

# dolce vita

VIAGGI  
CIBO  
BENESSERE  
DESIGN  
MODA

UNA BOUTIQUE DI EMPORIO ARMANI  
NELLA CITTÀ DI SHENYANG IN CINA



## FERRARI, PIZZA E MODA. ECCO COS'È L'ITALIA PER LA GRANDE MURAGLIA

UN'INDAGINE DEL POLITECNICO DI MILANO RACCONTA COME I CINESI VEDONO IL NOSTRO PAESE: POCHI BENI CULTURALI, SCARSA SIMPATIA, POCO APPEAL TURISTICO. E FANNO UNA GRANDE CONFUSIONE: VUITTON, CHANEL E ZARA SONO PERCEPITI COME MARCHI TRICOLORI



1  
FERRARI



2  
PIZZA



3  
LOUIS VUITTON

di RICCARDO BIANCHI

La Ferrari è il marchio italiano più conosciuto dai cinesi. Un buon segno, se non fosse che il secondo è la pizza e il terzo Louis Vuitton. Seguiti, nell'ordine, da spaghetti, pasta, Chanel e salsiccia. Per ritrovare una vera etichetta nostrana bisogna arrivare alla settima posizione, dove c'è la Maserati. Ma scorrendo la curiosa classifica dei brand tricolori più noti all'ombra della Grande Muraglia, ci si scontra con Zara, lo sherry Amontillado e altri nomi che con l'Italia hanno nulla a che fare. In poche parole, i cinesi non conoscono le nostre aziende e non riescono a differenziarle da quelle europee. I risultati della ricerca, condotta

dolce vita

continua dalla pagina precedente



dalla School of Management del Politecnico di Milano, preoccupano ancora di più perché è stata condotta durante l'Expo di Shanghai 2010, dove il campione

degli intervistati avrebbe dovuto avere un occhio sul mondo più aperto rispetto al resto della popolazione. Ma le notizie negative non finiscono qui. Secondo i consumatori cinesi la Penisola eccelle in fatto di moda (68 per cento di conferme) e di prodotti agroalimentari (58 per cento), ma è scarsa per offerta turistica (11,4) e addirittura è solo quindicesima tra le nazioni che vantano il maggior numero di bellezze naturali. Pure per qualità e stile di vita siamo ottavi: la Svezia ci sorpassa per il welfare, ma Francia e Germania per la cultura. Come se l'Italia ne fosse priva. «Il nostro Paese» dice Giuliano Noci, vicedirettore dell'istituto promotore dell'indagine «ha fatto una cattiva comunicazione. L'Italia procede in maniera disunita, ogni Regione si promuove da sola, senza ottenere niente dal mercato orientale». E sembra che non riesca neppure a farsi amare, se è vero che gli italiani si piazzano ottavi tra i popoli più simpatici ed educati. Passi per l'educazione, ma almeno la simpatia... Eppure francesi e tedeschi sono primi e terzi. «Le loro buone posizioni» dice Noci «sono merito degli investimenti in marketing d'immagine». Non è un caso che proprio la Francia sia ai primi posti in tutte le classifiche, e ci superi quasi sempre. «Le istituzioni devono fare in modo di educare gli orientali la cultura dei nostri cibi, dai formaggi al prosciutto crudo. Invece anche nei vini dominano gli australiani e i francesi». Persino nella classifica di «stile e eleganza» siamo quinti. Inutile dire che davanti a noi ci sono i soliti francesi. Ma anche inglesi e tedeschi. E questo proprio non se lo aspettava nessuno. ■■