



Un negozio Nike a Shanghai.

IMAGECHINA

PECHINO/1

IL MADE IN CHINA PIACE DI PIÙ

Un'analisi di AlixPartners dimostra che i prodotti locali spesso godono di migliore reputazione di quelli occidentali. E che il prezzo non è tutto.

■ Giocattoli al mercurio, latte alla melamina, cappotti con tracce di amianto: gli scandali commerciali non riguardano solo i prodotti cinesi venduti sui mercati esteri, ma anche quelli commercializzati in patria. Possono quindi sorprendere i risultati della ricerca realizzata a novembre dalla società di consulenza **AlixPartners** su circa 5 mila consumatori locali. Il documento ha rilevato infatti come, in alcuni settori, i marchi locali godano addirittura di maggiore fiducia rispetto a quelli stranieri e i produttori stranieri non sono percepiti come di qualità superiore. Inoltre, il fattore prezzo non è più la variabile d'acquisto determinante.

Il sondaggio AlixPartners Brand Power Index, alla sua prima edizione dedicata al mercato interno cinese, ha scandagliato le abitudini di consumo in cinque aree ad alta capacità di spesa (Pechino, Shanghai, Guangzhou, Chongqing e Shenyang), con lo scopo di fornire indicazioni utili ai pro-

duttori occidentali e ai retailer di beni di consumo. E le indicazioni, per molti versi sorprendenti, sono arrivate. In quattro comparti su otto i marchi locali infatti godono di maggiore fiducia tra i consumatori: **Tsingtao** per le bevande alcoliche, **Haier** per gli elettrodomestici, **Hearttex** nei prodotti per la casa e **Master Kong** per i soft drink. I quattro brand stranieri preferiti sono invece risultati **Olay** (cosmetici), **Nike** (abbigliamento), **Safeguard** (igiene personale) e **Sony** (elettronica di consumo).

Per i cinesi il passaparola resta ancora un canale in grado di orientare le scelte, battuto solo dalla tv ma preferito a carta stampata, internet e campagne pubblicitarie tradizionali. Infine la variabile prezzo: per la prima volta è stato indicato come la variabile meno influente. Un dato che fotografa il ribaltamento degli scenari: secondo AlixPartners, infatti, negli Usa nel 2008 il prezzo è tornato la componente più rilevante per un consumatore su due.

PECHINO/2

Aiuti alle aziende straniere per 12,5 miliardi

Pechino tende la mano agli imprenditori stranieri che operano nelle aree più a rischio: con una mossa a sorpresa, lo scorso 30 dicembre Jin Qingling, presidente della Conferenza politica consultiva del popolo cinese, ha annunciato uno stanziamento triennale da 130 miliardi di yuan (circa 12,5 miliardi di euro) a sostegno degli insediamenti industriali stranieri, con particolare riferimento alle regioni del Guangdong e del Chongqing, dove negli ultimi mesi si sono contati centinaia di fallimenti e poco meno di due milioni di licenziamenti. Non è ancora chiaro in che modo verranno utilizzati i fondi, anche se il *South China Morning Post* ipotizza la concessione di sgravi per i nuovi assunti e la riconversione tecnologica degli impianti: di certo però si tratta del più grande aiuto di Stato mai concesso da Pechino. Per la prima volta gli aiuti saranno estesi anche alle aziende con sede fiscale a Hong Kong e Taiwan, delle quali fino a ieri il governo negava addirittura la presenza. La crisi, insomma, è più forte delle dispute politiche.



Una protesta di disoccupati nella regione del Guangdong.

REUTERS

A cura di Gianluca Ferraris e Beatrice Spagnoli

In collaborazione con **OSSERVATORIO ASIA**

www.osservatorioasia.com