

(...) I primi dieci anni del nuovo millennio ci hanno consegnato una rivoluzione epocale: l'ascesa delle aziende dell'ex Terzo Mondo e l'affermarsi di nuovi logo commerciali, improbabili fino a ieri, ma che stanno, invece, sovvertendo le gerarchie del secolo scorso. Le statistiche non colgono ancora appieno il fenomeno, se non a macchia di leopardo. Nella classifica delle prime cento multinazionali del mondo, stilata dall'Onu, fuori dai perimetri tradizionali dell'Occidente (Giappone compreso) ci sono, per ora, solo tre aziende: due conglomerate cinesi (Hutchinson Whampoa e Citic) e un colosso minerario brasiliano (Vale). Ma la classifica è calcolata in base al patrimonio estero delle aziende: misura, cioè, la loro presenza internazionale. La molla che spinge i nuovi protagonisti dell'economia mondiale è, invece, la presenza, alle loro spalle, di enormi mercati interni, che consente volumi di produzione così alti da catapultarli sui nostri mercati. Il risultato è semplice e sconvolgente, a Roma, a New York, come a Francoforte. (...)

L'articolo:

http://www.repubblica.it/esteri/2012/08/26/news/mangeremo_da_nando_s_bevendo_inca_kola_I_invasione_dei_nuovi_marchi_made_in_bric-41491346/?ref=HREC2-12