



Investire in Cina oggi

È previsto a Milano per mercoledì 18 Giugno con inizio alle 9:30 un convegno dedicato alle novità giuridiche e finanziarie che hanno investito il mercato cinese nell'ultimo periodo

Si intitola "*Le novità giuridiche e finanziarie in Cina*" il convegno, che sarà ospitato Centro Congressuale Editrice Le Fonti, organizzato per mercoledì 18 Giugno con inizio alle 9.30 da Editrice Le Fonti con la collaborazione di Assofondazioni, Rivista Lasifirs, Finanza e Diritto.it, MasterPrivateBanking.it, FamilyOffice, Comitato di Referaggio, Rivista Basilea2, Pagine Consulenti.



Il corso, rivolto alla business community italiana che vuole investire in Cina, alla business community cinese che vuole investire in Italia e alle autorità politiche cinesi e italiane, si articolerà in sei sezioni. È prevista la partecipazione della Società **Ausonia Consulting**, partner **BRD Consulting**, nella persona del **Dott. Flavio Sarandrea** e del **Dott. Federico Fiorentini**. Il Dott. Sarandrea, in particolare farà il punto della situazione in merito allo sviluppo commerciale delle imprese Italiane in Cina relativamente alla presenza in centri commerciali ed Outlet. Parteciperanno inoltre l'Avvocato Bernardi Paola, *BeA Birindelli e Associati*, che si soffermerà a lungo sulle riforme giuridiche in Cina. La terza sessione dei lavori sarà invece dedicata all'utilizzo di finanziamenti agevolati a favore dell'internazionalizzazione. Seguirà l'argomento relativo alle prospettive dei mercati finanziari asiatici in generale e cinesi, in particolare. Andrea Ferri, *amministratore Lacerta Co. Ltd*, illustrerà concretamente le opportunità che il mercato cinese offre per le PMI soffermandosi sulle tipologie di imprese e prodotti italiani dotati di maggiore potenzialità di successo in Cina.

Oltre al Dott. Flavio Sarandrea, l'Avvocato Paola Bernardi, Andrea Ferri, l'Avvocato Guido Giommi, Presidente di Assofondazioni e il Dott. Ippolito Roberto intervengono al convegno numerose autorità e istituzioni cinesi e italiane.

Evidenziamo di seguito un case history interessante per le Aziende Italiane interessate allo sviluppo nella RPC.

Boom per Levi's

Quando Kitty Young, general manager delle operazioni cinesi Levi Strauss & Co., portò il brand in Cina cinque anni fa, il denim nel paese non era solo una categoria minore nel retail di abbigliamento, ma il costo di un paio di jeans 501 era esponenzialmente più elevato dei 5 dollari chiesti per i jeans suoi concorrenti. "Le città cinesi sono innamorate dei prodotti di lusso – basti solo vedere la quantità di borse false vendute in strada," ha dichiarato Young. "Quando nel 2002 siamo entrati nel mercato cinese, ci siamo posizionati come brand di lusso. Del resto in Cina un paio di jeans 501 costava più di un frigorifero." Prima dell'arrivo di Levi's in Cina il denim era considerato come un "prodotto marginale", e costituiva solo il 20% delle vendite di abbigliamento casual. Tuttavia Young è riuscita a rendere Levi's il brand denim numero uno in Cina, in parte anche grazie alla decisione della compagnia di gestire personalmente il retail senza affidarsi a wholesaler. Nel primo anno sono stati aperti 30 negozi e in cinque anni le sedi sono diventate 300. "Nei primi sei mesi vedevamo che il traffico era buono, ma le vendite no," ha dichiarato Young. "Sei mesi dopo sia il traffico che il business erano buoni, questo perché i ragazzi avevano messo da parte i risparmi di sei mesi per comprare un paio di jeans." Inoltre ha aggiunto che il denim più bello e più caro si vendeva meglio di quello di più basso prezzo." Abbiamo infatti capito che preferivano risparmiare piuttosto un mese in più, ma volevano comprare il meglio. È uno status symbol quello che stavano comprando." (www.inspira.com)

Per maggiori informazioni potete scrivere a info@brdconsulting.it.