

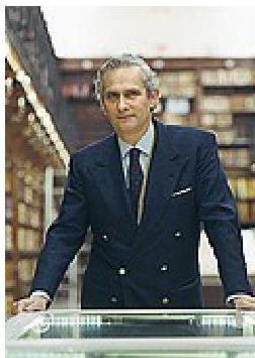
# Rodrigo Cipriani Foresio

Il responsabile del Sud Europa spiega le strategie di attacco ai nostri mercati  
«Intendo portare i prodotti italiani sui mercati del Far East  
In Cina abbiamo fatto chiudere 250 mila negozi che vendevano falsi»

## Alibaba contro i falsari La sfida del gigante cinese

La  
contraffazio-  
ne non è nata  
con noi,  
è nelle mani  
della  
criminalità  
organizzata  
mondiale

Stiamo  
risolvendo  
i problemi  
doganali  
per aprire  
il mercato  
ai prodotti  
italiani come  
cibo e vino



### Il personaggio

Rodrigo Cipriani Foresio è il managing director di Alibaba in Italia, Spagna e Grecia. È stato ad della startup Double Click Italia e ha fatto parte del gruppo Mediaset guidando MediaShopping

### generale

La  
davanti alla  
a Pechino, in  
nel 1999 a  
Jack Ma e Peng  
asiatico del  
online oggi conta  
dipendenti per un  
nel 2016 ha

di **Massimo Sideri**

**C**apire la Cina del 2017, con la sua struttura sociale e di consumi in continua evoluzione, non è facile anche per chi la visita. Ma c'è un dato che può aiutare ad entrare in questo mondo fatto di tradizioni antichissime e di una voglia di futuro che noi europei diamo spesso per scontata: Alibaba Passport è un servizio per clienti Vip che spendono mediamente sulla piattaforma di commercio elettronico fondata da Jack ma nel 1999 10 mila renminbi (circa 1.500 dollari), cioè l'equivalente di uno stipendio netto molto buono anche in Occidente. Sono i migliori clienti e sono ben 150 mila. Si tratta di cinesi del mondo dello spettacolo o imprenditori esuberanti che hanno anche un seguito sui social

network con numeri che per noi sembrano alieni: quando un anno fa una selezione di questi clienti Vip è stata portata da Alibaba in visita alla Cantina Mezzacorona in Trentino il video postato da loro ha fatto quasi mezzo milione di contatti e la cantina ha venduto su Alibaba (che ha 454 milioni di utenti attivi) 10 mila bottiglie in poche ore.

**Ecco la Cina, con la sua voglia anche di Made in Italy. Anche se le cose non sono così facili...**

«L'Italia — spiega Rodrigo Cipriani Foresio, managing director di Alibaba per Italia, Spagna, Portogallo e Grecia — è il Paese più importante del Sud Europa per numero di store aperti, anche se la Spagna, avendo a bordo sei store di Inditex, pesa di più in termini di vendite. Abbiamo 150 store italiani e 50 spagnoli ma è mia convinzione che l'Italia abbia maggiori potenzialità».

**L'Italia è famosa nel mondo per la capacità di produrre prodotti belli e per il nostro artigianato, la Cina è tristemente famosa per la capacità di copiare e falsificare. Non è un incrocio pericoloso? Nel 2016 Gucci aveva lasciato la coalizione che combatte il mercato dei falsi, la Iacc, per protestare dopo il vostro ingresso. Lo Stesso Jack Ma ha fatto capire che la lotta al «fake» cinese è una delle vostre maggiori sfide.**

«Il problema dei falsi non è nato con noi, è in mano alla criminalità organizzata e dobbiamo ricordare che il commercio elettronico ha circa il 15% del commercio mondiale. Alibaba si ritiene leader e dunque riteniamo di dover combattere il fenomeno. Dobbiamo lavorare insieme alle aziende. Abbiamo un sistema che si chiama Ali-protect dove le aziende possono registrare i propri pro-





dotti anche senza diventare nostri clienti. Noi ci accertiamo

mo che tu sia l'azienda che dici di essere e se denunci uno store in Cina lo facciamo chiudere in 24 ore: solo nel 2016 abbiamo fatto chiudere 250 mila store. Spendiamo 20-30 milioni per comprare prodotti e verificarne l'autenticità. Certo, chiudere uno store non è risolutivo. C'è il pericolo che lo riaprano da qualche altra parte in Rete, dunque tentiamo di far chiudere i distretti dove vengono prodotti i falsi».

**Oltre al fashion la categoria per cui l'Italia è nota nel mondo è il cibo. Com'è il rapporto dei cinesi con l'«italian food»?**

«Siamo ancora agli inizi ma in effetti è la seconda categoria per l'Italia. È più facile con prodotti come il caffè ma per esempio — anche se Sterilgarda è leader per la vendita di mascarpone in Cina — in generale i cinesi non conoscono ancora i formaggi. Inoltre esiste tutta una serie di complessità doganali: solo da un mese si possono vendere arance ita-

liane in Cina dopo anni di blocchi. Noi inizieremo a farlo tra non molto. Ci vogliono accordi particolari e tra governi. Uno dei pochi frutti che poteva essere esportato prima era il kiwi, non so perché...».

**E il vino? Abbiamo già perso la partita con la Francia?**

«In Cina l'Italia rappresenta il 5% più o meno del vino importato. La Francia ha già il 55%. Se vediamo il mezzo bicchiere pieno è una grande opportunità. Bisogna anche tenere conto del fatto che il mercato del vino in Cina vale 10 miliardi di dollari annui, ma ben l'80% è occupato dai vini prodotti in Cina».

**Dunque è un mercato potenziale enorme ma alla fine è anche un mercato molto difficile da affrontare...**

«Va considerato che le cose stanno cambiando: fino a due anni fa era obbligatorio avere un magazzino in Cina. Ora con il sistema del cross border è possibile per noi spedire la merce direttamente dal-

l'Italia. Esistono delle free zone come Hong Kong. Ma dipende molto dalla categoria merceologica. Il Bayern Mona-

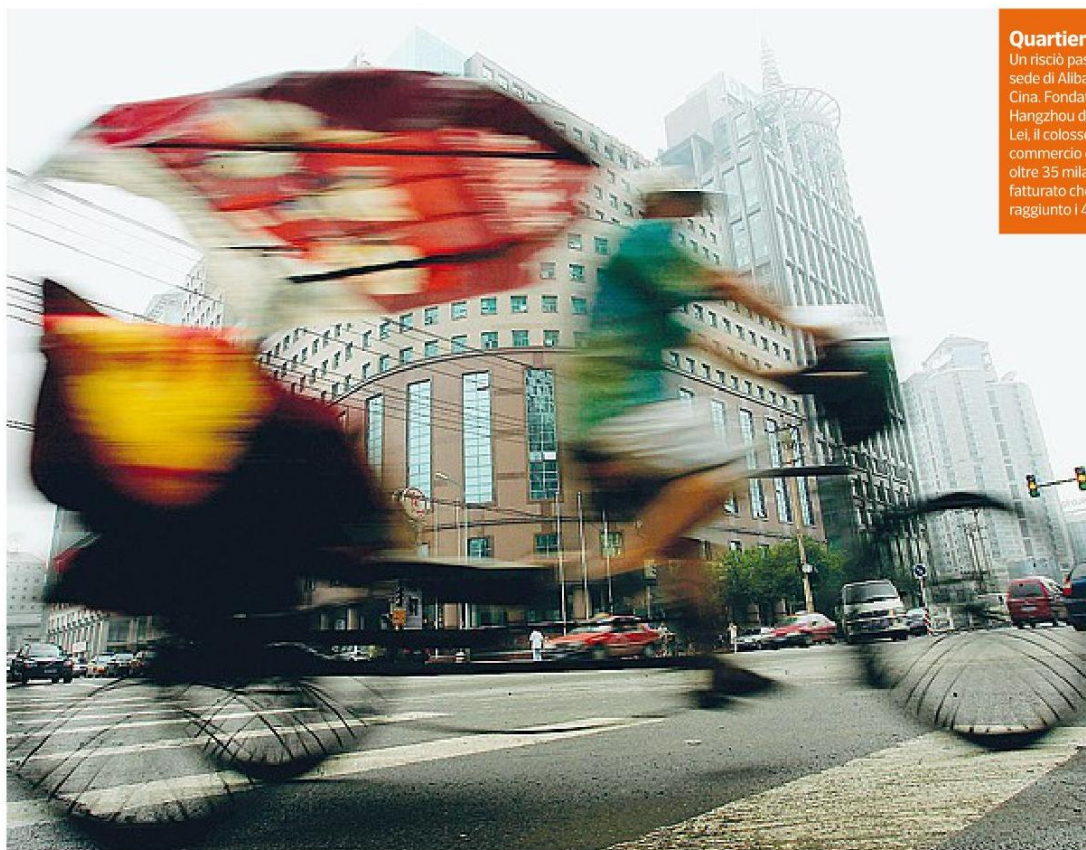
co che è un nostro cliente spedisce le magliette direttamente dalla Germania, il Real Madrid da Londra ma, per esempio, la Juventus le spedisce da Hong Kong. Anche per il vino le cose sono cambiate: fino all'aprile del 2016 poteva entrare solo per import diretto ma ora è più facile:

Vino75 è una enoteca online multi brand che aprirà con noi nel giro di un mese. La cosa molto positiva è che porterà con sé decine e decine di medie e piccole cantine italiane che prima non sarebbero riuscite a vendere i propri prodotti in Cina».

**Alibaba mette in contatto le aziende italiani con gli utenti cinesi. Il contrario non accadrà mai?**

«Esiste Ali-express che vende prodotti solo di aziende cinesi ma, diciamocela tutta: il 99% dei falsi sono qui dentro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Quartier**

Un riscio passa sede di Alibaba Cina. Fondata Hangzhou da Lei, il colosso commercio o oltre 35 mila fatturato che raggiunto i 4