



Esteri - Cina: i tessuti italiani trovano nuove opportunità tra i giovani consumatori

SHANGHAI (Cina) - 28 ago 2026 (Prima Notizia 24) All'Intertextile Shanghai, VBC presenta capi in lana che uniscono tradizione e modernità, rispondendo a una domanda cinese in evoluzione verso comfort e versatilità.

Allo stand di Vitale Barberis Canonico (VBC) all'Intertextile Shanghai Apparel Fabrics - Autumn Edition, i tradizionali abiti in lana sono esposti accanto a una giacca casual in lana blu denim e a una giacca in lana pied-de-poule con finitura idrorepellente. La lana resta il materiale principale, ma i capi esposti spaziano dall'abbigliamento formale da lavoro a proposte casual adatte agli spostamenti quotidiani e ad altri contesti di vita quotidiana. Alessandro Barberis Canonico, amministratore delegato di VBC, ha riferito a Xinhua che la domanda cinese di abbigliamento maschile di alta gamma è cambiata sensibilmente nel corso dei decenni. Quando l'azienda ha iniziato a sviluppare la propria attività in Cina, i clienti tendevano a preferire l'abbigliamento formale tradizionale, come i completi indossati con la cravatta. Nel tempo, la domanda si è spostata verso un abbigliamento da lavoro più informale, tra cui completi indossati senza cravatta, giacche e capi adatti a una gamma più ampia di occasioni. "Il cambiamento è particolarmente evidente tra i consumatori più giovani. Non si accontentano più dei tradizionali abiti formali, ma cercano sempre più capi che esprimano il loro stile personale, attribuendo al tempo stesso maggiore importanza al comfort e alla versatilità nelle diverse occasioni", ha affermato Barberis Canonico, aggiungendo che l'azienda ha sviluppato un maggior numero di tessuti sportivi e per l'outdoor in risposta alla tendenza dell'athleisure. Anche il settore dell'e-commerce cinese, in rapida espansione, sta portando ai produttori italiani di tessuti nuovi clienti e nuove opportunità di ordini. Zhao Long, agente del Lanificio Luigi Colombo in Cina, ha affermato che il cashmere è da tempo uno dei prodotti che l'azienda vende con maggiore continuità in Cina. Ma con la rapida espansione dell'e-commerce, alcuni tessuti per l'abbigliamento femminile orientati alla moda, che tradizionalmente non figuravano tra i prodotti più venduti dall'azienda, hanno trovato inaspettatamente una nuova domanda. "Negli ultimi anni, molti clienti si sono orientati verso l'e-commerce e anche alcuni dei nostri tessuti per abbigliamento femminile in stile tweed sono diventati popolari sul mercato cinese. Molti clienti online iniziano con tessuti di questo tipo prima di passare al cashmere", ha dichiarato Zhao. I clienti dell'e-commerce stanno inoltre avanzando richieste diverse ai fornitori. Rispetto ai grandi marchi, che possono effettuare ordini ingenti in un'unica soluzione, alcuni clienti emergenti cercano di mantenere basse le scorte iniziali, conservando al tempo stesso la possibilità di effettuare rapidamente nuovi ordini in risposta alla domanda. La sostenibilità è un altro ambito nel quale le aziende italiane stanno osservando segnali di cambiamento nelle preferenze dei consumatori cinesi più giovani. "Alcuni marchi cinesi online, quando acquistano cashmere, hanno iniziato a chiedere informazioni sulla tracciabilità e vogliono sapere da dove provenga la materia prima e come venga

prodotta", ha dichiarato Andrea Rossi, amministratore delegato del Lanificio Luigi Colombo. Allo stesso tempo, funzionalità e innovazione tecnologica stanno diventando fattori competitivi sempre più importanti nel mercato dei tessuti di alta gamma. Sotto questo aspetto, per alcune aziende italiane la Cina non è semplicemente un mercato nel quale vendere, ma anche una finestra sugli sviluppi della tecnologia tessile globale. "Le aziende cinesi hanno già sviluppato solide competenze nel settore dei tessuti tecnici. È per questo che siamo venuti alla fiera di Shanghai non soltanto per vendere, ma anche per osservare i prodotti e le tecnologie dei nostri omologhi cinesi e trarne nuovi spunti", ha dichiarato Antonio Petrocchi, rappresentante del produttore tessile italiano Mario Cucchetti Tessuti. I dati pubblicati da Milano Unica mostrano che le esportazioni tessili italiane sono diminuite del 3,4% su base annua nel primo trimestre del 2026, mentre le esportazioni tessili verso la Cina sono aumentate del 7,8%. Per le aziende tessili italiane con una storia lunga decenni o persino secoli, potrebbe essere proprio qui che si trovano le nuove opportunità in Cina: l'artigianato tradizionale e la qualità restano importanti per i consumatori più giovani, ma lo sono altrettanto l'espressione personale, la versatilità nell'uso quotidiano, la funzionalità, la tracciabilità e l'innovazione. (XINHUA)

di Redazione Venerdì 28 Agosto 2026