

Shanghai Village with Disney

On the site of the free trade zone where Value Retail China will build a temple of shopping for 10 million Chinese

SHANGHAI –
written by our correspondent **Rita Fatiguso**

In the heart of Shanghai's Pilot Free Trade Zone, a future oasis of Chinese capitalism (an alternative to Hong Kong), a citadel built upon consumerism is being born. Economists say it, macroeconomic analyses confirm it: China needs to learn to consume if it wants to continue growing. So where better to practise one's shopping skills than inside Shanghai Disney Resort, the first theme park in Mainland China? Here they are convinced: today this is a desolate piece of land, but in a year's time Shanghai, with its own version of the Disney myth, will make Paris and Tokyo seem pale in comparison.

Tourism is the key: visiting this Chinese Disneyland will have to satisfy aspirations, and so the welcome must be multifaceted. If you win the heart of a Chinese tourist – say the experts – you'll have won them forever, provided that you can tell them a story: such is the marketing strategy of all worldwide successful brands.

The wait for this work has been spasmodic, on the cards for the past ten years and finally scheduled to open next year, after long negotiations with local authorities and a final rush that brings back the memory of the close-by Expo 2010 area, which has now been converted back into a residential area. The two partner companies Shendi and Disney have doubled their investment and aim to attract 10 million visitors. For now at least, on the enormous site something like a roller-coaster is taking shape, but shortly the whole structure will be underway. The majestic Fantasia Castle will tower over hotels, resorts, and Value Retail China's Shanghai Village (in Chinese 'Yi Ou Lai Shanghai Village'), taking up a whole corner of the site, where a new underground line will surface.

Shanghai Village will reproduce with different themes its twin Suzhou Village, newly opened just 20 minutes away from the city. There will be small quarters of neatly arranged alleys, designer boutiques, art exhibitions and organic restaurants, and, by night, atmospheric lighting.

Nothing is left to chance: those who visit these quality shopping villages, with brands known and loved by the Chinese, from Zegna to Coach, need to feel completely at ease in a place that evokes and tells them stories. Chinese shoppers are more and more demanding, like those that seek branded items at lower prices – with the risk of buying a fake – and spend hours searching the internet. Those who love shopping in the city dive into the shopping centres that have mushroomed in Shanghai. Here, in Pudong's tourist area, the idea is to attract those who wish to have a good time and decide at leisure what to buy. Lines of buses take visitors to a tiny round building serving as a window on the final project.

For now, however, instead of tourists and businessmen, it is often officials, architects and suppliers who visit the Village's and Disney Resort's projects: they take a look, make decisions, and will perhaps have to negotiate on some strategic decisions. Here families' playtime will have to live alongside the shopping of the big spenders – a tough challenge. Besides, Shanghai itself has now achieved fame as a tourist city and therefore the Village and the Disney Resort are part of the offer, far from the crowded malls of the centre. Shanghai Village itself has Shendi as a partner: the partnership has strengthened the project taking it straight into the Disney Resort. For the Village, such interaction is strategic. But, in the minds of local administrators, Shanghai Disney will have a significant impact on the economic and social development of the Yangtze River Delta region, will optimise the growth of tourism in the area, will improve the quality of services, and will facilitate the development of the entire area. The ambition is to give life to an international but competitive urban area. Will they succeed in merging tourism and international resorts in an area of 1.16 square kilometres, once occupied by marshland and swamps? Knowing the Chinese, the answer is yes.

© Copyright Il Sole 24 Ore



Gigantic: Two renderings of Value Retail China's Shanghai Village, which will replicate different themes of its twin Suzhou Village, just opened and 20 minutes by train from the city. This mega project was born out of a partnership between Shendi and Disney and will be in the heart of the Shanghai Pilot Free Trade Zone; this space will have a fantasy castle with hotels, a resort, small areas with tree-lined pedestrian streets and quaint bridges over canals.



Reportage dallo Shanghai Village in formato Disney

Nel cantiere della free trade zone dove Value Retail China realizzerà il tempio dello shopping per 10 milioni di cinesi.

SHANGHAI -
dal nostro inviato **Rita Fatiguso**

Nel cuore della Pilot Shanghai Free Trade Zone, futura oasi del capitalismo cinese alternativa a Hong Kong, sta nascendo una cittadella imperniata sul consumismo. Lo professano gli economisti, lo confermano le analisi macroeconomiche: la Cina deve imparare a consumare se vuole sostenere la crescita e, così, dove è meglio far pratica di shopping se non nel perimetro dello Shanghai Disney Resort, il primo parco a tema di tutta la Mainland China? Qui ne sono convinti: oggi questa è una landa desolata, ma tra un anno Shanghai, con la sua versione del mito Disney, farà impallidire Parigi e Tokyo.

La molla sarà il turismo: visitare la Disneyland cinese dovrà appagare un elemento che gioca da fattore aspirazionale, e l'accoglienza quindi deve essere sfaccettata. Se conquisti un turista cinese lo conquisti per sempre, dicono gli addetti ai lavori, a patto di riuscire a raccontargli una storia, ed è questa la strategia di marketing per tutti i marchi internazionali di successo.

L'attesa è spasmodica per questa opera titanica covata per un decennio e destinata finalmente ad aprire l'anno prossimo dopo un lungo negoziato con le autorità locali e un rush finale che ricorda quello della vicina area ex Expo 2010, ora riconvertita in zona residenziale.

Shendi e Disney, le aziende che lavorano in partnership, hanno raddoppiato gli investimenti e nel 2016 contano di attirare 10 milioni di visitatori. Per il momento almeno, sul sito dell'enorme cantiere inizia a snodarsi qualcosa che assomiglia a un ottovolante ma a breve la struttura prenderà forma, con il collaudato castello di Fantasia a dominare alberghi, resort e, anche, lo Shanghai Village (in cinese "Yi Ou Lai Shanghai") di Value Retail China che occupa un

intero corner del sito proprio nel punto dal quale sbucherà una nuova linea della metropolitana. Lo Shanghai Village replicherà con tematiche diverse il gemello Suzhou Village appena inaugurato a 20 minuti di treno dalla città: piccoli quartieri con stradine ordinate, negozi e atelier, mostre d'arte e ristoranti bio e, di sera, luci a effetto.

Niente è lasciato al caso: chi visita questi villaggi dello shopping di qualità con marchi noti e amati dai cinesi, da Zegna a Coach, deve sentirsi a proprio agio in un luogo che evoca e racconta storie. I compratori cinesi sono sempre più esigenti, quelli che cercano gli articoli di marca a minor prezzo - rischiando di acquistare un falso - passano le ore a compulsare Internet. Chi ama lo shopping metropolitano si tuffa nei centri commerciali che a Shanghai spuntano come funghi. Qui, nella zona turistica di Pudong, l'idea è di attirare chi vuol trascorrere piacevolmente del tempo e anche scegliere in relax cosa comprare. File di bus accompagnano i visitatori in una costruzione bassa, rotonda che serve da vetrina del progetto finale.

Ma, almeno per il momento, non sono né turisti né businessman: sono molto spesso funzionari, architetti, fornitori che visitano il plastico del Disney Resort e del Village, prendono decisioni, magari dovranno negoziare relocation strategiche. Qui devono convivere il gioco delle famiglie e lo shopping di chi spende somme elevate. Una bella sfida. Del resto Shanghai ormai s'è ritagliata una fama di città del turismo e quindi anche il Village e il Resort Disney fanno parte dell'offerta, lontana dagli affollati mall del centro. Anche il Village ha come partner Shendi: l'intesa ha rafforzato il progetto portandolo direttamente all'interno del Resort Disney. Per il Village l'interazione è strategica. Ma nelle intenzioni degli amministratori locali Shanghai Disneyland avrà un impatto significativo addirittura sullo sviluppo economico e sociale della regione del Delta del fiume Yangtze, servirà a ottimizzare il layout del turismo nella regione, a migliorare la qualità dei servizi e ad agevolare lo sviluppo dell'intera area. L'ambizione è quella di dar vita a un agglomerato urbano di livello internazionale ma competitivo. Ce la faranno a far sposare turismo e resort internazionali in uno spazio di 1,16 chilometri quadrati, un tempo occupato da paludi stagnanti? Conoscendo i cinesi, la risposta è sì.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Gigantesco: Due rendering di Shanghai Village di Value retail China, che replicherà con tematiche diverse il gemello Suzhou Village, appena inaugurato a 20 minuti di treno dalla città. In questo caso, il maxi-insediamento che nascerà dalla partnership tra Shendi e Disney si trova nel cuore della Pilot Shanghai Free Trade Zone: lo spazio ospiterà il castello di Fantasia con alberghi, resort, piccoli quartieri con stradine alberate, ponticelli.

