

IL CASO

SFIDA ALLA CRISI INTERNAZIONALE: È BOOM DEI PRODOTTI ECONOMICI

# UN MONDO LOW COST



La nuova Nano e il presidente del gruppo, Ratan Tata

- Abbigliamento, cibo e trasporti a basso prezzo: il fatturato salirà quest'anno a 61 miliardi, oltre il 4% del Pil
- E l'auto si adegua: in India è sul mercato a 1.600 dollari la Tata Nano, tra due anni in Europa a 5.000 euro

CAMPANI e PEREGO alle pagine 6 e 7

## Dribbling alla crisi. Il low cost mette le ali

*L'associazione di categoria: quest'anno il fatturato salirà del 10% a quota 61 miliardi*

— MILANO —

**QUANDO ARRIVERÀ** in Italia fra un paio d'anni dovrebbe costare 5mila euro. Più del triplo rispetto al prezzo indiano ma non c'è dubbio che la nuova Tata Nano, oltre che essere l'auto meno cara del mondo, rappresenta un altro traguardo sul fronte del *low cost*. Ovvero, dello spendere meno ma comprando prodotti comunque di qualità. Per questo, prima di affermare che la nuova vettura made in India sia davvero low cost bisognerà analizzarla bene, esordisce **Andrea Cinosi**, presidente di **Asso-lowcost**, la prima associazione europea del low cost di qualità. Dietro la filosofia del low cost c'è una scelta precisa: abbassare i listini ottimizzando produzione e distribuzione. Una formula quanto mai apprezzata dai consumatori in tempi di crisi che vedono il low cost andare controcorrente e au-

mentare quote di mercato e fatturati mentre industria e commercio, diciamo così, tradizionali perdono posti di lavoro. Secondo il Rapporto del Centro studi **Asso-lowcost** (realizzato in collaborazione con Boston Consulting, Gpf, Databank, Beureau Van Dijk, Cai e Iama) il low cost di qualità in Italia nel 2008 ha fatturato 55 miliardi di euro con una incidenza del 3,5% sul Pil. Andrà ancora meglio quest'anno con una crescita stimata di circa il 10% a 61 miliardi pari al 3,93% del Pil. «Un risultato straordinario in una fase di recessione considerando che non comprende il valore dell'indotto», chiosa **Cinosi**.

**TRE ITALIANI** su quattro si avvicinano a questo settore e alle aziende che lo interpretano al meglio convinti che il prezzo basso e conveniente non sia sinonimo di scarsa qualità ma di correttezza

da parte del produttore. Insomma, volare con Easyjet da Milano a Roma spendendo meno di 50 euro, comprare una macchina a meno di 6mila euro o una camicia a 25 euro significa nel nuovo immaginario del consumatore risparmiare e non accontentarsi. Che dire poi delle polizze Rc auto o dei mutui on line, dei farmaci generici (risparmi medi dal 20 al 30% rispetto a quelli griffati, stesso principio attivo) o dei conti correnti zero spese, tutti assicurano lo stesso servizio (mutuo, conto, polizza) a costi molto più bassi. E che possono fare la differenza, conclude **Cinosi**, per bilanci familiari compressi dalla crisi. Ma quanta differenza? Utilizzando una formula mix (metà spesa tradizionale metà low cost) nell'acquisto degli alimentari, dell'abbigliamento, di

viaggi e vacanze, servizi finanziari, medicinali, arredamento ed energia, sempre secondo il Rapporto **As-solowcost** si scopre che una famiglia media con un figlio può risparmiare in un anno 4.752 euro, cifra che sale a 5.448 euro con due figli e addirittura a 5.866 con tre. E gli italiani sembra proprio se ne siano accorti.

**Achille Perego**

**Una famiglia  
può guadagnare  
fino a 5.800 euro  
all'anno**

