

# NOTA MERCATO NOTA MERCATO PER IL SETTORE ABBIGLIAMENTO 2009

## (1.ANALISI GENERALE

A Dubai sono presenti con un branch office o semplicemente con una boutique monomarca o, anche piu' spesso, all'interno di catene di distribuzione (Marks & Spencer, Harvey & Nichols, Debenhams...) alcuni fra i piu' importanti marchi internazionali. I negozi si trovano all'interno dei mall e per aprirli e' indispensabile, cosi' come per ogni altra attivita', uno sponsor locale. Al-Futtaim e soprattutto Al Tayer sono solo due fra i i piu' importanti gruppi locali con l'esclusiva di alcuni fra i marchi piu' conosciuti come, fra gli altri, Marks & Spencer, Harvey & Nichols (gia' sopra citati e a loro volta distributori mondiali con concessione per molti brand), Gap, Armani, Gucci, Alberta Ferretti, Dolce & Gabbana...

Solo alcune boutique locali si sottraggono alla logica sponsor\grande distribuzione, ma il mercato di riferimento per questo tipo di negozi rimane esclusivamente quello tipico locale (abaya per donne ecc.).

Si tratta certo di un mercato interessante, che si sostiene anche attraverso il flusso turistico, in particolare dalla Russia e dai paesi del vicino Oriente, ma dalla dimensioni relative. Il bacino d'utenza 'nazionale', infatti, e' limitato. Le donne, sicuramente elemento trainante del settore moda in senso lato, rappresentano solo un terzo della popolazione totale degli Emirati e la tendenza, anche per i prossimi anni, va sostanzialmente in questa direzione. Cio' e' dovuto anche al ritorno al proprio paese di origine di molte famiglie che lasciano in loco solo il capo famiglia, con una conseguente tendenza generale al risparmio e alla ricerca di soluzioni piu' economiche. Il 70% della popolazione, che ammonta a circa 4 milioni di persone, e' infatti composta da maschi single intorno ai 30 anni e circa il 60% fra loro proviene dal subcontinente indiano. I prodotti a basso costo indiani e cinesi sono dunque quelli che vanno per la maggiore. A parte le griffe italiane piu' conosciute, che comunque stentano e presentano collezioni ad hoc (a volte con scarti delle collezioni "occidentali" degli anni precedenti), il prezzo, piu' ancora che la qualita', resta il fattore determinante.

In conclusione, il prodotto *made in Italy* esercita, in generale, un richiamo di sicuro impatto, soprattutto se si tratta di griffe o di marchi riconoscibili. Per i prodotti di fascia medio-bassa, tuttavia, la concorrenza è molto forte e, anche in questo settore, i tessuti indiani e cinesi rappresentano un elemento di concorrenza evidente.

## **(2.EVENTI E MANIFESTAZIONI)**

Negli Emirati non esiste una Camera della moda o un organismo di settore riconosciuto e condiviso. Finora l' iniziativa promozionale più importante del settore è stata il Dubai Fashion week, che si è tenuto regolarmente dal 2007. Il Dubai Fashion week, che corrisponde in sostanza alla nostra settimana della moda milanese, viene fatto due volte l'anno ed è organizzato dall'agenzia di eventi Concept Events, nata nel 2004. Dal 5 al 9 aprile 2009 è stata presentata la collezione autunno-inverno e in ottobre, dal 5 al 9 ottobre, verrà presentata presso le Emirates Towers la collezione primavera-estate.

Contrariamente a quanto si possa pensare, l'invernale viene venduto regolarmente, soprattutto ai locali che viaggiano all'estero e ad alcuni tipi di clientela turistica, soprattutto russa. I locali, infatti, spesso amano la montagna tanto che la Svizzera e l'Austria, oltre al Libano, sono mete particolarmente gettonate.

Accanto ad essa, si segnalano svariate altre iniziative, più o meno isolate, fra cui la Dubai Fashion Fiesta, che si tiene annualmente dal 2007 e che anche nel 2009 si terrà regolarmente, in giugno, presso il World Trade Center di Dubai ( <http://www.dubaifashionfiesta.com/> ).

Da segnalare anche il maldestro e furbesco tentativo di istituire un' Abu Dhabi Fashion week, malamente naufragato, nonostante la sfavillante edizione organizzata l'anno scorso presso l'Emirates Palace (edizione, peraltro, per cui la stessa struttura ospitante non è poi stata pagata). Provare, per credere, anche il sito ufficiale, letteralmente 'bloccato per insolvenza' ( [www.abudhabifashionweek.com](http://www.abudhabifashionweek.com) ).