



THE EXTRAORDINARY

ITALIAN TASTE

Il Mercato dei prodotti
Agroalimentari Biologici in
CINA

INCOMING OPERATORI ESTERI AL
SANA

Bologna
12 | 15 settembre 2015

MERCATO DEI PRODOTTI BIOLOGICI

Introduzione

Il mercato dei prodotti biologici in Cina sta registrando una crescita costante. La maggior consapevolezza dell'opinione pubblica in merito al mangiare e bere sano sta provocando un cambio di orientamento del consumatore medio verso questa categoria di cibi e bevande. A questo si aggiungono i recenti scandali che hanno investito il settore della produzione alimentare a livello locale, che hanno orientato le scelte di consumo verso prodotti di maggiore qualità, specialmente di importazione straniera.

Secondo gli ultimi dati statistici distribuiti, l'import in Cina di prodotti alimentari dal resto del mondo è aumentato del 15% annuo negli ultimi dieci anni e, secondo le stime, esso raggiungerà un valore di 77 mld USD entro il 2018. Allo stesso modo anche il mercato dei prodotti biologici ha subito una forte crescita, triplicandosi a partire dal 2007 ma arrivando ad occupare nel 2015 solo l'1% del totale dei consumi alimentari, ancora troppo poco rispetto a quanto accade in Europa e Stati Uniti dove il valore è compreso tra il 5% e l'8%. Il motivo principale è rappresentato dall'alto prezzo di questi prodotti, ancora non accessibile a larghe fasce di popolazione, soprattutto quelle residenti al di fuori delle grandi metropoli.

Dati relativi al settore e posizionamento dell'Italia

L'import totale di prodotti biologici in Cina risulta pari, ad oggi, a circa 20 mln USD. Il target di consumatori principale è rappresentato dalle fasce di popolazione a reddito medio-alto e dalle famiglie con figli. Da una ricerca condotta su un campione di circa 200 residenti di Pechino e Shanghai, è emerso come il 70% di essi risulti disposto a pagare un premium price per prodotti biologici, specialmente per motivi di sicurezza e qualità. Questo sentimento dei consumatori spiega la forte crescita che il settore ha avuto negli ultimi anni, aprendo buone possibilità alle aziende estere nel mercato alimentare rappresentato da tale nicchia. Nel settore dei prodotti biologici l'Italia è ad oggi il leader mondiale per volumi esportati, con la Cina che potrebbe diventare tra i suoi primi "clienti" in termini di vendite: nel 2013 il mercato cinese dei prodotti biologici ha raggiunto un valore di 2.4 mld di euro (quarto Paese per consumi dopo Stati Uniti, Germania e Francia). I principali Paesi competitor in termini di superfici coltivate con metodi biologici risultano essere Spagna, Stati Uniti, Argentina e Australia, mentre per numero di produttori biologici India, Uganda e Messico sono ai primi posti della classifica. Questi Paesi tuttavia non rappresentano una vera e propria minaccia per la quota di mercato italiana, considerata la vocazione esportativa e la competitività del Bel Paese.

Per quanto riguarda i competitor cinesi, gli scandali alimentari che hanno investito la produzione alimentare locale hanno favorito la vendita dei prodotti stranieri (apprezzati per la maggiore qualità), riducendo fortemente la market share posseduta dai player cinesi.



Analisi dei canali di distribuzione

L'aumento dei consumi di prodotti biologici in Cina ha coinciso con l'incremento del numero di rivenditori specializzati all'interno delle grandi città. Ad oggi i distributori più importanti sono i supermercati di fascia alta cinesi (Ole', Citysuper), la cui offerta è rappresentata generalmente da prodotti di importazione straniera e di qualità maggiore. Anche le grandi catene occidentali come Wal-Mart e Carrefour stanno guadagnando sempre più visibilità, grazie soprattutto ai maggiori controlli a cui sono sottoposti i prodotti venduti, specialmente quelli alimentari/biologici. Le catene della GDO sono il canale più utilizzato dai produttori esteri.

Anche la distribuzione on-line assume un ruolo di primaria importanza. I consumatori si rivolgono sempre più spesso alle piattaforme cc.dd. "online to offline" per l'acquisto di prodotti alimentari. Alcuni rivenditori si sono specializzati proprio nella vendita di prodotti biologici, arrivando ad operare in tutto il territorio cinese, a dimostrazione di come questa merce sia appetita non solo nelle grandi città costiere, ma cominci ad esserlo anche nelle province interne. Il vantaggio della distribuzione on-line sono i prezzi bassi e la garanzia di qualità, due fattori che, se assenti, ostacolano fortemente la diffusione del biologico tra i consumatori.

Da ultimo, anche i ristoranti e i locali autorizzati alla somministrazione di cibo e bevande risultano un canale di distribuzione importante, specialmente se offrono prodotti appartenenti alla tradizione culinaria occidentale.

Analisi della regolamentazione

La regolamentazione cinese relativa ad attività economiche svolte da entità straniere è particolarmente complessa e dinamica. Attualmente, le leggi principali riguardanti il settore alimentare (e di conseguenza dei prodotti biologici) sono la "Food Hygiene Law", la "General Standard for the Labelling of Foods" e la "National Standards" (GuoBiaos). La prima impone delle ispezioni che le aziende straniere devono fare sulle attrezzature di imballaggio, produzione e magazzinaggio oltre che sui prodotti stessi. Questi devono aderire a specifici standard di igiene nazionali.

La "General Standard for the Labelling of Foods" impone invece l'approvazione dell'autorità locale delle etichette in cinese presenti sui prodotti.

L'ultima regolamentazione fa riferimento a quattro tipi di standard da rispettare (nazionale, settoriale, locale e aziendale).

Di maggiore importanza è invece la nuova legge sulla sicurezza alimentare che entrerà in vigore nell'Ottobre del 2015, che nasce dalla necessità di porre fine agli scandali alimentari che hanno danneggiato l'immagine degli stessi prodotti cinesi, favorendo quelli di importazione. Per aumentare il consumo di prodotti locali verranno introdotte maggiori controlli di sicurezza, nuovi obblighi sulla tracciabilità e pene più severe in caso di violazioni.





THE EXTRAORDINARY

ITALIAN TASTE

**ICE-Agenzia - Roma,
Ufficio agroalimentari e vini
agro.alimentari@ice.it**

**ICE-Agenzia | Shanghai
shanghai@ice.it**