricavi...
5. Le calzature made in Italy puntano su Usa e Iran per colmar...
6. Da Versace a Moschino: 300 bijoux griffati a Palazzo Reale ...
7. Le strategie di CaféNoir: integrazione di retail e w...

Molto buone, invece, le performance di Roberto Cavalli e Moschino: «Cavalli è un brand molto desiderabile, anche se poco noto, combinazione che fa ben sperare per l'evoluzione del suo business - aggiunge l'ad -. Anche Moschino ha all'incirca lo stesso equilibrio, e gode anche di una forte immagine digitale». Italiani o francesi, secondo Jourdan in futuro tutti i player del lusso in Cina affronteranno le stesse sfide nel breve-medio termine: «Un rapporto più equilibrato fra shopping in patria e all'estero; l'assottigliamento del gap fra i prezzi nei diversi mercati, in un contesto in cui il digitale è un efficace mezzo di comparazione. Infine, i gusti della terza generazione di consumatori di lusso, che conoscono bene i brand e sono pertanto più critici, esigendo qualità impeccabile e prezzi coerenti». E questo, in verità, non sta accadendo solo in Cina.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

TAGS: Bnp Exane | Borsa Valori | Chanel | Christian Dior | Cina | Gucci | Hermès | Louis Vuitton | Marchi e brevetti | Miu Miu | Moschino | Nicolas Ghesquière | Philippe Jourdan | Prada | Promise Consulting | Roberto Cavalli

Clicca per Condividere



8. Unicità, qualità e design spingono i brand in...
9. Lavorare nella moda: la mappa delle scuole e delle università...
10. Baldinini sfida la crisi e investe in Russia: negozio e sed...

24 PARTNERSHIPS

Shopping24



-4,50%
€ 25,50
Iva Inc.

Future Ways Of Living
Future ways of Living raccoglie le suggestioni emerse durante l'evento internazionale che si è svolto a Milano nel giugno 2015.



-9,00%
€ 89,00
Iva Inc.

Guida Pratica Lavoro
Una vera enciclopedia pratica del diritto del lavoro e della previdenza sociale

G

MODA 24

Sezioni
Industria e Finanza
Creatività
Beauty e Benessere
Retail e Web
Casa24

Shopping
Moda e stili by Yoox.com
Design by Made in Design
Libri by Shopping24
Case di lusso by House24
Opere d'arte

Canali
Motori24
Viaggi24
Casa24plus
ArtEconomy24
Job24

Condividi
Facebook
Twitter
Pinterest
Blog di P. Bottelli
Blog di G. Crivelli

Il Sole **24 ORE**

GRUPPO24ORE



P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati
Privacy Policy

News Quotazioni

Inserisci i termini da cercare...

Cerca

Per la tua pubblicità sul sito: **Websystem**

Fai di questa pagina la tua homepage