

L'ANALISI

di **CARLO D'ANDREA ***

AI CINESI PIACE COMPRARE ITALIANO (E VINO ABRUZZESE)

L'undici novembre in Abruzzo ha avuto luogo la tradizionale festa di San Martino: festività che affonda le sue radici nel Cristianesimo, fondendosi con le antiche tradizioni rurali della nostra Regione. Una tiepida giornata autunnale, celebrata con l'apertura del vino novello; il profumo delle castagne si fonde con quello dei primi fuochi, dando vita ad una ricorrenza senza tempo.

Nel frattempo, in Cina alla mezzanotte della stessa data milioni di persone si sono riversate su Alibaba, colosso del commercio elettronico.

L'undici novembre non è una giornata qualsiasi nel Paese del Dragone: segna la data dell'evento di shopping online più grande al mondo. Nata nel 1993 come festa dei single, l'Alibaba Group ha trasformato il volto di questa ricorrenza in una giornata di sconti, corredata da lanci di nuovi prodotti, edizioni limitate e spedizioni gratuite. Una sorta di Black Friday o Cyber Monday americano, ma dalle cifre vertiginose: le vendite dell'11/11 riescono a superare la somma di quelle realizzate dalle due ricorrenze occidentali.

Nel 2019, nei primi cinque minuti successivi alla mezzanotte, sono state realizzate vendite pari a 4,3 miliardi di dollari; a fine giornata, il fatturato raggiunto è stato di 38,3 miliardi di dollari. Tra i settori in ascesa, quello dei beni di lusso: in vista dell'11/11 2020, Dior ha annunciato il lancio della sua prima Capsule Collection realizzata in occasione del festival. E non su un canale qualsiasi: su WeChat, la piattaforma di messaggistica istantanea più popolare in Cina, sviluppata dalla società Tencent. Anche quest'anno, l'11/11 ha avuto inizio con un evento dal respiro internazionale: una serata di gala in attesa della mezzanotte, seguita da concerti e live-streaming per presentare prodotti, accompagnando i consumatori in una vera e propria esperien-

za virtuale. Protagonista dell'edizione 2020 è stata Katy Perry, popstar di fama mondiale; tra le celebrità internazionali che hanno preso parte all'evento è possibile annoverare Taylor Swift, Miranda Kerr e Magic Johnson, volto leggendario del basket. L'edizione 2020 ha battuto ogni precedente record di vendite. Dopo aver raddoppiato il numero di marchi presenti rispetto all'anno precedente, per un totale di 250.000, la cifra realizzata da Alibaba è stata di 56,3 miliardi di dollari. Ogni secondo ha visto realizzarsi 583.000 ordini.

I numeri confermano la veloce ripresa economica della Cina, colpita dalla prima ondata di Covid19; e tra i brand europei premiati dai consumatori, vi sono quelli italiani: circa 400 marchi partecipanti, per acquisti che hanno raggiunto i 449 milioni di dollari. Tra i protagonisti del made in Italy accolti per la prima volta dal festival troviamo Prada, Bulgari, Prada, Acqua di Parma e Salvatore Ferragamo; e sempre per la prima volta, l'Italia è stata classificata da Alibaba tra i primi dieci Paesi esportatori.

La Cina dell'11/11 conferma non solo una ripresa dell'espansione economica del Paese, ma si rivela essere un'occasione di investimento per le eccellenze del nostro made in Italy, consolidate od emergenti.

Ed in questo scenario l'Abruzzo potrebbe trovare una ulteriore vetrina internazionale, forte dell'interesse maturato nei confronti dei suoi prodotti: si pensi al settore vinicolo che, come confermato dai dati forniti dal Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo, nel 2019 ha visto un incremento dell'export in Cina del 13%.

** Vice Presidente della Camera di Commercio dell'Unione Europea in Cina e Managing Partner dello Studio Legale D'Andrea & Partners, con sedi anche a Shanghai e Pescara.*

