

# MONDOLIBERO

## 30 Aprile 2008

carte di credito del mondo, che sottolinea come i marchi – stranieri per il 36.3% e cinesi per il 19.8% degli intervistati – siano molto importanti per i consumatori ricchi in Cina. Le griffes occidentali sintetizzano per il 92.7% dei preferenti una qualità superiore, per il 68.3% uno status, per il 58% una questione modaiola e per il 48% sono...ecologiche! Lo studio si è fondato su una base di 1800 intervistati il cui reddito annuo supera i 16,000US\$, viventi fra Pechino, Shanghai e Guangzhou, identificabili come consumatori chiave di automobili, prodotti e gadgets elettronici e moda. Le dieci marche di automobili 'di lusso' in Cina, sono tutte straniere - BMW, Volkswagen e Mercedes Benz, le prime – mentre fra i marchi elettronici comanda la Sony per le macchine fotografiche, la Nokia per i telefoni cellulari e la Haier per gli elettrodomestici. Nella moda – oh là là – Chanel regna sovrana, seguita a ruota dal 'nostro' Giorgio Armani. Mentre la supremazia delle marche straniere continua nel campo degli orologi, della moda casual, dello sportswear e soprattutto delle calzature, prepotente si affaccia il marchio hongkonghino Chow Tai Fook in cima alla lista dei gioielli oggetti del desiderio, parecchio davanti alla im-

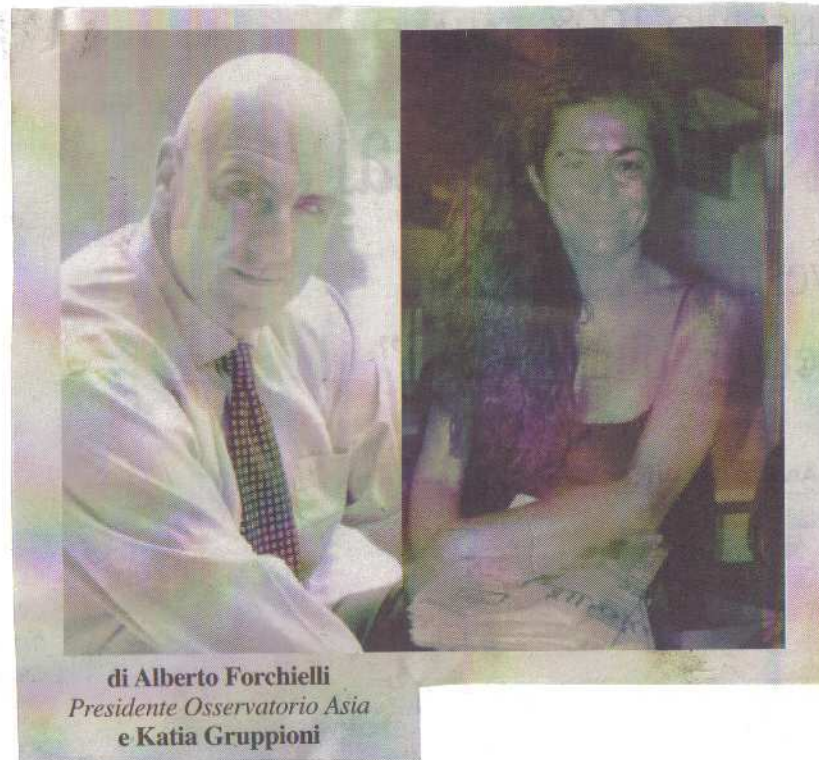
marcescibile Cartier. La Air China è la compagnia aerea preferita dai ricchi viaggiatori – internazionali o domestici – del dragone, mentre fra le compagnie straniere, la favorita è la Singapore Airlines. Il ricco cinese gourmet – nella proporzione di un 80.7% - sorseggia di preferenza vino

francese, che viene preferito nell'ordine a quello italiano, a sua volta seguito da quello autoctono, dallo spagnolo, australiano e da ultimo dal vino tedesco. Per i liquori si rimane in Patria, con preferenze per le marche Wuliangye e Moutai. Ricche signore

appese alle braccia di gonfi portafogli metaforicamente paglierini, adorano esibirsi in shopping di preferenza ad Hong Kong, città feticcio della spesa di qualità, seguita dalle principali capitali europee, le grandi città cinesi e – da ultime – le metropoli die sudest asiatico.

INTERVISTA AD ANDREA CAUSARI, PRESIDENTE DEL

# Nessuno è profeta in patria, nemmeno se ha gli occhi a mandorla



di **Alberto Forchielli**  
*Presidente Osservatorio Asia*  
e **Katia Gruppioni**