

2007 anno di svolta per l'economia e
per il settore del lusso in Cina
(sfilata di alta moda Maison Fendi).

Prof.ssa

Silvia Menegazzi

RELATORE

Matr. 258301

CANDIDATO

Giulio Bijoy Tritto Costa

A mia madre,

A mio padre,

Ai miei parenti,

Ai miei migliori amici Ayk e Leo,

A chi mi ha dato amore ma non è più tra noi

A chi mi ha accompagnato, a chi mi accompagna, a chi mi accompagnerà in questi
anni stupendi, grazie a tutti voi, per avermi reso la persona che sono oggi.

Questo lavoro lo dedico a tutti coloro che, da quando sono arrivato in Italia, mi hanno
insegnato il valore delle seguenti parole: la distanza tra i tuoi sogni e la realtà si
chiama azione.

INDICE

Introduzione	3
介绍 Jièshào	5
Capitolo 1 – Evoluzione politico economica	
1.1 2007 l’ascesa del nuovo Mao	6
1.2 Il processo di riforme e apertura	9
1.3 Rapporti bilaterali Italia e Cina.	12
1.3.1 Le relazioni diplomatiche tra Italia e Cina	14
1.3.2 Il primo Ambasciatore della Repubblica Popolare Cinese a Roma	16
1.4 La Via della Seta e la Nuova Via della Seta.	18
Capitolo 2 – L’alta moda in Cina	
2.1 Evoluzione della moda. Il Qipao	22
2.1.1 L’arrivo dell’Occidente e la nascita della moda cinese	24
2.1.2 Riviste e TV: la moda entra nelle case cinese	25
2.1.3 Il mercato dei marchi di lusso in Cina	26
2.1.4 Realizzazione di marchi di lusso in Cina	28
2.2 La <i>maison</i> Fendi	30
2.3 Fendi on the Great Wall	32
Conclusioni	35
Bibliografia	37

INTRODUZIONE

Nell'ottobre del 2022, diversi quotidiani e riviste hanno riportato la notizia che erano passati 15 anni dalla prima sfilata in assoluto in Cina, svoltasi ad opera del gruppo Fendi, sulla Grande Muraglia, nell'ottobre 2007; in quell'anno il mondo della moda e della politica cinese furono protagonisti di due avvenimenti significativi che avrebbero lasciato un segno nella storia. Da un lato, appunto la prima sfilata di alta moda in Cina, sulla Grande Muraglia, un evento storico realizzato dalla Maison Fendi; quella esibizione ha segnato l'inizio di una nuova era per il settore della moda in Cina, aprendo le porte a un'importante collaborazione tra l'industria della moda internazionale e il mercato cinese in rapida crescita.

Dall'altro, proprio in concomitanza con la sfilata, si è svolto anche un evento politico di fondamentale importanza per la Cina. Dal 15 al 21 ottobre del 2007, si è tenuto il XVII Congresso del Partito Comunista Cinese (PCC), durante il quale avvenne un evento apparentemente inaspettato: Xi Jinping venne eletto membro della commissione permanente del partito (vicepresidente dell'RPC il successivo marzo 2008, aprendo la strada per diventare, al Congresso del 2012, il nuovo Segretario del Partito Comunista Cinese).

La coincidenza di questi due eventi è affascinante poiché riflette l'evoluzione storica, economica e politica che la Cina sta attraversando a partire dagli anni 70. Da un lato, la Cina stava aprendo le sue porte al mondo attraverso una politica di apertura economica, attirando investimenti stranieri e permettendo a grandi marchi internazionali di sfilare nel paese. E Fendi, essendo il primo brand di alta moda a sfilare sulla Grande Muraglia, aveva giocato un ruolo pionieristico in questa collaborazione tra la moda globale e il mercato cinese emergente.

Dall'altro lato, il congresso del PCC segnava l'inizio del percorso di Xi Jinping verso il ruolo di segretario del Partito, una carica che detiene ancora oggi, avendo fatto modificare la Costituzione e abolito i due mandati. Con la sua ascesa al potere la Cina ha affrontato una fase cruciale, che continua tutt'oggi, portando il paese a rafforzare la sua presenza a livello internazionale e a perseguire politiche di sviluppo sempre più ambiziose.

In questo contesto di cambiamenti politici e crescita economica, la sfilata di Fendi sulla Grande Muraglia cinese nel 2007 simboleggiava il connubio tra moda, arte e cultura, e segnava una tappa importante nel percorso di apertura e modernizzazione della Cina. Questo evento è pertanto, un simbolo di come il settore della moda possa fungere da ponte tra le culture, unendo tradizione e innovazione, e contribuendo alla crescita economica e culturale sia della Cina che del mondo.

L'elaborato, pertanto, si pone l'obiettivo di analizzare l'evoluzione politica, economica, sociale e culturale della Cina in questi primi anni del XXI secolo, da alcuni commentatori politici definito il "secolo cinese", così come il NOVECENTO è stato definito il "secolo americano", e le opportunità che vari brand del lusso internazionale hanno avuto in questa "Nuova Cina".

介绍

2022年10月，多家报刊杂志报道了这样一则消息：2007年10月，芬迪集团

曾在长城上举办了中国首场时装秀。

2022 nián 10 yuè , duō jiā bào kān zá zhì bào dào liǎo zhè yàng yī zé xiāo xī : 2007 nián 10 yuè , fēn dí jí tuán zēng zài cháng chéng shàng jǔ bàn liǎo zhōng guó shǒu cháng shí zhuāng xiù 。

这一年，时尚界与中国政坛成为两大主角，它们将在历史上留下浓墨重彩的一笔。

zhè yī nián , shí shàng jiè yǔ zhōng guó zhèng tán chéng wéi liǎng dà zhǔ jiǎo , tā mén jiāng zài lì shǐ shàng liú xià nóng mò zhòng cǎi de yī bǐ 。

一方面，是在长城上举办的中国首场高级定制时装秀。

yī fāng miàn , shì zài cháng chéng shàng jǔ bàn de zhōng guó shǒu cháng gāo jí dìng zhì shí zhuāng xiù 。

这场时装秀标志着中国时装业新时代的开始，它为中国时装业开辟了新纪元，为时装业快速增长的中国市场之间的重要合作开启了绿色通道。

zhè cháng shí zhuāng xiù biāo zhì zhuó zhōng guó shí zhuāng yè xīn shí dài de kāi shǐ , tā wéi zhōng guó shí zhuāng yè kāi bì liǎo xīn jì yuán , wéi shí zhuāng yè kuài sù zēng cháng de zhōng guó shì chǎng zhī jiān de zhòng yào hé zuò kāi qǐ liǎo lǜ sè tōng dào 。

另一方面，就在这一庆祝活动的同时，在2007年10月15日至21日，中国共产党召开了第十七次代表大会，在会议上全票通过了习近平同志当选为中共中央总书记，为中国共产党的发展指明了道路。

lìng yī fāng miàn , jiù zài zhè yī qìng zhù huó dòng de tóng shí , zài 2007 nián 10 yuè 15 rì zhì 21 rì , zhōng guó gòng chǎn dǎng zhào kāi liǎo dì shí qī cì dài biǎo dà huì , zài huì yì shàng quán piào tōng guò liǎo xí jìn píng tóng zhì dāng xuǎn wéi zhōng guó gòng chǎn dǎng yāng fù shū jì , wéi zhōng guó gòng chǎn dǎng de fā zhǎn zhǐ míng liǎo dào lù 。

为他在2012年的下一届党代会上成为新一任中共中央总书记奠定了坚实的基础。

wéi tā zài 2012 nián de xià yī jiè dǎng dài huì shàng chéng wéi xīn yī rèn zhōng guó gòng zǒng zhōng yāng shū jì diàn dìng liǎo jiān shí de jī chǔ 。

这两个事件的巧合令人惊喜，因为它不仅反映了中国自20世纪70年代以来所经历的历史、经济和政治的发展，而且中国通过经济开放政策向世界敞开大门，吸引优质外资长期在华发展。

zhè liǎng gè shì jiàn de qiǎo hé líng rén jīng xǐ , yīn wéi tā bù jǐn fǎn yìng liǎo zhōng guó zì 20 shì jì 70 nián dài yǐ lái suǒ jīng lì de lì shǐ 、 jīng jì hé zhèng zhì de fā zhǎn , ér qiě zhōng guó tōng guò jīng jì kāi fàng zhèng cè xiàng shì jiè chǎng kāi dà mén , xī yǐn yōu zhì wài zī cháng qī zài huá fā zhǎn 。

各大品牌蜂拥而至。

gè dà pǐn pái fēng yōng ér zhì 。

芬迪是第一个看准中国市场，首次举行高级时装巡展。

fēn dí shì dì yī gè kàn zhǔn zhōng guó shì chǎng , shǒu cì jǔ xíng gāo jí shí zhuāng xún zhǎn 。

在全球时尚与中国新兴市场的合作中，芬迪起到了先锋作用。

zài quán qiú shí shàng yǔ zhōng guó xīn xīng shì chǎng de hé zuò zhōng , fēn dí qǐ dào liǎo xiān fēng zuò yòng 。

中共一大标志着习近平正式担任党的总书记。

zhōng gòng yī dà biāo zhì zhuó xí jìn píng zhèng shì dān rèn dǎng de zǒng shū jì 。

他修改了《宪法》，连续几届任期。

tā xiū gǎi liǎo 《 xiàn fǎ 》 , lián xù jǐ jiè rèn qī 。

随着习近平在政界的崛起，中国将持续发展着一个关键阶段，他将引领中国，推行与日俱进的发展政策。

suí zhuó xí jìn píng zài zhèng jiè de jué qǐ , zhōng guó jiāng chí xù fā zhǎn zhuó yī gè guān jiàn jiē duàn , tā jiāng yǐn lǐng zhōng guó , tuī xíng yǔ rì jù jìn de fā zhǎn zhèng cè 。

在这一政治变革和经济增长的背景下，2007年芬迪在长城上举办的时装秀象征着时尚、艺术和文化的完美结合，它标志着中国对外开放道路上的又一个重要里程碑。

zài zhè yī zhèng zhì biàn gé hé jīng jì zēng cháng de bèi jǐng xià , 2007 nián fēn dí zài cháng chéng shàng jǔ bàn de shí zhuāng xiù xiàng zhēng zhuó shí shàng 、 yì shù hé wén huà de wán měi jié hé , tā biāo zhì zhuó zhōng guó duì wài kāi fàng dào lù shàng de yòu yī gè zhòng yào lǐ chéng bēi 。

成为中国改革开放和现代化进程中的一个重要阶段。

chéng wéi zhōng guó gǎi gé kāi fàng hé xiàn dài huà jìn chéng zhōng de yī gè zhòng yào jiē duàn 。

因此，这一活动象征着时尚产业将作为文化间的桥梁，把传统与创新相结合，为中国和世界其他地区的经济和文化发展做出贡献。

yīn cǐ , zhè yī huó dòng xiàng zhēng zhuó shí shàng chǎn yè jiāng zuò wéi wén huà jiān de qiáo liáng , bǎ chuán tǒng yǔ chuàng xīn xiāng jié hé , wéi zhōng guó hé shì jiè qí tā dì qū de jīng jì hé wén huà fā zhǎn zuò chū gòng xiàn 。

本文旨在分析中国在新世纪初期的政治、经济、社会和文化演变。

běn wén zhǐ zài fēn xī zhōng guó zài xīn shì jì chū qī de zhèng zhì 、 jīng jì 、 shè huì hé wén huà yǎn biàn 。

以及各种国际奢侈品牌在这个 "新中国 "所面临的新起点、新机遇与新挑战。

yǐ jí gè zhǒng guó jì shē chǐ pǐn pái zài zhè gè " xīn zhōng guó " suǒ miàn lín de xīn qǐ diǎn 、 xīn jī yù yǔ
xīn tiāo zhàn 。

CAPITOLO 1 – Evoluzione politico economica

1.1 2007 *l'ascesa del nuovo Mao*

“La Cina ha ampie prospettive di sviluppo economico e darà un contributo maggiore al mondo, dando nuovo impulso a riforme di apertura, accelerando la trasformazione del modello di sviluppo, continuando ad attuare una politica di apertura verso l'estero e creando un ambiente economico migliore e condizioni favorevoli alle imprese straniere.”¹

Non sappiamo se Xi Jinping al momento in cui pronunciava queste parole ricordava che 5 anni prima, proprio in concomitanza del XVII congresso del PCC, tenutosi a Pechino dal 15 al 21 ottobre 2007 ovvero il 19 ottobre 2007, a pochi chilometri dalla capitale precisamente presso Ju Yong, sulla Grande Muraglia,² una grande Maison del lusso, quella delle sorelle Fendi proponeva la sua collezione facendo sfilare le proprie modelle.

In quel congresso il giovane Xi Jinping è stato eletto membro della Commissione Permanente del Partito, carica che gli ha permesso dopo essere stato eletto vicepresidente della repubblica popolare cinese di diventare segretario generale il 15 novembre 2012, durante la I sessione plenaria del XVIII comitato centrale del Partito Comunista Cinese. A 59 anni è il primo tra i leader massimi ad essere nato dopo il 1949, anno della gestazione della Repubblica Popolare. E' diventato segretario generale dopo le tre generazioni guidate rispettivamente da Mao Zedong³ originario, Xiangtan nella provincia del Hunan, marxista, rivoluzionario, leader del popolo cinese e tra i principali fondatori del PCC, dell'esercito Popolare di Liberazione e della Repubblica Popolare Cinese, Deng Xiaoping⁴ e Jiang Zeming⁵ e dopo il gruppo generale con a capo Hu Jintao in qualità di segretario

¹ Discorso tenuto da Xi Jinping l'08 aprile 2013, appena 5 mesi dopo la sua elezione a Segretario del Partito Comunista Cinese (PCC), in occasione di un incontro con i rappresentanti di imprenditori cinesi e stranieri, in Xi Jinping, *Governare la Cina*, vol. I, Giunti, Firenze, 2019, pag. 140. Con scritti dalla chiusura del XVIII Congresso Nazionale del PCC fino a 13 Giugno 2014. Il vol. II raccoglie i discorsi e gli scritti più importanti di Xi Jinping, dal 18 Agosto 2014 al 29 Settembre 2017.

² La Grande Muraglia Cinese è uno dei monumenti più noti al mondo, ma anche uno dei più misteriosi e fraintesi e immaginata come un alto bastione in pietra, interrotto da torri poste a distanza regolare l'una dall'altra, che si snoda come un gigantesco dragone per migliaia di chilometri attraverso deserti e montagne impervie, dal Golfo del Liadong a Est, fino alla frontiera dello Xinjiang, la più vasta arida regione del paese, a Ovest. Un'opera di dimensioni smisurate, tanto da far nascere la leggenda *infondata* che sia l'unico manufatto umano visibile dallo spazio.

Marco Polo che soggiornò in Cina durante la dominazione mongola, nel suo Milione, non fa cenno all'esistenza della muraglia. Gli imponenti bastioni in pietra sono stati edificati prevalentemente tra la fine del 500 e i primi decenni del 600.

³ Mao Zedong (1893-1976), originario di Xiangtan, nella Provincia di Hunan, marxista, rivoluzionario, leader del popolo cinese e tra i principali fondatori del PCC. Noto anche con l'appellativo di “Grande Timoniere” e una volta preso il potere decise di realizzare una serie di riforme per promuovere lo sviluppo. Tra quelle più note ci sono la “riforma agraria”, “Il grande balzo in avanti” e la “rivoluzione culturale”. Tutte e tre ebbero esito fallimentare.

⁴ Deng Xiaoping (1904-1997), originario di Guang'an nella provincia del Sichuan, marxista, rivoluzionario, uomo politico, stratega militare e diplomatico. A dispetto della sua minuscola statura fisica (tipica della minoranza etnica a cui appartiene, gli Hakka), è stato uno dei più grandi personaggi del Novecento. È stato il principale promotore delle riforme socialiste, della politica di riforma e apertura e della modernizzazione in Cina.

Il 20 agosto 2014 Xi Jinping dedica un lungo ed accorato discorso alla commemorazione per i centodieci anni della nascita di Deng Xiaoping.

⁵ Jiang Zemin (1926-2022), originario di Yangzhou nella provincia del Jiangsu, è stato Segretario Generale del comitato Centrale del PCC, Presidente della Repubblica Popolare Cinese, Presidente della Commissione Militare Centrale della Repubblica Popolare Cinese. È stato tra i principali fondatori dell'importante pensiero delle Tre Rappresentanze.

generale.

Proprio nel 2007, dopo aver fatto molta pratica e aver acquistato una grande esperienza a livello locale e regionale, è stato eletto membro del Comitato Permanente dell'ufficio politico del Comitato centrale del PCC, segretario della segreteria del Comitato Centrale e, contemporaneamente, direttore della scuola del Partito del Comitato centrale del PCC.

All'inizio del 2008, Xi Jinping è stato posto a capo del progetto per i preparativi delle Olimpiadi di Pechino e delle Paraolimpiadi.

Il 9 settembre 1976, Mao Zedong, il Grande Timoniere⁶ è morto, dopo dieci anni di Rivoluzione Culturale il suo lascito è disastroso, la Cina è una nazione distrutta e il suo popolo versa in condizioni miserevoli.

Precedentemente a questo avvenimento storico per il paese, precisamente 5 anni prima, nel 1972, il popolo cinese si era trovato di fronte ad un fatto positivo: i rapporti tra Cina e Stati Uniti, vennero sigellati dalla visita del presidente Nixon a Pechino, che fu possibile grazie alla ardua ma costante sotterranea attività diplomatica portata avanti dal primo ministro cinese Zhou Enlai e dal segretario americano Henry A. Kissinger.

L'apertura da parte della Cina nei confronti degli Stati Uniti rispondeva a due necessità: sul fronte militare, vi era la necessità di contrastare la costante espansione dell'Unione Sovietica, che minacciosa si avvicinava al confine settentrionale, mentre sul fronte economico, vi era la necessità di riprendere i rapporti commerciali con l'Occidente per far fronte alla miseria in cui si trovava l'economia Cinese, a causa anche dell'arretratezza in cui versavano i campi dell'industria e dell'agricoltura.

Nell'ottobre del 1976, quattro anni dopo l'incontro diplomatico tra il segretario di stato cinese e americano, e precisamente un mese dopo la morte di Mao, la moglie⁷ e la Banda dei Quattro⁸ vengono arrestati, a tale avvenimento si susseguiranno due anni di lotte intestine al PCC e instabilità politica, che nel dicembre del 1978 sfociarono nella vittoria dell'ala riformista che, a sua volta, portò alla presidenza Deng Xiaoping, da sempre indicato come il leader.

Deng Xiaoping, il nuovo "pioniere delle riforme economiche e della modernizzazione socialista della Cina", visse in prima persona i duri, umilianti e logoranti anni della Rivoluzione Culturale.

Essendo uno degli oppositori, dal punto di vista ideologico, della Grande Rivoluzione, Deng Xiaoping era stato allontanato dal Partito nel 1966 e nel 1976 insieme a Liu Shaoqi deportato con semplici funzionari e migliaia di membri del partito, nei campi di rieducazione, con l'accusa di essere controrivoluzionari. Cruciale per la sua ascesa al potere, la figura di Zhou Enlai, protettore di Deng, che nel 1976 riuscì a riportarlo nell'apparato del potere, facendone il proprio successore designato, salvandolo dall'emarginazione definitiva e dall'oblio.

⁶ Sono passati appena otto mesi dalla morte del suo primo ministro Zhou Enlai, un moderato. In poco tempo vengono meno così i due leader che hanno condiviso tutta la storia della rivoluzione comunista cinese e hanno gestito ininterrottamente il potere.

⁷ Jiang Qing, quarta ed ultima moglie di Mao.

⁸ Ossia alcuni politici condannati per aver avuto un ruolo centrale nella Rivoluzione e per aver agito contro il Partito.

L'esperienza del "Grande Balzo in avanti", della "Rivoluzione Culturale e della Rieducazione nei campi", hanno temprato caratterialmente e politicamente la figura di Deng Xiaoping, il quale in seguito alla morte del l'ultimo Mao, ne prese il lascito.

L'ultimo "grande mandarino", interessato a un potere sostanziale e poco appariscente, a differenza del suo predecessore, senza troppo mostrarsi, guidò con cautela la Cina su una strada nuova, la strada dello sviluppo.

1.2 *Il processo di riforme e aperture*

Il processo di riforma da parte del Comitato centrale del PCC pose le sue fondamenta sui concetti di modernizzazione economica e sviluppo in diverse forme: l'avviamento del "Boulan Fanzheng", il lancio delle quattro modernizzazioni, riguardanti i campi dell'agricoltura, della scienza, della difesa nazionale e dell'industria, l'apertura al mondo esterno, il rinnovamento della classe dirigente del partito e l'importanza della stabilità politica.

La terza sessione plenaria dell'XI Comitato centrale del Partito comunista, vide il programma di apertura e ripresa economica della Nazione, concepito da Deng, divenire una scelta ufficiale.

Inoltre, tra le linee guida da seguire, furono stabilite: il superamento del burocratismo, la promozione di metodi democratici all'interno del partito, l'apertura ai mercati internazionali, la transizione della Cina popolare da una economia socialista pianificata ad una economia socialista di mercato e la creazione delle Zone Economiche Speciali.

A conclusione del terzo plenum dell'XI Congresso, la nazione fu spettatrice dell'inizio di una nuova stagione politica, la "Primavera di Pechino". Diversi furono gli avvenimenti che si susseguirono, tra i più importanti, la nascita del Movimento per la democrazia: il muro nel quartiere Xidan, situato nel centro di Pechino, successivamente rinominato il Muro della Democrazia, che divenne lo sfondo su cui furono affissi numerosi cartelli (dazibao 大字报), e che criticavano gli eccessi della Rivoluzione culturale, ma soprattutto l'ex presidente Mao Zedong.

Il popolo cinese per la prima volta si sente libero di esprimere il proprio pensiero sull'operato del Partito, tanto che alcune settimane dopo, inizia ad emergere malcontento anche per la mancanza di democrazia nel paese: a cavallo tra 1978 e il 1979 Wei Jingsheng, attivista del movimento, reclama l'avvio della "quinta modernizzazione", la democrazia⁹. Così facendo, porta Deng Xiaoping a condannare gli eccessi del Movimento per la democrazia. Ed è allora, che nel marzo del 1979 egli, annuncia i "quattro principi fondamentali" (jibenyuanze 基本原则) su cui poggia la Repubblica popolare: il socialismo, la dittatura del proletariato, la leadership del partito e il pensiero di Mao Zedong, inoltre riafferma l'inattaccabilità del Pcc.

Per l'esito positivo delle riforme economiche, che la nuova leadership voleva portare avanti per ammodernare la Cina, fu cruciale la figura di Xi Zhongxun, padre dell'attuale presidente Xi Jinping. Quest fu uno dei personaggi maggiormente legati alla fazione politica di Deng Xiaoping, tanto da essere eletto membro del V

⁹ Gli studenti cinesi nei dieci anni successivi portavano avanti questa "voglia di democrazia", ma Deng Xiaoping era sordo da quell'orecchio, tanto che nel giugno 1989, l'esercito cinese in Piazza Tienanmen schiacciò nel sangue la protesta studentesca per la democrazia, l'occupazione di Piazza Tienanmen coincide con la crisi dei regimi comunisti a Mosca e in tutta l'Europa dell'Est. La protesta muore in un bagno di sangue. Nonostante ciò, poco tempo dopo inizia il vero boom economico della Cina, che solleva dalla miseria un miliardo di persone, crea il ceto medio più vasto del paese, proietta la Repubblica Popolare al rango di superpotenza globale fino a sfidare la leadership degli Stati Uniti. Il massacro di Tienanmen, se lo si guarda a distanza di 30 anni, come scrive Rampini ne *I cantieri della storia*, "è l'inizio di una ricostruzione, l'antefatto di una rinascita, la vigilia di una ripartenza a cui allora pochi credevano".

Comitato permanente dell'Assemblea nazionale del popolo, in occasione del III Plenum dell' XI congresso del Partito.

Deng Xiaoping conosce bene Xi Zhongxun e ne riconosce le doti di amministratore e di mediatore, proprio per questi motivi lo investe di una missione cruciale per la svolta economica che la Cina sta attraversando, la realizzazione delle cosiddette zone economiche speciali.

In questo disegno di rinnovamento, in seguito alla deideologizzazione della società cinese allo scopo di liberare il popolo dalle costruzioni mentali imposte dalla rivoluzione Culturale, far uscire la Cina dalla miseria è un obbligo morale, che richiede il tempo di abolire le riforme messe in atto da Mao, quali: le comuni agricole, il latifondo comunista e la politica di autosufficienza economica nazionale, e sostituirle con: piccole imprese agricole a conduzione familiare, autonoma organizzazione dei contadini per la lavorazione della propria terra, apertura ai capitali stranieri attraverso le ZES consentendone gradualmente investimenti, adesione al Fondo monetario internazionale, alla Banca mondiale, e al WTO¹⁰

nuove riforme, inoltre, introdotte nelle aree metropolitane, portarono alla nascita di un nuovo apparato di imprese commerciali e industriali, che servirono da carburante per l'avviamento del "miracolo Cinese" e che diedero vita anche a concreti risvolti sociali.

I risultati economici, dall'applicazione delle nuove riforme di apertura di mercato, arrivarono subito: la qualità dei prodotti venne migliorata, la produzione aumentò e gli investimenti esteri, soprattutto americani, crebbero gradualmente.

"Le biografie ufficiali di Xi Jinping insisteranno molto sul ruolo avuto dal padre nell'avvio delle riforme economiche, al punto di averlo indicato come il vero inventore delle ZES"¹¹, con queste parole il giornalista, ora Ministro della Cultura nel Governo Meloni, Gennaro Sangiuliano, ci ricorda che Deng Xiaoping sarà anche il pioniere delle riforme economiche e della modernizzazione socialista della Cina, ma nel concreto, Xi Zhongxun è colui che dietro le quinte ha reso possibile l'integrazione della Cina nell'economia internazionale, e che in un certo modo ha dato un senso pratico allo slogan "arricchirsi è glorioso" lanciato da Deng Xiaoping.

Un altro suo slogan, diventato famoso e che indica la pragmaticità del leader cinese è quello che "non importa che il gatto sia bianco o nero, l'importante è che catturi i topi". L'apertura all'economia di mercato seguita dalla nascita delle "ZES" vede Xi Zhongxun, come il suo realizzatore, quest'ultimo venne incaricato da Deng Xiaoping, con le seguenti parole "Non possiamo darti risorse economiche da Pechino ma una certa libertà di movimento"¹² suggellò l'inizio della sua scalata politica, nell'impresa di riuscire a finalizzare il piano di riforma economico ideato; così Xi Zhongxun lasciò Pechino per dirigersi nella provincia costiera di Guandong, dove nel giro di un anno, precisamente dal 1979 al 1980 ricoprì i ruoli politici necessari: inizialmente assunse l'incarico di secondo segretario del Comitato provinciale del partito, successivamente, nel giro di qualche

¹⁰ Il processo per l'ingresso in tale organizzazione durò ben 15 anni e si concluse nel 2001

¹¹ Gennaro Sangiuliano il nuovo Mao, Mondadori, Milano 2019

¹² Op. cit.

mese venne eletto primo segretario, infine nel dicembre del 1979 venne eletto governatore della provincia dalla seconda sessione del Congresso del popolo di Guandong e parallelamente fu investito del ruolo di commissario politico della regione militare di Canton.

La concentrazione di tali ruoli, gli permise di assicurarsi il potere autonomo di cui necessitava per trasformare in realtà le “ZES”. Durante la sua permanenza nella provincia costiera, il governo locale lottava per fermare la fuga della popolazione verso l’isola di Hong Kong, all’epoca colonia britannica, confinante con Guandong, poiché le retribuzioni giornaliere erano incomparabilmente più alte. Arrivato nella principale città di Guandong, Shenzhen, Xi dovette riconoscere la realtà dei fatti, in questo modo riuscì ad avere una visione chiara della situazione in cui versava la città e riuscì a constatare, durante una serie di riunioni a Pechino, di fronte agli esponenti del governo nazionale, che lo status di ZES non doveva essere inteso come un sistema economico che aveva il fine di aprire la Cina al Capitalismo, bensì, doveva essere inteso come una zona di libero mercato il cui fine ultimo, fosse: liberare le capacità economiche dei cinesi. Con queste parole Xi Zhongxun riconfermò la sua figura di amministratore e mediatore, e contemporaneamente diede modo a Deng Xiaoping di sviluppare gradualmente l’economia socialista di mercato: un sistema ibrido e mai davvero sperimentato da nessuna nazione. Per concludere il proprio operato e trasformare in realtà, questo nuovo sistema ibrido, Xi Zhongzun chiese che al governo provinciale del Guangdong ,fosse lasciata la libertà di negoziare con gli investitori esteri e le imprese Open door policy¹³, a prescindere dalla politica estera di Pechino, così, a poche settimane di distanza, il governo nazionale chiese a Xi Zhongxun di redigere uno statuto formale al fine di regolamentare le attività di tutte le ZES. Lo statuto elaborato da Xi, infine, nel luglio del 1979 verrà approvato dal Consiglio di Stato e dal Comitato centrale del Partito, diventando così, il primo mattone di una svolta economica, di un valore storico e di una maestosità pari a quelli della Muraglia Cinese. I risultati economici ottenuti da questa prima fase di riforme di apertura economica, si rivelerà più di un semplice successo, tant’è che le “ZES”, inclusa Shenzhen, oggi nota come la “Silicon Valley of China” e complessivamente tutto il Guandong, sono tra le aree dove si registrano i più alti livelli di reddito pro capite, e sono tra le più ricche della Cina. Il grande successo ottenuto dalla nuova leadership e i risultati ottenuti sul

italia e

campo saranno per Xi Zhongzun il biglietto d’ingresso nelle sfere più alte della politica cinese, e gli permetteranno di essere eletto deputato all’assemblea nazionale del popolo, consentendogli di ottenere la presidenza della Commissione legislativa; sotto tale veste supervisionerà l’approvazione e la stesura di molte leggi in materia di liberalizzazione economica.

¹³ L’ Open door policy prevedeva la creazione di tre Zone Economiche Speciali che servirono a sperimentare l’introduzione della politica della porta aperta. Questo sistema prevedeva l’apertura da parte dello Stato a ricercare capitale estero attraverso l’entrata di investimenti stranieri. L’obbiettivo principale era l’acquisizione di capitale internazionale da investire assieme a quello nazionale fondando aziende a capitale misto, con l’obbiettivo di acquisire intensi rapporti commerciali, industriali, tecnologici, politici e finanziari. Chow, “Economic reform and growth in China”, pp. 131-133.

1.3 *Rapporti Italia-Cina*

La comparazione tra i modelli politici, economici, sociali e culturali dell'Occidente e quelli autoritari asiatici, in primo luogo la Cina, è sempre più frequente. Ed è un aspetto del più generale confronto tra sistemi democratici e sistemi autoritari che sembra caratterizzare la riflessione politologica in questo inizio di secolo, con un'attenzione spesso rivolta più alla *output legitimacy*¹⁴, alla legittimazione di un sistema basata sui suoi risultati, che a quella fondata sul processo, più democratico o meno, attraverso il quale i risultati stessi sono raggiunti.

Prendendo in considerazione la seguente premessa, ho deciso di ritagliare uno spazio per comprendere e discutere la nascita e l'evoluzione dei rapporti economici, che si sono instaurati tra la Cina e l'Italia, partendo da quelle che erano le relazioni economiche che intercorrevano tra le due nazioni, antecedenti agli anni 50 del XX secolo, e contestualizzandole con la situazione politica e sociale dei due paesi, passerò ad una descrizione del processo di liberalizzazione economica e la *Open door policy*¹⁵ attuata dalla Cina, fino ad arrivare ai giorni nostri.

Il 2 giugno 1946 è nata la Repubblica Italiana. Già a partire dagli anni Cinquanta sul suolo politico italiano, si presentavano una moltitudine di forze di sinistra e politici visionari, che lanciarono appelli per l'istituzione di legami diplomatici con la Cina; tuttavia, prendendo in considerazioni la situazione politica, economica e sociale che stava attraversando il paese sotto la guida di Mao, la normalizzazione delle relazioni tra i due Paesi non riuscì a concretizzarsi.¹⁶

Durante gli anni Cinquanta l'Italia, Paese di tanti partiti, con frequenti cambiamenti di governo e complessità politica, si trovava a ricoprire una posizione incerta sull'istituzione di relazioni diplomatiche con la Cina, questa posizione di incertezza, da una parte era condizionata dalla presenza di un duplice governo in Cina, quello di Taiwan "nazionalista" e quello di Pechino "socialista", che erano entrambi ritenuti legittimi all'interno del paese ma che mettevano i paesi occidentali davanti ad un'ardua scelta, decidere quale dei due governi riconoscere, dall'altra parte, invece, era condizionata dalla posizione di membro "debole" che essa ricopriva all'interno della NATO in seguito alla sconfitta subita nella Seconda guerra mondiale.

La Cina a suo modo, nel 1950 aveva stretto l'alleanza con la Russia e contemporaneamente, dal 1950 al 1953 intervenne nella Guerra di Corea.

Questi schieramenti delinearono i fronti diplomatici, e aumentarono le divergenze politiche ed economiche

¹⁴ Antonio Malaschini, *Come si governa la Cina*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2019.

¹⁵ Ignazio Musu, *La Cina contemporanea*, il mulino, Bologna, 2011.

¹⁶ Dal 1946 al 1949, infatti, il paese si trovò a fare da sfondo alla guerra di liberazione popolare, una guerra civile che portò alla caduta di Kai-Shek, l'allora presidente della repubblica di Cina e capo del governo nazionalista. L'Italia, fino al 1949 era legata da rapporti diplomatici con il governo nazionalista, tuttavia, con la salita al potere del "grande timoniere", avvenuta nello stesso anno, e la conseguente fuga dell'ex presidente presso l'isola di Taiwan dopo la sconfitta della guerra civile, portarono ad una parziale rottura dei rapporti tra Italia e Cina, che poi si concretizzò del tutto in seguito alla chiusura dell'ambasciata a Nanjing; dopo questa serie di avvenimenti l'Italia non curò più le relazioni diplomatiche e non inviò più personale diplomatico presso Taiwan.

con i paesi Occidentali, in Italia, tuttavia, nonostante lo schieramento della Nato a sostegno del governo di Taiwan, i comunisti e i socialisti ed in particolare una parte del panorama economico italiano e una parte dei democristiani, calcavano per il riconoscimento del governo di Pechino, poiché si riteneva che la mancanza di relazioni con la Cina continentale potesse costituire una limitazione per l'economia del Paese, tenendo conto del fatto che l'Italia stesse vivendo un periodo di prosperità e si trovasse nel pieno dello sviluppo economico.¹⁷

Se siamo arrivati a questo momento, in parte, lo si deve sia al cambio di rotta nella politica interna cinese in seguito alla rottura dell'intesa sino-sovietica, avvenuta durante i primi anni 60, sia al simultaneo cambiamento del sistema internazionale.

Così nel gennaio del 1964, la Cina scelse la Francia come primo paese occidentale con il quale stabilire formalmente relazioni diplomatiche, creando un certo stupore nei governi dei paesi Occidentali, tra cui l'Italia.

¹⁷ Questa visione della Cina sopravviverà per tutti gli anni '50, grazie all'attivismo portato avanti da personaggi di spicco della fazione socialista e democristiana, quali Pietro Nenni e Aldo Moro, quest'ultimo, che vantava eccellenti rapporti con il Premier cinese Zhou Enlai, contribuì così al mantenimento, anche se in via formale, dei rapporti economici tra i due paesi, che si concretizzarono nuovamente con l'apertura, a Roma e a Pechino, di due uffici commerciali.

1.3.1 *Le relazioni diplomatiche tra le due nazioni*

A distanza di cinque mesi, precisamente a giugno dello stesso anno, l'allora senatore del Partito socialista italiano, Paolo Vittorelli, si recò nella terra del dragone per una visita formale, dove venne ricevuto dall'allora presidente Mao, il tema centrale dell'incontro fu la possibilità di una mutua istituzione di uffici di rappresentanza commerciale.

Successivamente, il Consiglio cinese per la Promozione del commercio internazionale, una delegazione composto da Rei Rei Min, Vice Ministro Cinese del Commercio con l'estero e l'Ente per l'Internazionalizzazione delle aziende italiane e la Promozione all'estero "ICE", in data 30 novembre, a Roma, sottoscrissero un accordo attinente alla mutua istituzione di sedi rappresentative commerciali nei rispettivi Stati¹⁸.

L'anno che segnò la ripresa delle relazioni tra i due paesi è il 1965, in quell'anno, a Roma, venne ufficialmente istituito l'ufficio di rappresentanza commerciale del Consiglio cinese per la Promozione del commercio internazionale, l'organico dell'ufficio di rappresentanza contava cinque rappresentanti commerciali, che erano in possesso di passaporto diplomatico e ufficiale, con il primo passaporto gli venne riconosciuto il privilegio di godere di esenzione tariffaria doganale, mentre il possesso del passaporto ufficiale riconosceva di fatto che l'ufficio si configurasse come istituzione semi-ufficiale.

Quattro anni dopo, il 24 gennaio 1969, in Italia, venne costituito un nuovo governo di centro-sinistra, presieduto dall'allora Presidente del Consiglio Mariano Rumor, e col socialista Pietro Nenni¹⁹ Ministro degli Esteri. Sotto tale veste, per quanto riguarda il rapporto sulla politica estera al Parlamento, il 29 gennaio 1969, a nome del Governo della Repubblica Italiana, dichiarò di riconoscere il governo di Pechino come l'unico governo legittimo del popolo cinese e a partire da quel momento iniziarono immediatamente i negoziati per l'istituzione delle relazioni diplomatiche. Inoltre, al perseguimento di tale scopo, i rispettivi ambasciatori in Francia, furono autorizzati dai propri governi a cominciare le trattative, e inaspettatamente, dopo lunghe contrattazioni, i rappresentanti dei due governi raggiunsero un accordo.

Il 6 novembre del 1970, a Parigi, i rappresentanti dei due governi firmarono il Comunicato congiunto sull'istituzione delle relazioni diplomatiche.

Tutta questa serie di eventi portò, il 6 novembre 1970, alla firma del comunicato di allacciamento delle relazioni diplomatiche, durante il quale i rappresentanti di entrambi i governi ufficializzarono le relazioni

¹⁸ Questo evento rappresentò il primo accordo riguardante i rapporti bilaterali, costituì un ulteriore passo significativo seguente a quello dell'istituzione delle relazioni diplomatiche tra la Cina e la Francia, e gettò le basi per il ritorno a una situazione normale nelle relazioni tra la Cina e l'Italia, poiché tali uffici avrebbero ricoperto un ruolo fondamentale per incrementare la promozione degli affari commerciali tra i due Paesi e la reciproca conoscenza tra i due popoli.

¹⁹ Il ministro degli affari esteri, veterano del "PSI", Pietro Nenni dimostrò, da sempre, di essere un vecchio amico del popolo cinese, tant'è che più di una volta si recò in Cina, precedentemente, nel settembre del 1955 ricevette un invito a partecipare all' VIII Congresso del PCC. A seguito della stabilizzazione dei rapporti bilaterali, tornò nuovamente in Cina su invito del premier Zhou Enlai, quest'ultimo durante l'incontro, con le seguenti parole: Quando bevi dal pozzo non dimenticarti mai chi lo ha scavato ne riconobbe il rigoroso contributo prestato, per lo sviluppo delle relazioni Italia-Cina.

diplomatiche; ciò mostrò come l'Italia, un altro paese occidentale, oltre alla Francia, fosse riuscito a stabilire rapporti diplomatici con il governo cinese, segnando così, quella che sarebbe stata una pagina fondamentale per le vicende internazionali che sarebbero seguite.

Il primo passo che il governo italiano dovette compiere, per mostrare ai paesi occidentali il frutto dei rapporti diplomatici con il governo di Pechino, fu la realizzazione della prima ambasciata cinese in Italia, a dimostrazione del fatto che la Cina non rappresentava più una realtà estranea, politicamente paradigmatica, lontana da qualsiasi contesto economico e sociale.

A dimostrazione dell'ufficialità delle relazioni diplomatiche cino-italiane, Feng Xianbi, l'allora incaricato d'affari ad interim, il 26 gennaio 1971, approdò a Roma per presenziare all'apertura dell'ambasciata, successivamente, il 2 febbraio dello stesso anno, seguì un altro incontro, il vice capo del Cerimoniale diplomatico del Ministero degli affari esteri italiano accolse Feng Xianbi e ricevette da quest'ultimo la propria lettera d'incarico, così facendo, da quel giorno, il capo del cerimoniale concesse il via libera per poter avviare i lavori dell'ambasciata cinese.

1.3.2 *Il primo Ambasciatore della Repubblica Popolare Cinese a Roma.*

A distanza di circa due mesi, precisamente il 19 aprile del 1971, Shen Ping, Il primo ambasciatore cinese, da poco investito di tale ruolo, venne nel “bel Paese”; soggiornò presso la sede dell’Ambasciata cinese a Roma, situata in Via Paisiello. Ad accoglierlo nel pomeriggio, precisamente alle ore 18.00 di quello stesso giorno, venne incaricato il vicedirettore generale del Dipartimento protocolli del Ministero degli Esteri italiano.

L’incontro tra il presidente Giuseppe Saragat e il primo ambasciatore cinese Shen Ping, avvenuto il 20 Aprile 1971 presso il Palazzo del Quirinale, fu un incontro caloroso, preceduto dalla consegna delle credenziali da parte del primo ambasciatore Chen Baoshun e successivamente dalla conversazione molto amichevole che i due intrattennero, ribadirono che tra i due paesi vi era una reciproca “amicizia”; pertanto, si augurarono che la cooperazione potesse avere, a tutti gli effetti ed in ogni settore, un rapido sviluppo.

Con l’instaurazione dei rapporti diplomatici, le relazioni tra le due nazioni crebbero bilateralmente in diversi settori: cultura, commercio, scienza e tecnologia, educazione e settore militare. Questi risultati furono possibili, poiché sia il Governo di Pechino che il governo italiano, furono in grado di migliorare le proprie reazioni e rafforzare il loro legame, nonostante la Cina, stesse attraversando il periodo più difficile della rivoluzione culturale.

Il senatore Vittorio Colombo, fortemente cattolico e politicamente democristiano, fin dal 1970, contribuì con il suo operato a valorizzare ed incrementare i rapporti economici e le relazioni diplomatiche tra l’Italia e la Cina.

Come altre figure, quali Pietro Nenni e Aldo Moro, indirizzò la politica di governo verso “la terra del Dragone”; diversi furono i fattori che, guardando la Cina, lo impressionarono fortemente: lo spessore culturale del paese frutto di una storia millenaria, l’estensione territoriale, il miliardo di abitanti che la popolavano, la radicalizzazione ideologica e contemporaneamente l’omogeneità del pensare, del vivere, del vestire, ma più di tutti, come l’unione di questi fattori riuscisse a far apparire la Cina, un paese dove l’ideologia egualitaria fosse riuscita a trovare un luogo geografico in cui potesse realizzarsi.

Il Senatore, mosso da una fervida convinzione, capì che la Cina non potesse e non dovesse rimanere una semplice intuizione, e per trasformare questa semplice visione in una realtà concreta, il 17 marzo 1971, costituì l’Istituto Italo Cinese per gli scambi economici e culturali con la Cina, allo scopo di creare un ponte per scambi di conoscenze, di esperienze nei vari campi culturale, economico, politico tra due realtà fortemente differenti ma entrambe “culle” di civiltà: l’Italia culla della civiltà occidentale, la Cina di quella orientale.

Nel maggio del 1985 fu ufficialmente inaugurato a Milano il primo Consolato generale della Cina. Successivamente, l’Italia aprì un Consolato generale a Shanghai.

Il 3 novembre 1979 il presidente Hua Guofeng svolse la sua prima missione in quattro Paesi occidentali: Francia, Germania, Regno Unito e Italia. Era la prima volta che un capo di Stato cinese metteva piede nella penisola, il che assunse un significato storico. I media italiani dissero che “il Marco Polo cinese aveva visitato

l'Italia".²⁰Fu il primo incontro tra i capi di Stato di Cina e Italia e durante i colloqui Hua affermò che le relazioni in via di sviluppo tra Cina e Italia non erano una questione di espedienti. Tra i due Stati non c'erano conflitti ma solo comuni interessi, ed entrambe le nazioni confidavano di poter godere di condizioni internazionali pacifiche. La Cina sperava nella prosperità e nella felicità del popolo italiano e reciprocamente l'Italia augurava alla Cina la prosperità e la felicità della sua gente.

²⁰ A Venezia il presidente Hua salì su una barca del XVIII secolo a forma di dragone per un giro sul Canal Grande, sulle cui sponde la folla creava una scena di grande impatto visivo.

1.4 *La Via della Seta e la Nuova Via della Seta*

“Via della Seta” è un termine coniato dal geografo tedesco Ferdinand von Richthofen nel 1877 per descrivere una realtà antichissima. Per noi italiani ha una risonanza evocativa: indica l’insieme di rotte commerciali e carovaniere che congiungevano il mediterraneo con l’asia centrale e poi con l’estremo oriente, dai tempi dell’antica Roma fino al nostro rinascimento. Ed è la strada percorsa da Marco Polo, figlio di mercanti veneziani, per arrivare fino al mitico Catai, la Cina dell’Imperatore di stirpe mongola Kublai Khan, che descrisse nel suo Milione²¹.

La realtà antichissima di cui si è appena detto è ben conosciuta da Xi Jinping prima di lanciare la proposta di costruzione della Nuova Via della Seta. Infatti, Xi Jinping ha ben chiaro che oltre 2000 anni fa, i propri antenati, percorrendo vaste steppe e deserti aprirono la Via della Seta terrestre che collegava Asia, Europa e Africa; allo stesso modo attraversarono i mari a vele spiegato inaugurando quindi le rotte della Via della Seta Marittima, che collega Oriente ed Occidente. “L’antica Via della Seta ha aperto una nuova finestra per gli scambi amichevoli tra le nazioni e ha scritto un nuovo capitolo nella storia dello sviluppo e del progresso umano. Il millenario “baco da seta in bronzo dorato”, esposto al museo di storia dello Shaanxi in Cina, e la millenaria “pietra nera” del relitto di Belitung, scoperto in Indonesia, sono stati testimoni di questo periodo della storia.”²²

L’antica Via della Seta che si estende per migliaia di chilometri e ha una storia millenaria, rappresenta un patrimonio prezioso della civiltà umana in quanto incarna uno spirito di pace, cooperazione, apertura e inclusività, apprendimento reciproco, mutuo beneficio e vantaggio reciproco.

Infatti, inaugurando il Forum di alto livello, il 14 Maggio 2017, per la Cooperazione Internazionale sulla “One Belt One Road” il Segretario Cinese sottolinea concetti di pace, cooperazione e mutuo beneficio ricordando la storia.

In merito alla cooperazione pacifica egli afferma: “ Durante la Dinastia Han e oltre 130 prima di Cristo, una missione di pace iniziò ad aprire una via terrestre da Changan verso Occidente, compì un viaggio di scoperta”, la celebre missione di Zhang Qian nelle regioni occidentali. Durante le dinastie Tang, Song e Yuan, la Via della Seta si estese per terra e per mare, le orme dei viaggiatori di Cina, Italia e Marocco, come Du Huan, Marco Polo, Ibn Battuta, segnarono queste antiche rotte. All’inizio del XV Secolo, Zhen He, famoso navigatore cinese della dinastia Ming, compì sette spedizioni marittime e lasciò dietro di sé una ricca aneddotica. Il motivo per cui queste imprese hanno guadagnato un posto nella storia e che non ebbero mire di conquista, non furono armate da lance e destrieri, ma portarono con sé carovane e buone intenzioni; non condussero navi da guerra e cannoni, ma navi a vela cariche di tesori e sentimenti di amicizia. Generazione dopo generazione “ il popolo della Via della Seta ha costruito vincoli di cooperazioni ed eretto ponti di pace

²¹ Marco Polo (a cura di Marcello Ciccuto), *Il Milione*, Grandi Classici BUR, Milano, 2016

²² Xi Jinping, *Governare la Cina Vol. II* Giunti, Firenze, 2019 Pag 652.

tra Oriente ed Occidente.”²³

Continuando il suo discorso per quanto riguarda l'apertura e inclusività, egli afferma che: “L'antica Via della Seta attraversava le Valli del Nilo, del Tigri e dell'Eufrate, i fiumi Indo e Gange, il fiume Giallo ed il bacino del fiume Azzurro; attraversava le terre in cui si sono originate la civiltà egiziana, babilonese, indiana e cinese, i luoghi di Culto di fedeli Buddhisti, Cristiani ed Islamici, ed insediamenti di popoli di nazionalità e razze diverse. L'incontro di diverse civiltà, religioni e razze induce a cercare elementi comuni, preservando la propria identità, ad essere aperti e inclusivi a scrivere fianco a fianco magnifiche storie di rispetto reciproco, a dipingere insieme magnifici dipinti di comune sviluppo. Città antiche come Jiuquan, Dunhuang, Turpan, Kashgar, Samarcanda, Baghdad, Costantinopoli, e antichi porti come Ningbo, Quanzhou, Guanzhou, Beihai, Colombo, Gedda, Alessandria, sono “monumenti viventi” di questa fase della storia.

La storia ci dimostra che le civiltà prosperano aprendosi e i popoli convivono mescolandosi”²⁴

Ancora, per quanto riguarda il mutuo apprendimento, sempre Xi Jinping afferma che: “L'antica Via della Seta non era solo un canale per il commercio, ma anche un percorso di scambio di conoscenze. Lungo l'antica Via della Seta la Cina portò in occidente seta, porcellana, oggetti in lacca e ferro, mentre furono portati in Cina pepe, lino, spezie, uva e melograni. Lungo l'antica Via della Seta, il Buddhismo, L'islam e l'astronomia araba, calendari e medicamenti furono introdotti in Cina e le quattro grandi invenzioni e le tecniche di sericoltura cinesi si diffusero nel mondo. Ancora più importante è stato l'innovazione concettuale, favorito dallo scambio di beni e conoscenze. (...) Questo è il fascino degli scambi, il risultato del mutuo apprendimento.”²⁵

Infine, in merito al mutuo beneficio e al win-win egli afferma che: “L'antica Via della Seta è stata testimone per terra, di grandi eventi con “emissari per le strade e vie brulicanti di mercanti sempre in viaggio”, e per mare di un rifiorire “incontri tra navi in mare innumerevoli”. In questa grande arteria, i fattori produttivi come capitali, tecnologie e persone erano liberi di fluire e le merci, le risorse e i benefici erano realmente condivisi. Le importanti città di Almaty, Samarcanda, Chang'an, i porti di Sur e Guangzhou prosperavano e gli antichi imperi di Roma, Persia e Kusana erano fiorenti; le Dinastie Han e Tang in Cina vivevano un'età dell'oro. L'antica Via della Seta ha creato grande sviluppo e grande prosperità nella regione. La storia è il nostro miglior maestro. Questo periodo storico dimostra che la distanza non conta: fintanto che abbiamo il coraggio di compiere il primo passo verso l'altro, possiamo intraprendere un percorso di incontro e amicizia, di sviluppo condiviso, e procedere verso un lungo sentiero e gioia, pace, armonia e bellezza.”²⁶

Tutto questo sicuramente era ben presente allorquando alcuni anni prima, precisamente l'8 Novembre 2014, il nuovo Segretario del PCC, eletto solo nel Novembre 2012, in un discorso tenuto sul “rafforzamento del partenariato per l'interconnessione” afferma che l'autunno precedente aveva avanzato, in rappresentanza del

²³ Op. Cit. Pag. 652

²⁴ Op. Cit. Pagg. 652-653

²⁵ Op. Cit. Pag. 653

²⁶ Op. Cit. Pagg. 653-654

governo cinese “la proposta di costruire la cintura economica della Via della Seta e Via della Seta Marittima del XXI Secolo (...) la “one belt one road” e l’interconnessione si completano e rafforzano vicendevolmente. Se “one belt one road” può paragonarsi alle ali di un’asia che spicca il volo, l’interconnessione rappresenta vene ed arterie di quelle due ali”²⁷. Il segretario del PCC a tal riguardo sottolinea che la “one belt one road” avanza dei suggerimenti per intensificare la cooperazione essendo l’iniziativa entrata in una fase di cooperazione pragmatica.

Ovvero: “1) Concentrarsi sui paesi asiatici per realizzare l’interconnessione innanzitutto in Asia. La “one belt one road” si origina in Asia, trova sostegno in Asia e reca benefici in Asia; mira all’interconnessione tra i paesi asiatici e si sforza di ampliare la convergenza degli interessi tra questi ultimi (...). 2) Fare leva sui corridoi economici per creare una struttura di base per l’interconnessione asiatica (...). 3) Segnare un punto di svolta nel settore delle infrastrutture di trasporto per raccogliere i primi frutti della interconnessione asiatica. La Via della Seta richiede innanzitutto strade; solo così persone e beni possono fluire agevolmente. La parte cinese attribuisce grande importanza ai progetti ferroviari ed autostradali che collegano la Cina con Paesi limitrofi come Pakistan, Bangladesh, Myanmar, Laos, Cambogia, Mongolia e Tajikistan.(...) 4) Costruire una piattaforma di finanziamento per rompere il collo di bottiglia dell’interconnessione asiatica. La maggior parte degli Stati asiatici sono Paesi in via di sviluppo, generalmente carenti di fondi per lo sviluppo; la chiave è utilizzare efficacemente le scorte finanziarie disponibili, sfruttare al meglio gli incrementi, impiegare le preziose risorse finanziarie esistenti nei settori più all’avanguardia. Vi annuncio che la Cina investirà 40 miliardi di Dollari US per la Fondazione della Via della Seta. 5) sfruttare gli scambi tra persone, per consolidare le basi sociali della interconnessione asiatica. La Cina sostiene il dialogo tra civiltà e religioni, incoraggia gli scambi culturali e tra persone tra tutti i paesi; propone una candidatura congiunta, da parte dei paesi lungo la via della seta alla vista del patrimonio culturale mondiale, e incoraggia la cooperazione a livello locali, tra province, distretti e città di un numero sempre maggiore di paesi asiatici. L’Asia è ricca di risorse turistiche, e sempre più cittadini asiatici viaggiano all’estero, è necessario sviluppare un turismo caratteristico della Via della Seta, per far sì che la cooperazione nel settore turistico e lo sviluppo dell’interconnessione si promuovano vicendevolmente ”²⁸.

La nuova Via della Seta è qualcosa di “altro” rispetto a quella conosciuta e descritta dallo stesso Segretario Generale del PCC, infatti questa nuova Via della Seta dovrebbe riguardare più da vicino i paesi confinanti con la Cina stessa, attraverso la realizzazione di infrastrutture, mentre i memorandum che i vari Paesi stanno sottoscrivendo con la Cina, e l’Italia è l’unico paese del G7 ad aver sottoscritto tale accordo, dovrebbe riguardare nell’immediato scambi commerciali anche se, sempre in riferimento all’Italia, dal 2019, data di sottoscrizione del memorandum gli scambi commerciali tra i due Paesi hanno visto un saldo negativo a sfavore dell’Italia. Quindi sembra improprio parlare di nuova Via della Seta, per come “romanticamente” ce l’hanno

²⁷ Op. Cit. Pag. 639

²⁸ Op. Cit, Pagg. 639-641

rappresentata negli anni questa importante arteria che collegava l'estremo oriente con l'occidente. Anche se a ben guardare i nostri rapporti con i cinesi era indiretto ovvero gestito da civiltà di mezzo come la Persia e l'India. La Cina che rappresenta il polo più estremo e denso dell'Asia noi l'abbiamo scoperta tardi. Il vero incontro diretto con la civiltà cinese avviene ai tempi di Marco Polo (alla fine del XIII secolo).

Capitolo 2 – L’altamoda in Cina

2.1 Evoluzione della moda- Il Qipao

Il termine “moda” prima di mezzo secolo fa, non era contemplato nel dizionario cinese e solitamente si utilizzavano concetti generici come “abbigliamento” o “abbigliamento alla moda”, evidenziando l’assenza di una definizione del concetto di “fashion”.

In Cina, mentre in Europa tra metà dell’Ottocento e i primi del Novecento le case di moda²⁹ stavano gettando le basi dei loro futuri imperi, in Cina non vi erano ancora figure e aziende specializzate nel settore, ma l’idea che un capo potesse essere indossato perché di tendenza iniziava a prendere piede.

Per un secolo l’abito femminile più importante, quello alla “moda” e che nel bene e nel male ha avuto una evoluzione come la Cina a partire dagli anni Trenta del secolo scorso, questo è sicuramente il *qipao*.

Per le donne cinesi il *qipao* era l’abito iconico del periodo repubblicano. Abito tradizionale mancese realizzato in vari tessuti con colletto alto e bottoni laterali, le maniche erano più o meno lunghe e la gonna aveva gli spacchi ai lati³⁰.

Agli inizi degli anni Venti del secolo scorso, infatti a Shanghai diventa un abito molto popolare. A poco a poco si trasforma, si accorcia e si stringe, disegnando con eleganza la silhouette femminile e mettendo in risalto la grazia della bellezza orientale. I profondi spacchi laterali ne accentuano la sensualità.

Una vera e propria rivoluzione per l’abbigliamento femminile delle donne cinesi che, cominciando a mostrare gambe e braccia, cosa impensabile fino a qualche anno prima, scatenano le dure reazioni dei più conservatori. Ma questo non impedisce al *qipao* di diventare l’abito più utilizzato dalle donne cinesi per decenni.

La situazione cambia, però negli anni Cinquanta, quando la popolarità del *qipao* si scontra con la nuova realtà cinese. L’abito della tradizione comincia ad essere associato ad una ideologia passata che lo fa cadere nel dimenticatoio. Ma non definitivamente.

È soprattutto grazie al cinema che il *qipao* torna alla ribalta, diventando il simbolo per eccellenza della bellezza e dell’eleganza cinese nel mondo³¹.

²⁹ Ad esempio: in Francia nel 1837 Thierry Hermès fondava Hermès; nel 1854 nasceva il marchio Louis Vuitton; negli anni Venti Chanel. In Italia nel 1921 Guccio Gucci dà vita a Gucci e nel 1925 Edoardo Fendi ed Adele Casagrande aprono il loro primo negozio. Ancor prima, nel 1911 la famiglia Trussardi fonda l’omonimo marchio, persino in Germania nel 1923 Metzinger fonda Hugo Boss.

³⁰ La leggenda narra che nei pressi del lago Jingbo visse una giovane pescatrice, dotata di bellezza, abilità e intelligenza. Trovando scomodi e non adatti alla pesca gli abiti lunghi e larghi che indossava, la ragazza pensò di cucirsi un vestito più pratico, che le rendesse più agevole l’attività della pesca. Così realizzò un abito lungo, chiuso da una fila di bottoni, con dei profondi spacchi sui lati della gonna che rendeva i movimenti più facili. Il giovane imperatore che guidava la Cina a quel tempo, infatti, fece un sogno in cui suo padre, ormai defunto, gli diceva che una bella pescatrice che viveva sul lago Jingbo e indossava un lungo abito che si era cucito da sola sarebbe diventata sua moglie. Al risveglio l’imperatore mandò i suoi uomini a cercare questa giovane pescatrice misteriosa. Una volta trovata e portata a corte l’imperatore la sposò. A corte lei continuò a portare il suo *qipao*. Presto tutte le donne manciù seguirono il suo esempio e cominciarono ad imitare il suo abito, che in poco tempo divenne di moda in tutta la Cina.

³¹ Dai modelli indossati da Jennifer Jones nel film del 1955 *L’amore è una cosa meravigliosa*, che tra l’altro valse un Oscar a Charles Le Maire proprio per i migliori costumi, a quelli sfoggiati da Nancy Kwan, ne *Il mondo di Suzy Wong* del 1969, fino ai più recenti portati da Maggie Cheung nelle pellicole *In the Mood for love* del regista cinese Wong Kar-Wai e dalla famosa attrice cinese Gong

In un caso ben specifico il *qipao* e la sua storia sono i protagonisti, di uno dei romanzi di Qiu Xiaolong³², con l'ispettore capo Chen Cao del Dipartimento di polizia di Shanghai³³. Una donna in *qipao* rosso è stata uccisa per poi essere vestita con *qipao* rosso³⁴, simbolo dell'eleganza borghese degli anni Trenta³⁵.

Il primo ottobre 1949 Mao fonda la repubblica popolare cinese e avvia delle riforme per rafforzare il paese e affermarne l'identità, queste riforme riguardano anche l'abbigliamento e il percorso di emancipazione femminile. Infatti, con la definizione della donna quale "*l'altra metà del cielo*", Mao volle riconoscerne valore e dignità e prendere le distanze dal sistema patriarcale cinese. Mise sullo stesso piano uomini e donne, facendo diventare l'emancipazione femminile un dovere e non più un diritto. Di contro, le linee guida del governo consigliavano indumenti simili a delle divise militari di colore neutro o scuro dove spiccavano dettagli rossi che richiamavano il partito comunista, se non si indossava l'uniforme o dei capi approvati si rischiava di essere etichettato come antirivoluzionario e per questo perseguitato.

Tutto ciò si tradusse nell'omologazione dell'abbigliamento. Il partito apprezzava tutto ciò che richiamava il mondo del proletariato che prendeva le distanze dalla borghesia, per questo tessuti tradizionali come seta e raso oppure abiti occidentali, *qipao*, giacche in stile mandarino, finirono per essere associati ad uno stile di vita troppo sfarzoso e lontano dal nuovo pensiero maoista, per questo vennero presto abbandonati.

Li, che li indossa sia nei suoi film che sul *red carpet*.

³² Maestro assoluto del *noir* cinese. Scrittore, poeta, traduttore, saggista cinese di lingua inglese. Originario di Shanghai è lì nato nel 1953, dove ha vissuto nella prima parte della sua vita. Si trasferì negli USA nel 1968 come studente straniero, per lavorare ad un libro su T. S. Elliot. A seguito degli eventi che culminarono con la repressione nel 1998 di piazza Tienammen, venne bollato come un nemico del governo e costretto a rimanere negli Stati Uniti, per evitare ripercussioni. La sua fama è legata ai romanzi di genere *noir* ambientati nella sua città natale, Shanghai, con protagonista l'ispettore Capo Chen Cao. La sua ultima fatica letteraria (settembre 2023) è intitolata Il dossier Wuhan, ed è edita da Marsilio.

³³ Qiu Xiaolong, Di seta e di sangue, Marsilio, Venezia, 2011.

³⁴ "...all'incrocio tra via Huaihai e via Donghui (...) scorse un oggetto sconosciuto, rosso e bianco (...) la parte bianca sembrava una lunga radice di loto, che sporgevano da un sacco ricavato da ciò che a prima vista gli parevano vecchie bandiere rosse. (...) Quella che aveva scambiato per una radice di loto bianca era in realtà una tornita gamba umana che luccicava di rugiada. E non si trattava di un sacco, ma di un abito in stile mandarino, un *qipao*, di colore rosso, che racchiudeva il corpo di una giovane donna, probabilmente ventenne. Il suo volto appariva già cereo".

³⁵ "Quell'abito, di gran classe, sembrava inspiegabile. Indossato originariamente dai manciuriani, un gruppo etnico minoritario al potere durante la dinastia Qing, negli anni Trenta il *qipao* diventò talmente alla moda che la gente lo considerò un indumento nazionale, senza tenere conto delle sue origini etniche. Dopo la sua scomparsa durante la Rivoluzione Culturale, perché considerato simbolo di uno stile di vita borghese, negli ultimi anni aveva conosciuto un sorprendente ritorno di popolarità tra i ricchi".

2.1.1 L'arrivo dell'Occidente e la nascita della moda cinese

Dopo la morte di Mao e con l'avvento nel 1978 di Deng Xiaoping la Cina si aprì al mondo e molti occidentali che si trovarono a visitare per primi la Cina in quel periodo descrivono il modo di vestire delle donne cinesi con indosso abiti semplici, pratici, androgeni, poco femminili, o decisamente brutti, erano abiti dai colori spenti che non valorizzavano in alcun modo la figura.

Il primo passo per la Cina fu quello di invitare nel paese stilisti stranieri e famosa fu la lunga collaborazione tra il governo cinese e Pierre Cardin³⁶.

Le industrie tessili del paese a loro volta fecero un grande salto. Vari imprenditori capendo la crucialità del settore, fecero importanti investimenti di conto, il Governo si fece promotore di politiche di apertura, incentivò gli investimenti esteri ed investì moltissimo nelle imprese nazionali. Nel giro di pochi lustri la Cina divenne paese leader a livello mondiale nelle esportazioni di tessuti e abbigliamento.

Tutto questo incrementò i traffici e la richiesta di manodopera a livello esponenziale, il miglioramento progressivo della qualità, della gamma di scelta e della puntualità nelle consegne facendo in modo che anche Europa e Nord America investissero in queste aziende. Dal “*made in Hong Kong*”, si passò al “*made in China*”.

In quest'epoca post maoista la popolazione accolse l'inversione di rotta senza problemi, rifiutando l'androgina, ma il percorso che portò la popolazione ad apprezzare anche stili più occidentali fu complesso, in quanto vi era una parte ancora ancorata alla tradizione e una più piccola che aveva voglia di esplorare e mettersi in discussione. I tradizionalisti non vedevano di buon occhio le nuove generazioni e tutti coloro che abbracciavano il nuovo modo di vestire. I “riformisti” iniziarono utilizzando abiti dai colori più accesi, tessuti e tagli diversi, successivamente indossarono modelli e stili di ispirazione occidentale.

Questo cambiamento non venne accolto da tutte le donne allo stesso modo. La moda e gli stilisti di quegli anni volevano riportare la figura femminile ad avere una forma, ad essere sensuale e desiderabile.

³⁶ Famoso stilista italiano naturalizzato francese, dopo la sua prima visita in Cina venne nominato Fashion Consultant del governo. Fin da subito aiutò le pesi nel percorso di modernizzazione e sviluppo rendendo commerciabili e utilizzabili anche all'estero i tessuti cinesi. Per pubblicizzare i propri prodotti, gli stilisti hanno da sempre avuto bisogno delle modelle, ma in Cina questa figura professionale non esisteva, a fare da modelle erano le addette alla vendita, le hostess o le bellezze nazionali.

2.1.2 Riviste e TV: la moda entra nelle case cinesi

Un ruolo fondamentale nella nascita della moda cinese lo ebbero le riviste di moda e i programmi televisivi³⁷. Queste riviste portarono a stretto contatto le consumatrici cinesi con la moda occidentale e permise loro di rivedere il modo di vestire.

La televisione nel 1978 era presente in solo tre famiglie cinesi su cento, mentre in poco più di un lustro ci fu un incremento di oltre il 500%. Programmi e film stranieri ebbero da subito un enorme successo, tanto che specie le ragazze si immedesimavano e desideravano vivere quelle storie tanto da cambiare gli standard estetici e caratteriali del loro uomo ideale. Queste nuove influenze culturali non solo aiutarono il paese a trovare un proprio orientamento nella moda, ma ne importarono anche il significato. Non ci si vestiva più per dovere, ma per piacere e se si utilizzava un determinato abbigliamento era perché si voleva mandare un messaggio alla società. Si iniziò a capire che indossare la gonna o degli abiti non era uguale ad indossare pantaloni corti o jeans e che tutto doveva essere abbinato in un certo modo.

L'industria era avviata, gli scambi in crescita, la popolazione era sempre più curiosa e attirata da tutto ciò che proveniva dall'estero. Nelle alte sfere sapevano che per poter continuare la scalata dovevano formare designer e dare forma ad una moda nazionale; quindi, crearono corsi di arte e design per creare queste nuove figure³⁸.

L'industria fashion cinese è, oggi, tra le più dinamiche al mondo. Sono nati brand locali con boutique di lusso diventando un vanto nazionale³⁹. I brand cinesi sono marchi innovativi e di qualità, ancora poco conosciuti in Italia, ma che si stanno pian piano facendo strada nel mercato domestico. La Cina è quindi riuscita a passare da sinonimo di scarsa qualità e manodopera a basso costo a prodotti di ottima manifattura.

³⁷ Elle, nel 1988, fu il primo magazine occidentale ad essere pubblicato in Cina. Iniziò con due uscite l'anno e man mano aumentò fino ad arrivare nel 1997 ad essere mensile. Vogue China arrivò solo nel 2005.

³⁸ Il primo corso per designer venne creato nel 1981 al Central College of Arts and Craft di Pechino e l'anno seguente si trasformò in un corso di laurea. Questo genere di corsi proliferarono nel paese e diedero modo agli stilisti cinesi di avere una formazione e iniziare un proprio percorso artistico, aprendo case di moda e diventando figure professionali pronte a supportare il settore.

³⁹ Molti di questi brand sono nati intorno al 2010, come Babyghost, Ban Xiao Xue (2012), Chictopia, Boundless, Christopher Bu.

2.1.3 Il mercato dei marchi di lusso in Cina

Il lusso dai più è definito come qualcosa che è desiderabile, ma non indispensabile, quindi, parliamo di oggetti quali automobili, gioielli, orologi, abiti, servizi come ospitalità e concierge e marchi come Chanel, Rolex e Versace. Una quota del mercato del lusso, il 2002 è stato chiuso con il valore record di 345 miliardi di euro⁴⁰, è rappresentata dall'Asia in generale e dalla Cina in particolare.

Il consumatore cinese acquista un prodotto di lusso su quattro in tutto il mondo, quota destinata a crescere ulteriormente a causa dell'enorme popolazione, oltre 1,3 miliardi di abitanti⁴¹, un'economia in espansione e l'appetito apparentemente insaziabile del consumatore cinese per il lusso.

Ma occorre fare una distinzione del lusso anche in relazione alle classi sociali. Avremmo dunque il lusso inaccessibile (prodotti e servizi che sono scarsi o unici di altissima qualità, hanno un prezzo molto alto, hanno un significato simbolico e sono esteticamente attraenti), il lusso inaccessibile associato alle classi superiori; il lusso accessibile, associato alla classe media in espansione (prodotti abbastanza rari, di alta qualità e con un prezzo relativamente alto).

Comunque, il lusso è un concetto relativo, infatti ciò che rappresenta il lusso per una persona, potrebbe non rappresentarlo per un'altra.

La distinzione prima fatta tra lusso inaccessibile e quello accessibile lo si trova nel mercato del lusso in Cina dove abbiamo dei super ricchi e classe media. Per la cultura cinese moderna lo *status* sociale delle persone è un fattore importante che influenza gran parte del consumo cinese quindi occorre ostentare, esibire la ricchezza, per collocarsi in una gerarchia sociale.

Dopo il 1990 si è visto che erano maggiormente gli uomini che acquistavano prodotti e servizi di lusso in quanto dovevano inserirsi in quel che la società cinese chiama (*guanxi*)⁴², un social network alla base di molte relazioni sociali, politiche e commerciali. Tuttavia, la situazione è cambiata rapidamente poiché più donne ricevono un'istruzione migliore e raggiungono posti di lavoro meglio retribuiti.

L'*apertura* della Cina ha portato molti cinesi ad essere influenzati dalla cultura occidentale attraverso i media e internet, oltre alla possibilità di viaggiare all'estero trovando la cultura occidentale molto attraente ed hanno iniziato ad acquistare marchi di lusso. Forse in questo potremmo trovare gli influssi, in negativo, della politica di un figlio per famiglia, ovvero che i figli unici sono al centro dell'attenzione dei loro genitori.

⁴⁰ Aggiornamenti Monitor Altagamma-Bain sui Mercati mondiali dei Beni Personali di Lusso presentati il 23 giugno 2023.

⁴¹ Il 6 gennaio 2005 la popolazione cinese ha raggiunto ufficialmente 1 miliardo e 300 milioni. E la dimensione demografica dell'Europa sommata a quella degli Stati Uniti... e moltiplicata per due (Federico Rampini, *Il secolo cinese*, Mondadori Milano, 2005, pag 3).

⁴² Keith Walley, Chen Li, the market for luxury brands in China: insight based on a study of consumer's perceptions in Beijing, 2011

Paesi di origine dei beni di lusso

	<i>Switzerland</i>	<i>Italy</i>	<i>USA</i>	<i>France</i>	<i>Germany</i>	<i>UK</i>	<i>Japan</i>	<i>China</i>
Automobiles	10 (5.0%)	72 (36.0%)	45 (22.5%)	22 (11.0%)	18 (9.0%)	28 (14.0%)	0	5 (2.5%)
Clothes	6 (3.0%)	58 (29.0%)	36 (18.0%)	49 (24.5%)	10 (5.0%)	28 (14.0%)	3 (1.5%)	10 (5.0%)
Handbags	4 (2.0%)	70 (35.0%)	40 (20.0%)	56 (28.0%)	10 (5.0%)	12 (6.0%)	1 (0.5%)	7 (3.5%)
Shoes	6 (3.0%)	78 (39.0%)	26 (13.0%)	44 (22.0%)	22 (11.0%)	14 (7.0%)	2 (1.0%)	8 (4.0%)
Cosmetics	0	10 (5.0%)	46 (23.0%)	124 (62%)	2 (1.0%)	4 (2.0%)	4 (2.0%)	10 (5.0%)
Perfumes	2 (1.0%)	8 (4.0%)	24 (12.0%)	128 (64.0%)	8 (4.0%)	20 (10.0%)	1 (0.5%)	9 (4.5%)
Personal care products	2 (1.0%)	16 (8.0%)	30 (15.0%)	93 (46.5%)	4 (2.0%)	36 (18.0%)	2 (1.0%)	17 (8.5%)
Jewellery	28 (14.0%)	20 (10.0%)	26 (13.0%)	50 (25.0%)	6 (3.0%)	32 (16.0%)	1 (0.5%)	37 (18.5%)
Watches	126 (63.0%)	6 (3.0%)	18 (9.0%)	14 (7.0%)	26 (13.0%)	6 (3.0%)	1 (0.5%)	3 (1.5%)
Alcohol	2 (1.0%)	16 (8.0%)	14 (7.0%)	72 (36.0%)	26 (13.0%)	14 (7.0%)	0	56 (28.0%)

Alcune analisi svolte sul campo hanno dimostrato che la Cina rappresenta un'opportunità significativa per i professionisti del marketing che lavorano con beni e marchi di lusso, altresì non si è del tutto approfondito un mercato complesso e dinamico al fine di sfruttare al meglio le opportunità che offre.

2.1.4 Realizzazione di marchi di lusso in Cina

Analizzando alcuni brand cinesi, possiamo vedere che vi è un ulteriore sviluppo ovvero da una prima fase in cui i prodotti erano “Made in Hong Kong”, si era passati ad una fase successiva ossia a “Made in China”, si assiste ad una nuova fase, ovvero ad un ulteriore passaggio, quello del “Designed in China”.

Il 1990 è l’anno dell’ingresso in Cina delle grandi case di lusso occidentali, quando brand come Chanel e Omega erano praticamente sconosciuti. Per la società cinese il lusso era quindi associato alla cultura occidentale; quindi, occorre un passaggio, anche generazionale che portasse alla sinoficazione⁴³.

Il dibattito in tal senso riguardava e riguarda tutt’ora se lo spostamento dell’economia cinese verso il “Designed in China” e quindi avere la preferenza nella scelta del consumatore cinese, possa avvenire senza i cento anni di storia che molti marchi occidentali hanno alle spalle, fabbricando e producendo oggetti, quindi economicamente appetibili, ma connotati da tutte le caratteristiche degli oggetti di lusso, così come sopra specificato, e che abbia in se ragioni patriottiche, ovvero che possano portare orgoglio alle loro aziende e al proprio Paese.

Pertanto, nei primi anni in cui si è sviluppato il mercato del lusso in Cina, per superare questi problemi, alcuni brand occidentali si sono uniti a quelli cinesi creando marchi di lusso specifici per la Cina, come NE Tiger, Shang Xia e Shanghai Vive. Ad influenzare il marketing del lusso è il comportamento dei consumatori.

Per far sì che un brand si identifichi come cinese deve rispondere ad alcuni semplici requisiti: a) ubicazione della sede centrale all’interno della Cina continentale; b) nazionalità delle persone chiave coinvolte; c) nazionalità dei proprietari; d) Paese di produzione dei loro prodotti; e) interrelazione tra la storia del marchio e il paese di origine; f) somiglianze tra identità del marchio e l’immagine del Paese di origine; g) percentuale di consumatori e sostenitori del marchio che percepiscono lo stesso come cinese.

Alla base di questi fattori possiamo individuare una serie di strategie che hanno portato ad una evoluzione oppure direttamente ad un nuovo marchio del lusso cinese, ovvero:

- società di lusso occidentali. Ovvero creare i propri marchi di lusso “cinesi”. Ad esempio, Hermes ha creato Shang Xia, mentre Estee Lauder ha creato Osiao. La BMW ad esempio ha creato il suo nuovo marchio premium cinese Zhinoro;
- imprenditori occidentali. Ovvero un piccolo gruppo di uomini d’affari occidentali che vengono in Cina per creare un’attività di lusso, spesso in collaborazione con un designer cinese. Esempio di ciò sono BA YAN KA LA (cosmetici), Charles Philip (scarpe), Mary Ching (scarpe) e Qeeling (gioielli);
- società cinesi (controllate dallo Stato). Gli esempi in tal senso riguardano Shanghai Vive di Shanghai Jahwa Group e Sheli-Sorgere di China Garments Group;
- imprenditori cinesi. I marchi rappresentativi includono Blue Shanghai White, Jack Peng, Longio, Ruans;

⁴³ Klaus Heine, Michel Gutsatz, Luxury brand building in China: Eight case studies and eight lessons learned, 2014

- distributori di lusso cinese. Col tempo sono diventati forti attori del mercato del lusso cinese come Gieves & Hawkes e Kent & Cewen (marchi britannici acquistati da un distributore cinese);
- designer cinesi. Ci sono già alcuni marchi di moda cinese di successo come NE Tiger, Rose Studio e Xander Zhou che potrebbero svilupparsi in marchi di lusso.

2.2 La *maison* Fendi

Adolfo Fendi, napoletano da generazioni, incontrò Paola Carrier, che viveva nel castello di Moncalieri, perché figlia della dama di compagnia della principessa Clotilde di Savoia. Il loro primogenito, Edoardo, conobbe Adele Casagrande, Lei aveva sette anni in più e, contro il parere dei genitori, decisero di sposarsi e di aprire insieme il primo negozio Fendi di pelletteria, in via del Plebiscito a Roma, realizzando manicotti, cappelli e sciarpe. Era il 1925.

Erano gli anni che seguivano la fine della Prima Guerra Mondiale e la nuova classe borghese cercava un modo per riaffermarsi. Questi elementi di rinascita sociale e culturale furono estremamente positivi per lo sviluppo dell'attività che ebbe subito uno strepitoso successo.

Partivano da niente. Lei aveva fatto un po' di gavetta dagli zii di Firenze che lavoravano la pelletteria, mentre lui era stato commesso di Haas&Figli, un negozio di tessuti di largo Goldoni.

Da sola mandava avanti il negozio, mentre il marito si occupava dell'amministrazione. Era compito di Adele Casagrande intessere i rapporti con i fornitori, scegliere il campionario, trattare con i clienti. "Lei in prima fila, il Commendatore nell'ombra"⁴⁴.



Le sorelle Fendi

Dall'unione nacquero 5 figlie: Paola, Anna, Franca, Carla e Alda.

Una nuova sede della boutique venne aperta in via Piave nel 1932 e viene lanciata la linea *Selleria*⁴⁵. Subito dopo, nel 1933, viene lanciata la linea *Pergamena*, che dà l'avvio al caratteristico colore giallo.

Il nome dunque è Fendi, ma si tratta di una storia di donne.

Dopo la Seconda Guerra Mondiale le 5 figlie della coppia si uniscono man mano all'azienda per necessità, in quanto, il padre, Edoardo si ammala. Paola, la più grande disegna le pellicce, Anna il prêt-à-porter, Franca gestisce i negozi, Carla si occupa dell'amministrazione e della comunicazione, mentre Alda, la più piccola, delle vendite e della produzione. Periodicamente le sorelle si alternano a capo dell'impresa di cui ciascuna detiene il 20% del capitale, occasionalmente i mariti ed i fidanzati danno una mano senza mai prendere il sopravvento.

Nel 1963 viene acquistato da una nota famiglia ebrea di Roma i locali di un cinema di avanspettacolo, in via Borgognona, che fu smantellato per far spazio al nuovo negozio. Ormai i tempi erano maturi per il grande

⁴⁴ Franca Fendi, *Sei con me*, Rizzoli, Milano, 2018, pag. 14.

⁴⁵ Collezione prestigiosa di borse, sobria ma di lusso. Le borse sono realizzate a mano, in cuoio, con la stessa tecnica che gli antichi romani usavano per sandali ed accessori. Su ogni borsa è inciso il numero delle cuciture o i punti necessari a realizzarla.

salto, grazie al lavoro incessante sulla qualità e sulle tecniche di lavorazione, unita alle sarte, ai laboratori che conoscevano le pelli meglio delle loro tasche; quindi, pronti per una produzione più audace e innovativa, in linea con i tempi.

Fu il conte Franco Savorelli di Lauriano, che si occupava delle pubbliche relazioni a scoprire, nel 1965, il talento di Karl Lagerfeld, un giovane creativo che abitava a Parigi, a segnalare i suoi lavori ad Adele Fendi che ne intuì immediatamente l'enorme potenziale in quegli schizzi che le avevano presentato.

“Karl era singolare nell'abbigliamento, sofisticato. La sua immagine non è cambiata poi molto nel corso degli anni: occhiali scuri, capelli lunghi e raccolti, guanti come vezzo a nascondere i palmi delle mani. Era un salutista, terrorizzato dalle malattie, ma soprattutto irritato dalla stupidità e dall'ignoranza”⁴⁶.

L'arrivo di Lagerfeld in Fendi segnò la nascita del design Fendi, non solo nell'abbigliamento, Segnando, altresì, il salto evolutivo. “Già a metà degli anni Settanta, il marchio Fendi diventa riconoscibile grazie al logo con le due FF, una dritta e l'altra rovesciata”⁴⁷. Lagerfeld l'aveva inventata per la fodera di una pelliccia.

Nel 1968 le pellicce leggere, colorate, soffici e intagliate conquistano gli Stati Uniti quando Blooming Dale di New York, acquista l'intera collezione di borse Fendi dedicandole la vetrina dello store situato sulla Vth Avenue. In quegli anni si apre la collaborazione di Fendi con il grande cinema italiano i più grandi registi dell'epoca Visconti, Zeffirelli, Fellini vogliono le pellicce Fendi e nel '74 le pellicce Fendi vengono indossate da Silvana Mingano ed entrano nella storia del cinema in *gruppo di famiglia in un interno*, uno dei capolavori di Visconti. Dopo essere riuscita nell'impresa di trasformare la Grande Muraglia Cinese nel 2007 in una passerella, le sorelle Fendi il 7 Luglio 2016 organizzano una sfilata su una passerella trasparente di plexiglass sospesa sulla Fontana di Trevi, per celebrare i suoi 90 anni di attività. La Fontana era stata oggetto di restauro, iniziati nel 2014, finanziato da Fendi.

Il successo non impedisce però le divisioni all'interno della famiglia che raggiungono l'apice nel 1999 quando Anna decide di voler comprare il famoso palazzo romano per farne la sede del marchio. Le sorelle finiscono per firmare senza averne i mezzi. Si trovano dunque costrette a considerare le offerte di rilevamento che da tempo si accumulano sulle loro scrivanie. Gucci, Prada e LVMH dimostrano interesse. Le sorelle Fendi decidono di cedere il 51% del capitale a questi ultimi due. La difficile coabitazione tra Fabrizio Bertelli, proprietario di Prada, Bernard Arnault, Direttore Generale di LVMH, servirà solo a peggiorare le cose. Nel 2001 LVMH rileva la parte di Prada e conseguentemente, in varie fasi, le rimanenti parti delle 5 sorelle. Arnault a quel punto incarica il suo più antico collaboratore, Michael Burke, formatosi alle scuole di Dior e Vuitton di far diventare Fendi “il più bel marchio italiano”.

⁴⁶ Franca Fendi, op. cit., pag. 112.

⁴⁷ Franca Fendi, op. cit., pag. 115.

I cinesi sono *fou de la mode* e guardano al futuro, sono affamati di novità, costantemente proiettati in avanti. Allo stesso tempo sono consapevoli della loro grande storia e conoscono il valore della cultura.

Karl Lagerfeld

(direttore creativo Fendi dal 1965 al 2019)

2.3 Fendi on the Great Wall



Per gentile concessione dell'Archivio Fondazione Candido Speroni e Carla Fendi Speroni

Il 19 ottobre 2007 la Grande Muraglia⁴⁸ cinese è stata, per la prima volta in assoluto, la scenografia di una sfilata di moda, precisamente della *maison* Fendi⁴⁹, marchio del lusso “made in Italy”. Roma incontra Pechino, al passo di Ju Yong Guan, a un’ora dalla capitale. Sullo sfondo il deserto dei Gobi e 88⁵⁰ modelle, schierate lungo la Grande Muraglia, che presenteranno altrettanti abiti, tra cui una cinquantina di inediti, disegnati da Karl Lagerfeld per Fendi. È stata la prima sfilata di un brand del lusso internazionale ad approdare in Cina.

La sfilata non era la presentazione della collezione, ma un simbolo per i consumatori cinesi, un modo per far conoscere ancora di più la firma e così facendo, creare un legame saldo tra la *maison* e la cultura cinese.

Bernard Arnault, presidente di LVMH e proprietario di Fendi dal 2001⁵¹, Karl Lagerfeld, Silvia Venturini Fendi, nipote della fondatrice e creatrice delle borse

⁴⁸ Nel 1907, un secolo prima della sfilata delle Fendi sulla Grande Muraglia, un grande giornalista, Luigi Barzini, è al seguito del principe romano Scipione Borghese, che con la sua vettura Italia, partecipa alla corsa Pechino-Parigi, organizzata dal quotidiano parigino *Le Matin*, corsa partita dalla capitale cinese il 10 giugno 1907, alle ore 08:00 del mattino. In uno dei suoi resoconti si legge “un profilo dentato avanti a noi appare e scompare, mostrando poco a poco torri innumerevoli disposte in catena come schiere di giganti in vedetta. Era la Grande Muraglia”. La corsa si concluse trionfalmente per l’Italia, il 10 agosto, ben 16000 chilometri in soli 60 giorni.

⁴⁹ Marchio che dal 2001 appartiene a Lvmh (Louis Vuitton Moët Hennessy), il polo del lusso francese.

⁵⁰ L’8 in Cina, paese decisamente superstizioso, è un numero portafortuna, perché contiene ben 2 cerchi simbolo di fortuna. Infatti, ad esempio, la cerimonia inaugurale della ventinovesima edizione dei giochi olimpici, ha avuto inizio alle 8:08 dell’08 agosto (08) 2008.

⁵¹ Nel 1997 le cinque sorelle Fendi- Paola, Anna, Franca, Carla e Alda- voltarono pagina in una incredibile saga familiare iniziata

della casa di moda romana e Michael Burke, l'amministratore delegato, hanno accolto gli invitati che hanno attraversato una porta con bassorilievi buddisti, si sono goduti un cocktail in un cortile fortificato, poi salendo i gradini scoscesi di una torre merlata e dopo qualche altro camminamento si sono seduti su un'unica fila lunga 80 metri di passerella. Una dimostrazione di forza per questa "fenice che è rinata dalle sue ceneri", a detta di Karl Lagerfeld, lo stilista del marchio dal 1965.

Illuminate da 100mila piccole luci che scintillano sulle mura, è andata in scena la sfilata-evento di Fendi, costata 10milioni di euro e riservata a 480 invitati, per lo più ricche signore cinesi, la punta di diamante di un esercito che, all'epoca, ne contava 500mila. Solo la moglie del primo ministro è stata di una discrezione massima. Adora la moda, ma niente applausi. L'etichetta cinese lo vieta.

Per questo evento Fendi ha versato una cospicua cifra a favore della ristrutturazione di un tratto della Grande Muraglia⁵².

Arruolate tremila maestranze, che hanno lavorato 5 giorni non-stop e 88 modelle, la metà cinesi. Per l'impianto luci utilizzati 20 camion con generatori elettrici.

Lo show si è aperto con una *mise* rosso lacca (tradizionale colore delle spose cinesi) e si è chiuso con una *mannequin* che evoca una principessa Ming in una rigorosa tunica nera, dalla complessa *coiffure*, abbinata con una "baguette"⁵³.

Nel dettaglio la sfilata è durata 45 minuti (tempo di molto superiore alle sfilate del prêt-à-porter di Milano).

Cerchi e vortici hanno fatto da filo conduttore a questa sfilata, che si è svolta negli stessi giorni del XVII Congresso nazionale del Partito Comunista Cinese, tenutosi infatti in quella stessa settimana, dal 15 al 21 ottobre.

È stato necessario un anno di trattative con il Ministero della Cultura cinese per ottenere di portare la grande moda italiana del lusso sulla Grande Muraglia.

Con questa sfilata non si sono solo evidenziati i valori dell'azienda, la storia (attraverso l'uso di prodotti iconici), o le ricerche fatte sulla cultura cinese, si è voluto soprattutto vendere un sogno. L'inaccessibilità della location (una delle sette meraviglie del mondo), la scelta degli invitati tutti questi elementi vogliono creare un'allure magica intorno al marchio, non si tratta di mera vendita al dettaglio.

nel 1925. Vendono la maggioranza del capitale e Prada e LVMH, che poco dopo rileverà tutte le azioni. Tra coloro della terza generazione che si disputavano il potere rimane solo Silvia Venturini Fendi, responsabile degli accessori e della linea di abbigliamento maschile.

⁵² Il 07 luglio 2016, per festeggiare i 90 anni della Maison, le sorelle Fendi hanno organizzato un altro evento, una nuova sfilata, dal titolo *Legends and Fairy Tales*, per presentare una collezione di *haute fourrure*, dal gioco di parole tra *haute couture* e *fur*, pelliccia. 40 modelle hanno sfilato *sulle/nelle* acque della Fontana di Trevi, i cui lavori di restauro erano stati finanziati proprio dalla maison Fendi. Evento riservato a 200 invitati.

⁵³ Borsa piccola e compatta, ideata da Silvia Venturini Fendi nel 1997. Ha la forma di una *baguette*, diventata popolare grazie alla serie TV *Sex and the City* alla fine degli anni Novanta del secolo scorso, questo tipo di borsa è spesso citata come la prima *It-Bag*. Con la Baguette Bag, Fendi ha dato il via al motto "compra una borsa al giorno", declinandola rapidamente in centinaia di modelli diversi e vendendone più di un milione in vent'anni.

L'iniziativa ha avuto un grande successo ed un ampio riscontro sulla stampa internazionale.

L'allora Ministro del Commercio Internazionale, l'on.le Emma Bonino, si dichiarò "soddisfatta, e l'evento Fendi, oltre a confermare l'azienda come *star brand* nel settore dei beni di lusso, è anche una dimostrazione significativa di questo cambio di passo e di mentalità"⁵⁴. Nella stessa lettera il Ministro sottolineava che "per la prima volta la Grande Muraglia, un monumento storico e di fama mondiale, ospiterà un'iniziativa promossa da un'impresa della moda rigorosamente made in Italy", rimarcando, altresì, che la sfilata del gruppo Fendi "rappresenta senza dubbio un evento unico nel suo genere e testimonia, in maniera emblematica, i buoni rapporti economici e commerciali che esistono tra l'Italia e la Cina". Per finire, l'on.le Bonino enfatizza, che la manifestazione era "un'ulteriore conferma di come le imprese italiane guardano finalmente alla Cina come ad una grande opportunità. In Cina esiste una classe media-alta di consumatori di oltre 180 milioni di persone (...) che certamente non ama e non compra prodotti contraffatti ma, al contrario, è alla ricerca della qualità che solo il made in Italy può offrire".

Anche l'allora Vice Presidente del Consiglio dei ministri, nonché Ministro dei Beni Culturali, l'on.le Francesco Rutelli, in risposta all'invito a partecipare alla sfilata, mette l'accento che "il mondo della moda è, oggi, uno dei punti più alti ed importanti della nostra cultura"⁵⁵. "Rappresenta, si legge nella lettera, l'Italia nel mondo, mantiene alto il suo nome, sostiene la nostra crescita economica, contribuisce a creare, attorno ad ogni cosa che sia italiana, il tratto che rende unico il nostro prodotto, che lo ricollega al nostro territorio, alla nostra identità nazionale". In merito all'importanza del contributo della moda alla cultura italiana, sottolinea che "essa rappresenta una delle industrie globali per eccellenza, una di quelle che nell'attuale "Mondo Piatto" è capace di parlare con immediatezza alle donne ed agli uomini di ogni parte del Pianeta".

La moda italiana è quindi "un esempio di come occorra guardare alla globalizzazione, di come essa possa essere un'opportunità per chi sa coglierne tutte le implicazioni di cambiamento, per chi capisce che il mondo deve essere osservato con lo sguardo portato verso il futuro, senza attardarsi nel passato, ma usandone gli insegnamenti per migliorare le azioni del presente".

E tornando a quel che è stato ed è Fendi, mette l'accento sulla "lezione di tradizione ed innovazione che ci viene data oggi da Fendi. Un'impresa italiana che ha saputo innovarsi nella tradizione. Ha saputo mantenersi italiana pur divenendo europea; ha capito prima di altri che le opportunità di mercati lontani erano legate al mantenimento del proprio patrimonio di qualità ed iniziativa". Il Ministro Rutelli continua sottolineando il fatto che Fendi "sia la prima casa di moda al mondo a sfilare sulla Grande Muraglia diviene, dunque, un evento simbolico di grande importanza. Segnala la capacità di Fendi di imporsi sui nuovi mercati, di essere esploratrice di nuove possibilità ed anche il suo legarsi, nei luoghi in cui essa insedia le proprie boutiques, alle

⁵⁴ Lettera inviata all'Amministratore Delegato ed al Presidente di Fendi dall'on.le Emma Bonino, il 10 Ottobre 2007, Ministro del Commercio Internazionale. Per gentile concessione dell'Archivio Fondazione Candido Speroni e Carla Fendi Speroni.

⁵⁵ Lettera inviata all'Amministratore Delegato ed al Presidente di Fendi dall'on.le Francesco Rutelli, Ministro dei Beni Culturali e Vice Presidente del Consiglio, Per gentile concessione dell'Archivio Fondazione candido Speroni e Carla Fendi Speroni.

tradizioni, alla cultura, alla storia del luogo”.

“Se alzi un muro, pensa
a ciò che resta fuori”.

Italo Calvino
Il Barone Rampante

Conclusioni

Alla luce di quanto fin qui esposto possiamo affermare che effettivamente sotto molti punti di vista, il 2007 è stato sì un anno di svolta per la Cina e per il mercato dell'altamoda in Cina.

La Repubblica Popolare Cinese, sotto la guida di Xi Jinping, che proprio quell'anno emerse nel Comitato permanente e che nell'ultima sezione plenaria del Comitato Centrale dell'ottobre 2010 è stato indicato come futuro Segretario generale del PCC⁵⁶, ha iniziato a “correre” economicamente parlando, tanto da diventare la seconda potenza mondiale dopo gli Stati Uniti. Però, lo stesso Segretario Generale ha riconosciuto, in un discorso tenuto il 18 gennaio 2016 che, sebbene sia, seconda al mondo, “l'economia cinese è grande e fragile e questo evidente problema di “obesità” e debolezza , si riflette principalmente in una capacità inadeguata di innovazione: e questo il “tallone d'Achille” della grande economia cinese”⁵⁷.

Come molte altre economie, anche quella cinese, specie dopo le forzate chiusure dovute al Covid-19, starebbe entrando in un periodo di rallentamento della crescita. La sfida è quella di superare tale rallentamento e far sì che la politica economica della Cina torni a correre.

Indubbiamente, dopo la sfilata del 2007 sulla Grande Muraglia ad opera del gruppo Fendi⁵⁸, il settore dell'altamoda ha fatto il suo ingresso ,prepotentemente, nel grande Paese asiatico, con l'apertura di negozi monomarca delle più note aziende del lusso mondiali, spinto dalla domanda interna , e dal numero sempre crescente di neomilionari , che negli oggetti e nell'abbigliamento di lusso cercano quel qualcosa che esalti il loro nuovo *status*

L'Oriente è anima, l'Occidente materia. Là c'è il regno del silenzio, qua regna il rumore. Non è detto che questi due mondi, apparentemente separati, non possano trovare un punto d'incontro, infatti per molti l'Europa non esiste, che dovremmo parlare di Eurasia e quindi tenendo buona questa definizione ci obbliga negli anni a venire a trovare un punto d'incontro. Serviranno decisori politici nazionali ed internazionali, che abbiano il “pensiero delle cattedrali”, ovvero quello dei costruttori medioevali che gettavano le fondamenta delle

⁵⁶ Il Segretario Generale è anche normalmente Presidente della Repubblica. Il Congresso del PCC viene convocato ogni cinque anni ed elegge il Comitato Centrale, che si riunisce una volta all'anno. E poi il Comitato Centrale che elegge formalmente il Segretario Generale ed i membri dell'Ufficio politico (in gergo *Politburo*).

⁵⁷ Xi Jinping, *Governare la Cina*, Giunti, Firenze, 2019, Vol. II, pag. 263

⁵⁸ Non sempre si è saputo conciliare cultura, traduzione e business. Infatti, nel 2018, Dolce & Gabbana realizzano uno spot per promuovere un evento a Shanghai. A scatenare la bufera, con il conseguente annullamento della sfilata prevista, una serie di video promozionali contenenti alcuni stereotipi - ritenuti sessisti e razzisti - sulla Cina e i cinesi. Poche ore dopo il Brand italiano era già stato estromesso da tutti i principali siti di e-commerce del Paese. Criticato anche il *mea culpa* ufficiale di Domenico Dolce & Stefano Gabbana, con aria contrita, diffuso online.

cattedrali ben sapendo che solo i loro figli e nipoti l'avrebbero vista finita. Interessi economici, miopie sovraniste, pigrizie mentali giocano a favore di questa necessaria lungimiranza.

Bibliografia

- Giovanni B. Andornino, *La Cina e noi. Passato, identità, prospettive*, RCS MediaGroup Spa, Milano, 2023;
- Matteo Bressan e Domitilla Savignoni (a cura di), *Le Nuove Vie della Seta e il ruolo dell'Italia*, Pacini Ed., Ospedaletto (PI), 2018;
- Francesco Cardini, Alessandro Vanoli, *La via della seta (una storia millenaria tra Oriente e Occidente)*, Il Mulino, Bologna, 2017
- Michel Chevalier, Gerald Mazzalovo, *Luxuury Brand Management*, Franco Angeli, Milano, 2021;
- Franca Fendi, *Sei con me*, Rizzoli, Milano, 2018;
- Peter Frankopan, *Le vie della seta, Una nuova storia del mondo*, Mondadori, Oscar Storia, Milano, 2019;
- Peter Frankopan, *Le nuove vie della seta. Presente e futuro del mondo*, Mondadori, Milano, 2019;
- Beatrice Gallelli, *La Cina di oggi in otto parole*, Il Mulino, Bologna, 2021;
- Cinzia Giorgio, *Cinque sorelle. La saga della famiglia Fendi*, Newton Compton Editore, Roma, 2021;
- Yu Hua, *La Cina in dieci parole (十个词汇中的中国-shi ge cihui zhong Zhongguo)*, Universale Economica Feltrinelli, Milano, 2016;
- Adriano Madaro, *Capire la Cina*, Giunti, Firenze, 2021;
- Antonio Malaschini, *Come si governa la Cina, Le Istituzioni della Repubblica Popolare Cinese*, Rubbettino, Torino, 2019;
- Silvia Menegazzi, *La Cina e la politica globale (tra cambiamento e continuità)*, Mondadori Education, 2022;
- Giada Messetti, *Nella testa del Dragone. Identità e ambizioni della Nuova Cina*, Mondadori, Strade Blu, Milano, 2020;
- Giada Messetti, *La Cina è già qui. Perché è urgente capire come pensa il Dragone*, Mondadori, Strade Blu, Milano, 2022;
- Mariella Milani, *Fashion confidential. Quello che nessuno vi ha mai raccontato sul mondo della moda*, Sperling & Kupfer, Milano, 2021;
- Ignazio Musu, *La Cina contemporanea*, Il Mulino, Bologna, 2011;

Silvia Pieraccini, *L'assedio cinese*, Il Sole24Ore, Milano, 2008;

Simone Pieranni, *La Cina nuova*, Laterza, Bari-Roma, 2021;

Marco Polo (a cura di Marcello Ciccuto), *Il Milione*, Grandi Classici BUR, Milano, 2016;

Giulia Pompili, Valerio Valentini, *Al cuore dell'Italia. Come Russia e Cina stanno cercando di conquistare il paese*, Mondadori, Strade Blu, Milano, 2022;

Federico Rampini, *Il secolo cinese. Storia di uomini, città e denaro della fabbrica del mondo*, Mondadori, Strade Blu, Milano, 2005;

Federico Rampini, *Il tradimento (globalizzazione e immigrazione, le menzogne delle élite)*, Mondadori, Strade Blu, Milano, 2016;

Federico Rampini, *Le linee rosse (uomini, confini, imperi: le carte geografiche che raccontano il mondo in cui viviamo)*, Mondadori, Strade Blu, Milano, 2017;

Federico Rampini, *Quando inizia la nostra storia (le grandi svolte del passato che hanno disegnato il mondo in cui viviamo)*, Mondadori, Strade Blu, Milano, 2018;

Federico Rampini, *La seconda guerra fredda (lo scontro per il nuovo dominio globale)*, Mondadori, Strade Blu, Milano, 2019;

Federico Rampini, *L'impero di Cindia*, Mondadori, Milano, 2019;

Federico Rampini, *I cantieri della storia (ripartire, ricostruire, rinascere)*, Mondadori, Strade Blu, Milano, 2020;

Federico Rampini, *Oriente e Occidente (massa e individuo)*, Einaudi Editore, Torino, 2020;

Federico Rampini, *Suicidio occidentale (perché è sbagliato processare la nostra storia e cancellare i nostri valori)*, Mondadori, Strade Blu, Milano, 2021;

Federico Rampini, *Il lungo inverno (false apocalissi, vere crisi ma non ci salverà lo stato)*, Mondadori, Strade Blu, Milano, 2022;

Gennaro Sangiuliano, *Il nuovo Mao. Xi Jinping e l'ascesa al potere nella Cina di oggi*, Mondadori, Le Scie, Milano, 2019;

Filippo Santelli, *La Cina non è una sola (tensioni e paradossi della superpotenza asiatica)*, Mondadori, Strade Blu, Milano/ Libri S.p.A., 2021;

Riccardo Staglianò, *L'impero dei falsi*, Laterza, Roma-Bari, 2006;

Qiu Xiaolong, *Di seta e di sangue*, Marsilio, Venezia, 2012;

Henry A. Kissinger, *Cina*, Mondadori, Oscar Saggi, Milano, 2018;

Ma Jan, *Il sogno cinese*, Feltrinelli, Milano, 2021;

Xi Jinping, *Governare la Cina*, voll. I e II, Giunti, Firenze, 2019;

Domino, *La Cina alla finestra*, Rivista mensile sul mondo che cambia, numero 3, marzo 2023;