

RADIOCOR

28 Dicembre 2009

Il Sole 24 ORE - Radiocor

28/12/2009 - 14:59

Breaking News 24

NOTIZIARIO DEL GIORNO

- **Cina: 'made in China' ovvero 'made in the World' - TACCUINO DA SHANGHAI**

Reputazione dei prodotti cinesi affidata a uno spot su Cnn di Alberto Forchielli*

Radiocor - Milano, 28 dic - Il ministero del Commercio cinese ha affidato ad uno spot di 30 secondi il compito di sollevare la reputazione internazionale dei prodotti 'Made in China'. La diffusione del messaggio promozionale e' stata affidata alla Cnn, la prima Tv della globalizzazione. Per alcune settimane il network di Atlanta sta trasmettendo un video sulla conquista dei mercati da parte dei prodotti cinesi. Il messaggio di Pechino e' rassicurante, diretto e scevro da retorica. Sono scomparsi i riferimenti alla storia, le immagini della Grande Muraglia, gli scavi archeologici. Appaiono invece momenti della vita giornaliera, sorridente e senza contraddizioni, nei quali i prodotti cinesi diventano essenziali. Associano la migliore tecnologia alle esigenze del consumatore globale che corre con le scarpe da jogging, ascolta l'Mp3 oppure usa una fotocamera digitale. L'ambizione e' di elevare la fiducia nei prodotti cinesi sottolineandone la qualita'. La diffusione del 'Made in China' presenta infatti un paradosso apparentemente inspiegabile: il Paese che sta per essere dichiarato il piu' grande esportatore mondiale vanta infatti un'insufficiente reputazione dei suoi prodotti. Molte indagini hanno dimostrato che il prezzo e' la motivazione principale d'acquisto, trascurando la qualita' vera o percepita dei prodotti. La loro reputazione e' generalmente insufficiente e viene associata ai risparmi sui costi del lavoro ed allo scarso rispetto delle norme ambientali. La diffidenza diviene poi rifiuto quando sono coinvolti i prodotti alimentari e farmaceutici, per i quali la contraffazione o l'ignoranza degli standard viene considerata nociva al consumatore. Lo spot sul 'made in China' e' dunque un'iniezione di fiducia, tanto piu' necessario con la crisi internazionale. Le esportazioni cinesi nei primi 10 mesi dell'anno sono diminuite del 20% rispetto al 2008. Pur se i tentativi di Pechino sono indirizzati al sostegno della domanda interna, le esportazioni sono tuttora una componente essenziale del Pil ed il mantenimento delle posizioni e' essenziale per garantire reddito e occupazione nel paese. Il messaggio fa leva sul coinvolgimento delle multinazionali e quindi sull'aspetto globalizzato del processo produttivo. Viene riproposto l'aspetto pacifico della crescita cinese, ottenuta senza discriminazioni e con la collaborazione delle tecnologie dei paesi industrializzati. Un iPod efficiente ed economico e' possibile solo dall'incontro tra maestranze cinesi e ricerca della Silicon Valley. H la globalizzazione ad averlo reso possibile e la Cina vi compare come attore protagonista. Ne e' sintesi lo slogan finale dello spot, quando la voce, con accento statunitense, recita: 'Quando si dice Made in China, si intende Made in China e Made in the World'.

* Presidente di Osservatorio Asia

SERVIZI PER GLI ABBONATI

Se desideri riconfigurare, sospendere il servizio o modificare il tuo indirizzo e-mail [clicca qui](#)
Per assistenza contatta il Servizio Clienti: portale@info.ilsole24ore.com