

Studio di mercato



CINA E HONG KONG

Consorzio garanziaBIO, Vico 1° Barone Rossi 11 – 09125 CAGLIARI

Lo stato dell'agricoltura in Cina

In Cina il terreno agrario è una risorsa preziosa: sebbene infatti il paese sia enorme, la maggior parte del territorio è coperto da montagne, deserti, e zone poco adatte all'agricoltura.

Alla fine del 2006 il terreno coltivabile in Cina raggiungeva i 121,8 milioni di ettari, meno del 13% della superficie totale del paese. Nello stesso anno la superficie agricola pro capite era di 0,09 ettari, meno del 40% della media mondiale, 1/8 del livello degli Stati Uniti e la metà rispetto all'India. Le aree destinate all'agricoltura in Cina inoltre, non solo sono esigue, ma si stanno riducendo a causa dell'espansione delle città, dei disastri naturali e della conversione dei terreni ad altri usi (es. riforestazione); erosione ed inquinamento aggravano infine la situazione dei terreni restanti, tanto che secondo le fonti del ministero più del 10% della superficie agraria Cinese (12,3 milioni di ettari) è inquinata (Fangchao, 2009). Negli anni '80 il governo cinese incoraggiò l'adozione delle tecnologie atte ad incrementare quantitativamente le produzioni allo scopo di risolvere le problematiche alimentari del paese, per cui organismi geneticamente modificati (OGM), fitofarmaci e fertilizzanti chimici si diffusero enormemente. A seguito di tale politica oggi la Cina è il maggior produttore ed esportatore mondiale di fitofarmaci, e anche se nel 2007 molti dei composti più tossici furono aboliti, i residui di tali prodotti

rimangono ancora nella matrice ambientale di molte aree (Yang, 2007). L'adozione di metodi eco-compatibili tuttavia andò affermandosi solo col crescere delle problematiche legate all'esportazione: Unione Europea e Giappone cominciavano, infatti, a respingere i prodotti cinesi a causa della presenza di residui di fitofarmaci oltre le soglie ammesse, mettendo in luce la scarsa efficacia delle regolamentazioni cinesi in materia di applicazione degli standard qualitativi.

Oggi l'attenzione dei consumatori e dei media verso la qualità e la sicurezza in campo alimentare in Cina è aumentata sensibilmente, sull'onda della crescita dei salari e degli scandali alimentari, ed anche la protezione dei consumatori si sta facendo spazio come priorità a livello politico.

Attualmente, dunque, la Cina si trova in una situazione difficile: da un lato sfamare una popolazione numerosa e che esercita una crescente domanda di cibo, dall'altro rispondere ad un mutato profilo della domanda che si dimostra sempre più esigente in termini di qualità, e nel contempo risolvere i problemi causati dagli abusi commessi in passato sull'ambiente.

Una possibile risposta a tali esigenze è stata individuata da alcuni organi di governo e da operatori della filiera nel supporto a varie forme di agricoltura "verde", più rispettosa dell'ambiente e in grado di convogliare

qualità e sicurezza ai consumatori. Per questo si sono sviluppati degli strumenti adatti a garantire e valorizzare tali produzioni.

Il mercato dei prodotti biologici in Cina

Secondo "The Greening of China's Food: Green Food, Organic Food, and Eco-labelling", un documento presentato alla Conferenza 2008 sul Consumo sostenibile e la produzione agroalimentare alternativa, il 28% della Sau cinese (qualcosa come 34 milioni di ettari) è destinato alle produzioni ecologiche, una definizione che comprende sia il biologico certificato che le categorie specificamente cinesi dei prodotti "green" (introdotti negli anni '90) e "hazard free" (introdotti nel 2001). Anche se il settore produttivo biologico tende a svilupparsi prevalentemente in province periferiche, lontane da fonti d'inquinamento industriale e dove i "moderni" mezzi agrochimici non sono disponibili, nelle aree più urbanizzate e industriali meridionali nei pressi di Hong Kong, sulla costa del Guangdong e nella valle dello Yangtze, l'inquinamento del terreno è un problema riconosciuto, tant'è che la produzione alimentare cinese non conta su un'ottima immagine nemmeno sul mercato domestico. Il governo valuta che ogni anno intossicazioni alimentari colpiscano fino a 400.000 persone, fonti non ufficiali valutano il fenomeno molto più grave e con valori di gran lunga superiori a quelli dichiarati.

Questo aspetto può essere uno dei maggiori punti di forza potenziali del mercato biologico: la salute è diventata una questione di significativa

importanza, e proteggere i bambini diventa fondamentale in un Paese che ha adottato la politica di "una famiglia/un bambino" (una politica però, a quanto sembra, in via di ripensamento), mentre un punto di debolezza può essere la percezione del biologico come "idea straniera", non necessariamente collegata alle proprie specifiche preoccupazioni di sicurezza alimentare.

I marchi di qualità cinesi per i prodotti "ecologici"

In Cina ci sono 3 tipi di certificazioni di qualità per i prodotti agro-alimentari che sono in qualche modo riconducibili a criteri di sostenibilità: Safe food, Green food e Biologico cinese. I loghi sono riportati in Figura 1.

Figura 1: Loghi (cinesi) del safe food, green food e biologico



Safe food



Green food



Biologico

Questi standard e le relative certificazioni si applicano ai prodotti agro-alimentari, ma

esistono importanti differenze. In primo luogo green food e safe food coprono solamente prodotti alimentari, mentre il biologico si estende anche a prodotti quali cosmetici, fibre e materiali tessili; in secondo luogo il focus delle tre certificazioni è diverso, in quanto il biologico enfatizza fortemente la difesa dell'ambiente come base per la sicurezza alimentare, mentre il green food e il safe food, quantunque non trascurino la necessità di difendere l'ambiente, la pongono nettamente in secondo piano rispetto alla sicurezza alimentare.

Gli organismi governativi preposti alla gestione delle regolamentazioni per gli alimenti certificati in Cina due sono: l'Amministrazione di Stato per la Protezione dell'Ambiente Cinese² (SEPA), e il Ministero dell'Agricoltura.

Dal punto di vista della diffusione, le produzioni "verdi" rappresentano il 28% del totale in termini di superficie; dei 34.18 milioni di ettari totali destinati a produzioni agricole "verdi", il biologico rappresenta il 9,1%, il green food il 29,3% e il safe food il 61,6% (Figura 2).

Figura 2: Composizione delle superfici "verdi" in Cina



Fonte: (SCIO, 2007)

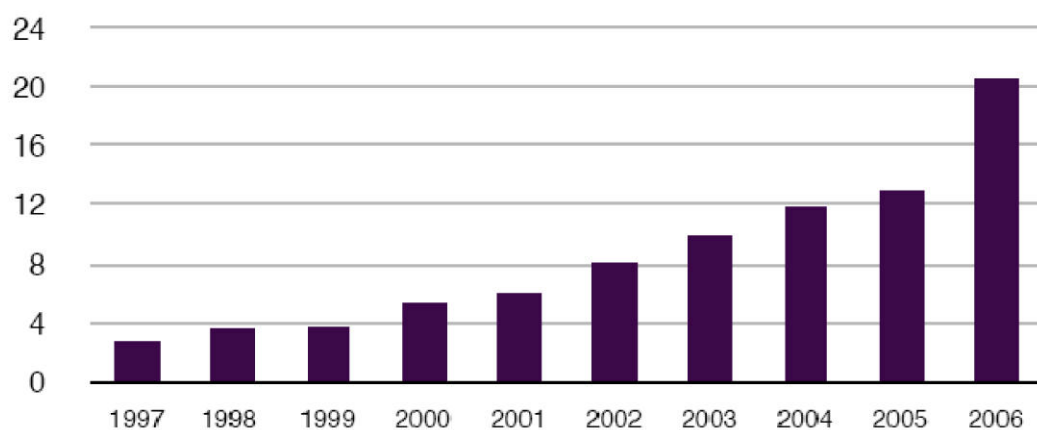
Nello specifico le caratteristiche delle 3 certificazioni sono le seguenti:

Safe food (hazard free): è un sistema assimilabile alla produzione integrata. Il progetto "Pollution free food" venne lanciato negli anni '80, e divenne operativo nel 2001. I prodotti

Safe food seguono un disciplinare poco restrittivo, e in conseguenza di ciò non ricevono alcun premio sul mercato in termini di prezzo.

Green food: è un marchio esclusivamente cinese, e non esiste un corrispettivo al di fuori della Cina. Il progetto Green Food venne lanciato dal Ministero dell'Agricoltura cinese nel 1990, ma la popolarità del marchio iniziò a crescere solo alla fine degli anni '90

Figura 3: Valore della produzione green food in Cina (miliardi di USD)



Fonti: (Aiguo, 2005; Chaney, 2007; EPRC, 2004; IOOSC, 1996; Lianfu, 1999; Lu, 2005; Youfu, 2002)

Oggi in Cina ci sono oltre 150 milioni di Mu (10 milioni di ettari, 1 mu equivale a 1/15 di ettaro) coltivati a green food, 5315 aziende certificate e la produzione totale è di 72 milioni di tonnellate, con un volume d'affari di 20,1 miliardi di USD (150 miliardi di RMB) (John Paull, 2008).

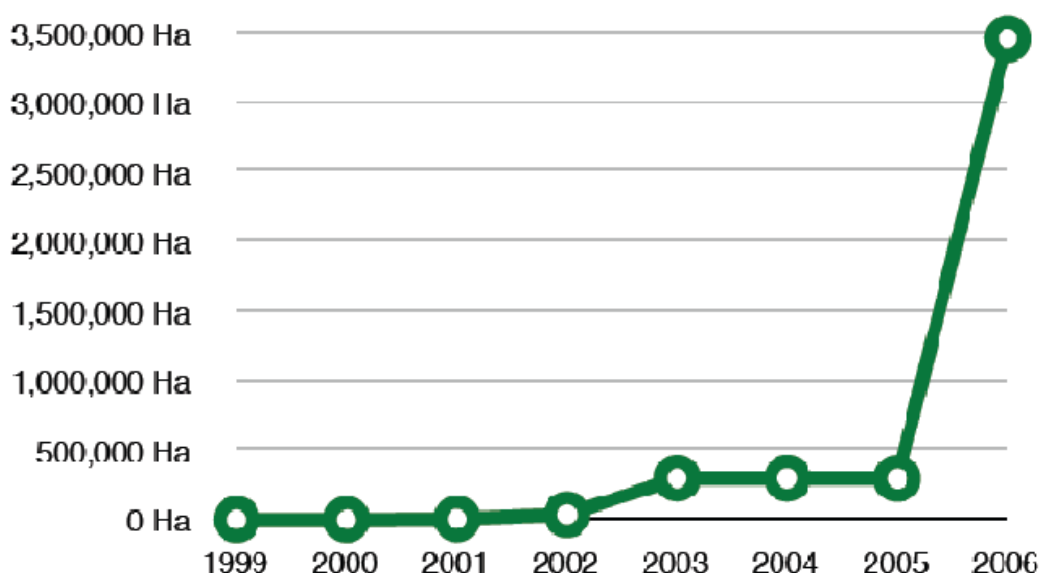
Il green food differisce dal biologico in quanto ha come obiettivo del controllo il prodotto finale e non il metodo di produzione. Di conseguenza

si basa su un uso massiccio delle analisi di laboratorio allo scopo di verificare che l'ambiente di produzione e il prodotto finale raggiungano gli standard qualitativi definiti dal disciplinare; è una sorta di agricoltura "a residuo zero". Storicamente il green food nacque allo scopo di garantire maggiore sicurezza ai consumatori (mentre il biologico abbraccia anche le esigenze dei produttori). Per questo standard la tracciabilità non è così completa e trasparente come per il biologico. Il green food è fortemente supportato dal governo cinese, in quanto garantisce una maggiore sicurezza alimentare sul mercato interno, godendo di un certo premio di prezzo; all'estero, tuttavia, i prodotti a marchio green food vengono spesso commercializzati come convenzionali e non ricevono alcun premio, tranne che in alcuni mercati (Giappone). Il green food rispetto ai prodotti convenzionali, infine, gode mediamente di un premio di prezzo rispetto a un equivalente prodotto convenzionale intorno al 20%.

I numeri del biologico in Cina

La Cina è passata in soli 6 anni (dal 2000 al 2006) dalla 45° alla 2° posizione nella classifica mondiale dei paesi con maggior superficie coltivata a biologico, preceduta dall'Australia (12,3 milioni di ettari), e seguita dall'Argentina (2,2 milioni). Sempre nello stesso anno il paese si trovava in 57° posizione come rapporto tra superficie coltivata a biologico e superficie agricola totale (come mostrato in Figura 4 e Tabella 1). La maggior parte delle coltivazioni in Cina tuttavia sono pascoli permanenti, mentre le colture permanenti giocano un ruolo marginale. La superficie arabile è invece principalmente destinata a cereali, incluso il riso.

Figura 4: Crescita degli ettari certificati a biologico in Cina (1999-2006)



Fonte: (J. Paull, 2007)

Tabella 1: Area coltivata a biologico e incidenza sulla superficie agricola nel 2006

Tabella 1: Area coltivata a biologico e incidenza sulla superficie agricola nel 2006

Paese ⁽¹⁾	Ettari ⁽¹⁾	Posizione ⁽¹⁾	Superficie a biologico ⁽²⁾	Posizione ⁽²⁾
Australia	12,126,633	1°	2,8%	29°
Cina	3,466,570	2°	0,4%	57°
Argentina	2,800,000	3°	1,7%	34°
Italia	954,361	4°	0,5%	52°
USA	889,048	5°	9,0%	4°
Brasile	887,637	6°	6,1%	14°
Germania	767,891	7°	3,7%	24°
Uruguay	759,000	8°	0,3%	64°
Spagna	733,182	9°	4,8%	20°
Regno Unito	690,270	10°	3,8%	23°

(1) Fonte: Willer and Yussefi (2006)

(2) Fonte: FiBL Survey (2008)

Il mercato del biologico, negli anno '90 era pressoché inesistente, e anche se a tutt'oggi la quota di mercato rimane inferiore allo 0,1%, il settore è comunque in crescita.

Le principali produzioni

Il tè è di gran lunga il prodotto biologico più coltivato e consumato, sia in termini di superficie, di valore di mercato o di numero di produttori certificati. Altri prodotti importanti nel comparto biologico in Cina sono le verdure verdi e fagioli verdi, altri tipi di ortaggi, riso, succhi di frutta, noci

e miele. Ci sono ora anche produttori zootecnici certificati, soprattutto di maiali.

Le attività manifatturiere biologiche in Cina

In Cina il biologico si è sviluppato troppo di recente nella fase produttiva; perciò non assistiamo ancora ad uno sviluppo di attività di trasformazione; il settore biologico è ancora più orientato al mercato interno che non alle esportazioni, se non di materie prime. Unica eccezione è la lavorazione dei cereali che occupa uno spazio considerevole. Recentemente si assiste ad alcuni investitori locali che cercano di costituire società miste con capitali stranieri (europei in particolare) per esportare in Cina conoscenze specifiche in materia di trasformazione dei prodotti secondo la enogastronomia occidentale.

Le problematiche del mercato biologico in Cina

La Cina è sempre stato un paese ricchissimo di risorse naturali, sia zootecniche che vegetali; il che ha offerto ottime prospettive anche in termini di possibilità di sviluppo della produzione biologica. Tuttavia, la maggior parte delle città cinesi soffre pesantemente per via

dell'inquinamento dell'aria e dell'acqua: si stima infatti che l'inquinamento dell'aria uccida 656.000 cinesi all'anno, e quello dell'acqua altri 95.000.

Il problema delle frodi poi rimane una preoccupazione costante anche nell'emergente e ancora caotico mercato del biologico, ed a rafforzare questa diffidenza si sono manifestati casi in cui aziende che pubblicizzano e vendono illecitamente come biologici prodotti trattati con pesticidi: Walmart, fino a poco tempo fa, acquistava infatti da una società vicino a Pechino alimenti "biologici" che in seguito si sono rivelati trattati con pesticidi (Chi Chu, 2007).

Questo stato di cose contribuisce a erodere la fiducia dei consumatori cinesi verso la genuinità e l'autenticità delle produzioni locali, e verso lo stesso sistema di controllo delle produzioni delle produzioni alimentari e di certificazione nazionale. C'è inoltre da considerare come il successo del "green food" abbia paradossalmente frenato lo sviluppo del biologico. In Cina la popolarità del green food è decisamente superiore a quella del biologico, che non solo è meno conosciuto, ma anche più costoso: il green food infatti gode di un premio di prezzo variabile dal 10% al 50%, mentre il biologico può arrivare a costare fino a 12 volte il prezzo del prodotto convenzionale.

Il fatto poi che le due certificazioni si sovrappongano dal punto di vista del mercato genera anche confusione, senza considerare che in cinese la parola "biologico" suona molto meno ecologica del termine green food.

I prodotti biologici in Cina subiscono, spesso, un "giro vizioso": sono, infatti, acquistati come materie prime grezze da catene distributive internazionali come Wal-Mart e Carrefour, "occidentalizzati" e poi rivenduti in Cina come prodotti di più alta qualità a un prezzo più alto. E' significativo notare come nel 2007 le vendite di prodotti biologici in Cina presso Carrefour siano cresciute di una volta e mezzo rispetto all'anno precedente, come reazione alla poca fiducia dei cinesi verso certi prodotti alimentari locali. In cinese il termine "youji", che descrive il concetto di biologico, letteralmente significa "ha tecnologia"; in contesti diversi la stessa terminologia può essere impiegata per definire concetti completamente antitetici rispetto al concetto di biologico: "youji huafei", per esempio, sono i fertilizzanti chimici.

La dinamica dei consumi

Il mercato degli alimenti biologici in Cina sta crescendo del doppio ogni anno e negli ultimi dieci anni. All'inizio delle produzioni, l'agricoltura biologica venne sviluppata soprattutto per far fronte alla domanda di prodotti da parte di paesi stranieri e quindi proiettata solamente al mercato dell'export. Nel 2005 il governo cinese inizia lo studio e l'emanazione dei regolamenti sulle produzioni biologiche proprio perché consapevole della crescita del comparto e della domanda interna che inizia così a crescere in modo virtuale.

La presa di coscienza da parte della popolazione cinese sull'alimentazione sana e naturale legata al benessere della persona, portano il governo cinese ad accogliere le istanze dei consumatori. Le produzioni biologiche diventano così argomento di primo piano per lo sviluppo e il posizionamento dell'agricoltura cinese nel mondo.

Si può dire che oggi il fattore trainante del mercato degli alimentari in Cina è l'alimentazione biologica.

Secondo Organic Food Development Centre of Cina (OFDC), la vendita totale dei prodotti BIO in Cina si è attestato nel 2007 a \$500milioni. Il consuma secondo il trend attuale può proiettare la Cina in pochi anni come uno dei paesi con il più alto indice di consumo di alimenti biologici.

A Pechino viene organizzato ogni anno il "China International Green

Food& Organic Food EXPO” (la 10ma edizione nel 2010).

E' la conferma dei forti e crescenti interessi verso il mercato e il consumo dei prodotti bio e dell'interesse governativo per lo sviluppo dell'agricoltura biologica.

Nell'ultima edizione hanno partecipato 1200 organizzazioni provenienti da 37 paesi stranieri e circa 50,000 visitatori quasi esclusivamente operatori specializzati. Secondo le autorità cinesi questa non è soltanto una opportunità di mercato e di business ma soprattutto un modo per far conoscere e divulgare il mondo biologico cinese e il coinvolgimento delle masse di consumatori.

Per incentivare e far crescere sempre di più il settore l'organizzazione su spinta del governo cinese, inizia a creare diversi premi internazionali dedicati al Biologico; Golden Award, Top ten brands Award, Outstanding Enterprises Award, Integrity Pacesetter Award, Designated Products Award, Recommended Product Award, Technology Innovation Award, Innovative Marketing Award, “Four News” Award(New Concepts, New Tchnology, New Achievement, Nes Brand).

Il grande interesse e il risultato positivo dell'EXPO dei prodotti BIO sono anche i frutti delle grandi ce promozionali organizzate dal governo Cinese. E' vero che c'è un forte interesse, o meglio la forte necessità di prodotti BIO per il mercato domestico risvegliato e allarmato per la paura delle contaminazioni e dell'inquinamento alimentare che in alcune zone è a

livelli allarmanti.

Nonostante il boom del BIO, in realtà, la conoscenza dei prodotti biologici è ancora scarsa e i consumatori non conoscono ancora molto bene il meccanismo delle produzioni e della certificazione degli alimenti biologici.

Il problema dei prezzi così come in molti mercati occidentali risulta essere in freno per il consumo interno e soprattutto nelle aree più povere e lontane delle metropoli più conosciute dove il reddito pro-capite è molto più elevato.

La dinamica dei prezzi è molto varia e i prodotti Bio possono avere una maggiorazione che varia dal 30 sino al 200% in più rispetto ai prodotti convenzionali. *(fonte China Green Food Development Centre).*

Sono le megalopoli di Shanghai e Pechino a trainare il boom e le tendenze nel BIO; è qui che si analizza e verifica facilmente l'andamento del mercato BIO in Cina.

A Shanghai venne aperto il primo negozio bio "O Store" della Cina, ma non senza difficoltà dovute ai prezzi di vendita troppo elevati.

Attualmente la classe medio alta cinese e soprattutto quella delle megalopoli tendono ad acquistare i prodotti BIO per difendersi dall'inquinamento alimentare; i consumatori però lamentano una scarsa

stabilità tra livello qualitativo/prezzi. Secondo il ministero cinese di competenza, State Environmental Protection Administration (SEPA), in Cina il livello di consumo di prodotti biologici è attestato poco sotto il 3% della popolazione. È evidente che questo 3% proporzionato alla popolazione Cinese è un valore piuttosto alto e importante se comparati ai dati del consumo bio di paesi come l'Italia, restanti paesi europei ed extra europei.

Il mondo BIO in Cina e' attualmente più forte e sostenuto per quanto riguarda l'esportazione delle produzioni ma, poco incentivato, economicamente, per quanto riguarda il consumo interno.

In ogni caso la Cina si sta accorgendo sempre di più dell'effetto positivo che il mondo Bio può trasmettere per l'economia del paese.

Per questa ragione gli operatori puntano anche alla crescita del mercato interno bio sensibilizzando gradualmente i consumatori attraverso la promozione del consumo domestico dei cosiddetti "Green Food" .

La veloce crescita e l'allargamento delle classi economiche più agiate porteranno in pochi anni ad una crescita dei consumi biologici a livelli molto maggiori degli attuali.

Nelle metropoli (la cui struttura è peraltro completamente diversa da quelle europee (nel vecchio continente non si contano "sistemi città" con

trenta milioni di abitanti) si possono contare centinaia di punti vendita che presentano in assortimento prodotti biologici; praticamente tutte le catene di supermercati della Cina continentale hanno raddoppiato lo spazio lineare per i prodotti biologici, che sono presenti anche in alcuni negozi alimentari d'alta gamma: questo fermento testimonia l'aumento dell'interesse (e degli acquisti) da parte dei cinesi.

La tendenza internazionale alla crescita del consumo di prodotti biologici spiega perché la Cina, assieme ad altri Paesi dal consumo domestico assai relativo, sia diventata protagonista: in un mercato alimentare sempre più globale, si aprono prospettive inattese per gli agricoltori di tutto il mondo, anche in localizzazioni che potrebbero essere ritenute improbabili come la Cina.

Tra i consumatori di questa regione è diffuso l'allarme per l'abuso dei fertilizzanti (la Cina consuma il 30% dei concimi azotati del mondo pur disponendo solo del 10% della Sau) e dei fitofarmaci.

La seconda edizione di BioFach Cina (il fatto che la precedente Fiera di Norimberga abbia in qualche maniera marcato il territorio cinese è indicativo), tenutasi a Shanghai nel maggio 2008, ha avuto oltre 9.100 visitatori professionali.

Per Barbara Böck, che di Biofach è una dei portavoce, la normativa del CNOPS fornisce fondamenta corrette per lo sviluppo del mercato interno, con la previsione di una crescita annuale del settore a due cifre per i prossimi anni.

La Cina ha la necessità di aumentare il suo consumo domestico di beni e servizi per poter realizzare uno sviluppo economico equilibrato. È quindi ragionevole prevedere che lo sviluppo dei mercati, "verde" in generale e biologico in particolare, possano essere utili dal punto di vista economico e ambientale; è anche probabile che i prodotti "verdi" possano essere il primo passo per una diffusione del più avanzato mercato biologico.

Merita una riflessione a parte l'analisi della situazione ad Hong Kong.

Al confine tra la cultura orientale e quella occidentale, Hong Kong si caratterizza per un mercato agroalimentare ricco, variegato e raffinato, tale da meritarsi l'appellativo di "paradiso dei buongustai in Asia". A Hong Kong, i cittadini dell'isola (che conta su una speciale autonomia) hanno redditi relativamente più alti, una maggior consapevolezza delle problematiche connesse alla salute e la disponibilità a pagare un premium price per alimenti sicuri (non a caso il ministero statunitense dell'agricoltura ha identificato Hong Kong come un mercato potenziale per l'export dei prodotti biologici Usa). Sebbene il consumatore "medio" tenda

ad essere attento ai prezzi ed ai prodotti in offerta, la domanda resta in ogni caso sensibile verso gli alimenti stranieri con un particolare riguardo per i prodotti di qualità. Hong Kong si caratterizza, pertanto, per essere un mercato strategico per l'agroalimentare italiano. I principali cibi italiani richiesti dal mercato locale sono pasta, olio di oliva, formaggi, salse di pomodoro, salumi, cioccolato e vino. I nostri prodotti sono percepiti di elevata qualità .

Il consumo di vino si è diffuso solo a partire dagli anni Novanta anche se Hong Kong è stato sino a poco tempo fa principalmente un Paese consumatore di birra. Ad oggi i nostri vini, paragonati a quelli provenienti da Stati Uniti e Sud America, sono più costosi e collocati nella fascia medio-alta. Il consumatore di prodotti Italiani è con età superiore ai trent'anni, reddito medio/altro ed attento alle tendenze della moda ed alla qualità.

I principali canali distributivi sono la vendita al dettaglio e la ristorazione. La distribuzione dei prodotti è curata direttamente dagli importatori.

Non ultimo per importanza è il fattore "dazi zero" di cui trattiamo in altra parte dello studio.

Le prospettive

La Cina diventerà una nazione con un elevato consumo di alimenti biologici mentre la produzione di cibo e le esportazioni aumenteranno ad un ritmo velocissimo. Lo afferma il People's Daily Online, sito governativo in lingua inglese.

Sono sempre più insistenti i segnali che arrivano da fonti ufficiali: la Cina vuole avere un ruolo di primissimo livello, nel futuro del mercato biologico. Oggi, mentre il mercato mondiale del food biologico sta godendo di una crescita annua compresa tra il 20 e il 30%, la Cina potrebbe diventare il quarto maggiore consumatore di alimenti biologici nel mondo, occupando una quota tra 1 e 1,5 % dell'intero mercato dei prodotti alimentari.

La domanda di alimenti biologici prodotti dalla Cina, sempre secondo le stime governative, raggiungerà o addirittura supererà il 5 % del mercato internazionale bio.

Si prevede che sia le coltivazioni che la produzione cresceranno ogni anno tra il 20 e il 30 % nel corso del prossimo decennio. I terreni coltivati con metodi biologici potrebbero raggiungere una quota tra l'1 e 1,5 % dell'estensione agricola cinese.

Secondo Han Peixin, vice direttore della Cina Green Food Development Center, la Cina attualmente produce inbiologico - o è in fase di conversione - con ben 50 categorie alimentari e circa 400/ 500 varietà di prodotti biologici tra cui verdure, fagioli, cereali, prodotti di derivazione ittica o raccolti.

Ma Aiguo, direttore generale della qualità dei prodotti agricoli sotto il controllo del ministero dell'agricoltura cinese, ha detto, durante l'appuntamento fieristico Third China International Organic Trade Fair and Conference, che la Cina continuerà ad aumentare il suo sostegno per l'industria dei prodotti alimentari biologici.

L'esibizione si è svolta a Shanghai dal 27 al 29 maggio scorso ed ha ospitato 300 imprese provenienti da più di 10 Paesi tra cui la Germania, gli Stati Uniti, Taiwan e Hong Kong; con il 15% in più di persone rispetto alla scorsa edizione.

La Cina, quindi, è pronta alla sfida anche nel settore dell'alimentazione biologica. Fatto, questo, che farà storcere sicuramente il naso ai più, ma da qui ad ipotizzare prodotti cinesi bio sui nostri scaffali è al momento impensabile. Ma non possiamo dimenticare il ruolo che il cibo occupa nella vita dei cinesi e quale antica tradizione ed organizzazione esso abbia da secoli sviluppato. La qualità dipenderà, ovviamente, dagli standard che

saranno adottati e dal loro livello di compatibilità. Di sicuro il mercato interno cinese è talmente vasto che vale da solo tutti gli sforzi che gli operatori internazionali già stanno facendo per importare, intanto, soprattutto know how, una sfida che nessuno guarda con diffidenza.

Al momento alcune aziende italiane di produzione Biologica sono presenti in Cina; alcune passando però attraverso delle joint venture con aziende Locali. In particolare a Shenzhen, città nella provincia di Guangdong nella Cina continentale meridionale confinante con Hong Kong.

La relativa complessità dell'accesso al mercato è compensata dalle sue enormi dimensioni potenziali. Manca qualsiasi dato attendibile sull'entità esatta dei consumi domestici, ma riuscire a vendere a un decimo dei 1.338.612.968 cinesi un prodotto biologico con il margine di 1 centesimo di euro per pezzo significa pur sempre un business da 1.338.613 euro.

CASE STUDY: SHANGHAI, il caso modello del mercato cinese

Secondo Financial and business Centre of China, Shanghai e' una delle citta' in crescita' piu' veloci in Cina.

La popolazione di Shanghai e' stimata attorno a 20 milioni e il suo GDP arriva a US\$160billion nel 2007.

Il pro capite GDP nel 2007 era US\$9900(medio nazionale US\$2490).

L'alto livello economico degli abitanti di Shanghai porta anche una condizione favorevole per il business BIO.

Nel 2005 fu aperto il primo supermercato BIO <O-Store> in Shanghai aiuto' a promuovere il mondo BIO agli abitanti e al seguito anche nel resto della Cina tra i consumatori svegli.

O-STORE servì non solo a presentare i prodotti, ma anche a introdurre al popolo la sensibilità verso il mondo degli alimentari sani e sicuri, offrendo i primi ristoranti BIO, coffee shops e I punti vendita della soia BIO.

Purtroppo fu costretto a chiudere nel 2007 le attività a causa dei conflitti commerciali tra gli investitori e i gestori, perché era troppo in anticipo il suo obiettivo commerciale <high end organic shop> .

Il fatto della sua chiusura non rappresenta, però, la diminuzione dei consumatori-fans dei prodotti BIO in Shanghai, anzi.

CAMBIAMENTO DELLO STILE DI VITA: ritorno alla Natura, voler bene alla Natura

Negli ultimi anni c'è una tendenza forte: Vacanze in campagna. Gli abitanti urbani in Shanghai amano passare il tempo libero, nei weekend e nelle ferie, in campagna dove si mangia e si beve il pasto BIO. Attorno a Shanghai stanno nascendo le aziende agricole che offrono lo stile di vita sano vicino alla natura mangiando i prodotti coltivati nel modo naturale.

Questo cambiamento dello stile di vita nuovo sta cambiando anche l'atteggiamento della gente verso l'ambiente. Dal 1° giugno 2008 molti punti vendita hanno smesso di usare i sacchetti di plastica.

Così anche i mass media, una dozzina di giornali, hanno iniziato a fare una grande campagna per aumentare l'attenzione verso la protezione ambientale e la sostenibilità.

Risulta ora che in Shanghai ci sono molti consumatori portano con se le shopping-bags personali e i punti di vendita stessi offrono le shopping bags.

Il tipico esempio del cambiamento del stile di vita in Cina -Shanghai è l'emergenza di LOHAS: stile di vita sano e sostenibile.

Le caratteristiche degli abitanti di Shanghai sono molto riservati e orgogliosi. Ci tengono a farsi vedere preparati, attenti e moderni, a mostrarsi i primi a cogliere le ultime tendenze.

Così lo stile di vita è totalmente diverso da quello tradizionale cinese,

sono subito trasformati da LOHAS Consumatori, si fanno chiamare "Lohasians": interessati dai prodotti BIO, sia alimentari che nell'abbigliamento, eco-turismo, green-building e l'efficienza energetica.

Di conseguenza, quindi, l'esser LOHASIANS vuole dire essere modaioli o intenditori tra gli abitanti di Shanghai.

Addirittura uno dei canali TV popolari di Shanghai ha messo su un programma settimanale per introdurre gli argomenti più caldi e nuovi di LOHAS in Shanghai, Hong Kong e Taiwan.

Il boom Lohas ovviamente e' un grosso aiuto per estendere la conoscenza del mondo biologico.

Le molte aziende locali che operano sul biologico si focalizzano sui consumatori nella fascia di classe media con la forte attenzione della salute.

Questo gruppo di consumatori non è limitato ai giovani libero professionisti, ma è esteso anche alle donne in gravidanza, alle coppie benestanti, etc.

Per ora i consumatori che faranno crescere il mercato BIO sono quelli disposti a pagare di più in cambio del premio alla loro salute e all'ambiente.

Secondo le indagini della società di consulenza a Shanghai, ROCK WING

CO.Ltd., circa il 90% della vendita totale dei prodotti alimentari BIO è costituito dai prodotti freschi locali e il 5% sono i prodotti trasformati e l'altro 5% è costituito dai prodotti importati.

Le categorie più richieste nei prodotti BIO sono verdure, frutta e cereali.

La distribuzione delle produzioni biologiche

C'è da registrare che, anche nelle grandi città, i prodotti biologici non sono distribuiti in maniera capillare, né è facile identificare i punti vendita. Le lunghe distanze e i tempi di percorrenza delle merci talvolta fanno da dissuasore per la distribuzione capillare dei prodotti freschi biologici. Per questo la distribuzione dei prodotti trasformati risulta essere privilegiata.

A Shanghai I prodotti alimentari BIO sono distribuiti nei canali multipli: supermercati giganti e piccoli negozi specializzati in BIO.

I grandi supermercati sono le catene tipo CARREFOUR, E-MART e LIANHUA. Dai diversi anni stanno iniziando a vendere i prodotti BIO.

Per la forte attenzione e richiesta da parte dei consumatori le sezioni delle verdure, frutta e cereali BIO sono esposte nell'area ben evidenziata.

Le altre categorie, pollame, carne, uova, miele e funghi sono spesso esposti mescolati nelle scaffali dei prodotti convenzionali.

I prodotti biologici trasformati non si trovano ancora facilmente, o quasi nulla nei grandi supermercati.

Le catene giganti (GDO), tipo Carrefour, propongono prodotti biologici rifornendosi prevalentemente di prodotti esteri, in quanto la loro necessità di rifornimenti di grande entità e costanza qualitativa non riesce a essere soddisfatta dalla produzione nazionale, che si concentra su commodities per l'estero (l'importazione, di fatto, riduce poi gli sbocchi

commerciali ai piccoli produttori locali e non incentiva la loro organizzazione in filiere efficienti).

Contemporaneamente stanno nascendo e crescendo i numerosi negozi specializzati dei prodotti naturali e BIO negli ultimi anni. La crescita e' il 27% negli ultimi tre anni.

La maggior parte dei negozi specializzati fanno parte delle catene; HIGH



QUALITY

ORGNIC FOOD, LOHAOCIOTY e GOLD FOOD.

La percentuale dei prodotti biologici venduta nei negozi specializzati è stimata nell' 80-90%. Secondo le indagini

fatte direttamente ai negozianti la maggior parte dei negozi si trova nella zona residenziale di alto livello economico in Shanghai. Per avere il costante e stabile risultato nelle attività commerciali si impostano più sui prodotti freschi: latte, cereali, frutta, succo, verdure e pollame sono le categorie più richieste nei negozi specializzati.



I negozi specializzati di piccola dimensione si dedicano molto a educare i consumatori per crearsi la clientela preparata, non solo sui prodotti BIO, ma

anche come mantenersi in buona salute e un buon abitudine.

Organizzano spesso le visite alle aziende agricole, proprio per dimostrare anche la credibilità e la rintracciabilità dei prodotti che offrono.

Negozi specializzati BIO in Shanghai

<i>Punti vendita</i>	<i>numero dei negozi</i>	<i>inizio attivita'</i>
High Quality Organic Food	15	2006
Lohaocity(Le Huo Cheng)	2	2006
Xi Bu Zi Yuan	5	2005
Organic (Ou Ge Ni)	2	2007
Gold Food(Hui Tian Ran)	5	2008
Health Organic (He Xin)	1	2008

È ormai consuetudine trovare nelle città cinesi e ad Hong Kong mercatini di produttori biologici che, così come in Europa, si organizzano per poter vendere con il sistema della filiera corta in modo da poter offrire ai consumatori il miglior prezzo possibile.

Opportunità e sviluppo delle esportazioni bio in Cina

Lo scandalo del latte contaminato nel 2008 che ha provocato l'intossicazione grave di 300.000 bambini, ha risvegliato e allarmato la società cinese sull'importanza alla sicurezza degli alimentari.

La sfiducia e il terrore verso i prodotti domestici contaminati hanno fatto nascere la forte attenzione verso i prodotti importati, sicuri e affidabili. Per questo le produzioni europee, all'avanguardia nei controlli sanitari e qualitativi, possono sicuramente rappresentare la sicurezza alimentare per la popolazione cinese. Tutto questo si traduce in opportunità di business per le aziende modernamente organizzate e dinamiche. Il grande bacino commerciale cinese viene così identificato come un inestimabile contenitore di alimenti biologici Italiani/Europei.

Bisognerà naturalmente ottimizzare tutte le fasi dell'esportazione puntando a trasporti economici, ma sicuri, all'abbattimento del prezzo iniziale quando possibile, operare sul posto con società, consorzi e cooperative di produttori organizzati sul posto e secondo le modalità previste dalla normativa cinese, in modo da poter operare un forte taglio alla filiera distributiva. Accordi commerciali con partners cinesi possono anche essere affrontati sempre tenendo conto delle normative vigenti in campo societario.

Una opportunità che potrà essere sfruttata nel miglior modo possibile

garantendo soprattutto il made in Italy dei prodotti che, a dispetto della concorrenza locale, viene considerata al top dell'alimentazione mondiale.

Tutto questo dovrà essere sostenuto da importanti attività promozionali atte a far crescere la credibilità, già indiscussa, delle produzioni biologiche italiane, Work-shop, promozioni nei punti vendita specializzati e nella GDO che commercializza anche prodotti Bio sono le attività che danno il massimo rapporto benefici/investimenti oltre ad una attività fieristica specializzata nelle principali aree economicamente forti.

Educare e promuovere il significato e la credibilità delle certificazioni BIO e' molto importante per creare un mercato forte e stabile. Le competitività esiste anche nei prodotti BIO importati.

I prodotti inglesi prendono il primo posto nei cereali da prima colazione non solo per la qualità ma soprattutto per i prezzi competitivi rispetto ai pari convenzionali.

Il latte europeo prende una buona posizione quasi vicina al latte di soia/riso australiano(L'Australia in Cina domina il settore latte).

I succhi di frutta BIO europei stanno andando sempre meglio nelle vendite in Cina.

Alcuni esempi di comparazione di prodotti bio con convenzionali.

Prezzi comparati tra BIO e Convenzionali

Prodotti	convenz.(\$/kg)	BIO(\$/kg)	premio
Pepe	0,75	2,90	287%
Uova	0,58	2,84	390%
Cetrioli	0,55	2,30	318%
Aglio	0,78	2,54	226%
Zenzero	0,99	3,03	206%
Cipolla	0,49	2,49	408%
Pomodoro	0,64	2,55	298%
Carota	0,59	2,46	317%

Di seguito la lista dei prodotti Biologici più richiesti in Cina

1. cereali da prima colazione
 2. Latte di soia/riso
 3. Latte vaccino UHT
 4. Succhi di frutta
 5. Alimenti per l'infanzia
 6. Pasta
 7. Riso e pietanze pronti
 8. Condimenti vari
 9. Salse e vegetali sott'olio
-