



Cina e Italia, accordo di collaborazione per l'agroalimentare made in Italy

I vertici del Consorzio agroalimentare Tradizione Italiana - Italian Food Tradition ed il Presidente della Camera di Commercio Cinese Mr. Bian Zhenhu con il Vice Presidente M.me Yu Lu, hanno concluso a Pechino un accordo di collaborazione per l'agroalimentare made in Italy.

Pechino, 7 maggio 2013 - La Camera di Commercio Cinese - food - rappresenta il braccio operativo del Ministero per il Commercio estero della Cina e costituisce il principale snodo istituzionale per accedere al mercato cinese.

L'obiettivo è sviluppare rapporti di collaborazione al fine di aprire al mercato cinese il food "Made in Italy" di qualità. La mission di Tradizione Italiana - Italian Food Tradition, infatti, è promuovere e valorizzare l'agroalimentare italiano all'estero e di sostenere le aziende consorziate nella commercializzazione dei propri prodotti verso il canale retail e quello della ristorazione. Le aziende del Consorzio, alcune leader nei loro segmenti, attualmente sono 12 ed hanno un fatturato consolidato di circa 1,4 mld di euro.

Il presidente di Tradizione Italiana, Antonio Ferraioli ha dichiarato: "Siamo molto soddisfatti di questo incontro. La Cina rappresenta un mercato strategico per Tradizione Italiana e siamo certi che grazie al supporto della Camera di Commercio Cinese, che oggi voglio ringraziare vivamente, riusciremo a portare sulle tavole dei consumatori cinesi il meglio del food made in Italy."

Anche il Presidente della Camera di Commercio Cinese Mr. Bian Zhenhu ha espresso grande soddisfazione per l'incontro odierno. "Prevedo un notevole sviluppo nel mercato cinese per i prodotti agroalimentari made in Italy. Nei prossimi cinque anni stimiamo che l'import crescerà di 10.000 mld di dollari. La crescita esponenziale dei consumi interni infatti apre grandi prospettive. Infatti il consumatore cinese, che ormai vive per il 50 per cento nelle grandi città, richiede sempre di più la qualità dei prodotti, garantita dall'Italia. Le nuove generazioni di cinesi si orientano in tal senso, anche se il prodotto agroalimentare italiano sconta un gap di conoscenza presso i consumatori cinesi nei confronti di altri paesi europei (Francia e Spagna)".

Il mercato cinese presenta grandi potenzialità per i prodotti italiani e in base a questo accordo concluso con il "braccio operativo" del Ministero del Commercio estero cinese, si profilano interessanti prospettive di sviluppo. Il 2012 è stato un anno da ricordare

per l'export alimentare dell'Italia nei mercati asiatici e, in particolar modo, in quello cinese. Stando a quanto affermano i dati della Coldiretti forniti dalla Camera di Commercio di Milano, le esportazioni alimentari nel Paese asiatico sarebbero cresciute del 27%, facendo registrare una spinta record sulle tavole cinesi, dove i prodotti italiani sono sempre più diffusi.

Considerando i prodotti tipici, l'Italia è il primo fornitore di cioccolato (con una quota di mercato del 40,3%), mentre è seconda nelle esportazioni di pasta (18,8%), olio di oliva (21,6%), spumante (12,2%), terza nelle acque minerali (14,2%), quarta nel caffè (5,1%), quinta nel vino (6,1%) e nei formaggi (3,2%). Nell'ultimo anno in particolare, alcuni prodotti hanno registrato incrementi straordinari: la vendita di pasta italiana in Cina, ad esempio, è cresciuta dell'84% o quelle dell'olio (+28%) o ancora quelle del vino (+21%).

Inoltre, nel 2011, la Cina ha importato 71,5 miliardi USD di prodotti agroalimentari e bevande, segnando un aumento del 28% rispetto al 2010. Secondo l'ICE, nella classifica dei paesi esportatori di prodotti agroalimentari verso la Cina, l'Italia si è collocata nel 2011 al 25° posto, con un valore complessivo di 300 milioni di USD, in crescita del 46,7% rispetto al 2010.

Il Consorzio, che ha sede nel CIS - Interporto di Nola (Napoli), il più grande Distretto logistico distributivo d'Europa, portafoglio prodotti composto da una vasta gamma di specialità Made in Italy, appartenenti a diverse categorie alimentari - dalla pasta alle conserve di pomodoro, dall'olio al vino, dal caffè all'acqua minerale, dalla mozzarella ai sottoli, fino ad arrivare all'aceto balsamico, alla frutta secca ed ai liquori.

Le aziende associate sono: Acetificio Marcello De Nigris - aceto, aceto balsamico e condimenti; Besana - nocciole, frutta secca, semi, cioccolato e snack; Cafè do Brasil - caffè Kimbo; D&D Italia, D'Amico - sottoli e sottaceti, olive, sughi e pesti; Fattorie Garofalo - mozzarella di bufala e filiera bufalina; Ferrarelle - acqua minerale; Icca SpA, Gruppo Ciro Amodio - prodotti di mozzarella di latte vaccino; La Doria - conserve di pomodoro e legumi, succhi e bevande di frutta; Oleifici Mataluni - Olio Dante - olii; Pastificio Di Martino e F.lli- pasta; Strega Alberti Benevento - liquori, torroni e prodotti al cioccolato e Villa Matilde - vini.