

(ECO) ITALIA-CINA, IL PROSCIUTTO ITALIANO ALLA CONQUISTA DELL'ORIENTE

Roma, 8 mag (Velino) - "È una buona notizia che conferma la validità di ogni iniziativa del 'sistema Paese'". Commenta così al VELINO Romeo Orlandi, vice presidente dell'Osservatorio Asia, la positiva conclusione dei lunghi negoziati tra il nostro governo e quello della Repubblica popolare cinese per aprire il mercato più popoloso del mondo ai prosciutti stagionati di Parma e San Daniele. "Ognuno ha fatto, e bene, il proprio dovere - prosegue Orlandi - le istituzioni italiane a Pechino, Ambasciata e Istituto per il commercio con l'estero, che hanno avviato e seguito la pratica, i produttori che hanno presentato alle autorità italiane e cinesi tutta la documentazione giusta, il nostro ministero della Salute che ha consentito le visite dei funzionari cinesi alle macellazioni in Italia. Ci sono voluti circa cinque anni e alla fine il risultato è venuto - osserva il vice presidente di Osservatorio Asia - questo dimostra che quando si fanno le cose insieme i risultati arrivano".

La svolta si è avuta il 4 maggio scorso quando l'Ambasciata italiana a Pechino ha comunicato al ministero della Salute l'approvazione da parte delle Autorità cinesi concessa ai primi 36 stabilimenti italiani (situati nell'area di produzione dei due prodotti, in Emilia Romagna e in Friuli Venezia Giulia). I quali sono quindi autorizzati a esportare in Cina i propri prodotti suini stagionati. Ciò si è reso possibile a seguito della definitiva approvazione dell'Ente autorizzativo cinese (Cnca) della lettera di garanzia di conformità degli stabilimenti italiani ai parametri sanitari, fornita dal ministero italiano della Salute. Si aprono dunque interessanti scenari anche in Oriente per un settore che già spopola su importanti piazze internazionali, prima tra tutte quella statunitense. Nel caso della Cina secondo Orlandi vanno fatte due diverse valutazioni di mercato praticamente opposte, ma entrambe significative. Il prosciutto italiano è difatti uno di quei prodotti in grado di soddisfare sia determinate nicchie sia la massa di consumatori, con interessanti risvolti commerciali per i produttori.

"I cosiddetti cinesi sofisticati, pur essendo pochi in termini relativi, sono alcune decine di milioni. Si tratta di persone che viaggiano spesso all'estero, molto attente agli stili occidentali, ma non nel senso che si stiano occidentalizzando - precisa al VELINO Orlandi - semplicemente sviluppano una certa curiosità per la cucina straniera e non hanno alcun problema a sperimentarla in alternativa a quella nazionale". Quindi, per le nostre aziende è certamente un gran vantaggio economico poter mettere a disposizione di questi consumatori, che risiedono nelle grandi città della costa, un prosciutto italiano genuino e autentico nei loro supermercati e ristoranti abituali. Una seconda nicchia è costituita dagli stranieri residenti in Cina, un numero nell'ordine delle diverse centinaia di migliaia di unità e con notevole capacità di spesa che s'incrementa di anno in anno in relazione alla crescita economica dell'Impero del Sole. Infine c'è il mass market. "Non si pensi che un miliardo e 300 milioni di cinesi si metteranno improvvisamente a mangiare prosciutto - sottolinea Orlandi - tuttavia bisogna considerare che la 'cultura del maiale' lì da loro è estremamente diffusa. Il che - conclude il vice presidente di Osservatorio Asia - può costituire un ulteriore elemento a favore di un rapido sviluppo del commercio di prosciutto nostrano". La Cina, infatti, è il maggiore produttore e consumatore di carne di maiale al mondo, con più di un miliardo e 400 milioni di maiali allevati. Inoltre nella regione dello Yunan si produce un prosciutto autoctono molto simile al nostro, solo un po' più piccolo e più ricco di nitrati. Tanto che l'altoatesina Senfter, circa un decennio fa, ha rotto gli indugi e ha cominciato a produrre in Cina salumi e insaccati con tecniche italiane che vende con successo ai consumatori locali.

Nel salutare con soddisfazione il successo dell'iniziativa del prosciutto made in Italy, il ministro della Salute Livia Turco ha sottolineato che "è anche frutto di una brillante azione collettiva delle diverse amministrazioni coinvolte e delle imprese italiane ed è uno dei primi risultati della nuova politica di apertura al mercato cinese che è seguita alla visita in Cina del presidente del Consiglio Romano Prodi nel settembre scorso". Di queste nuove potenzialità, con particolare riferimento agli accordi in materia sanitaria, si segnala la prossima visita in Italia del ministro della Sanità cinese Gao Qiang, in programma il prossimo 10 maggio.

“L’apertura del mercato cinese alle produzioni tipiche e di qualità del made in Italy, come i prosciutti di Parma e San Daniele, i più apprezzati nel mondo, è un elemento estremamente significativo - afferma la Cia - siamo infatti in presenza di un’intesa che potrà dare sicuramente una svolta ai rapporti nel campo del commercio agroalimentare tra i due paesi, aprendo la strada ad altri prodotti italiani”. D’altronde, già nel corso del 2006, le nostre esportazioni agroalimentari in Cina hanno fatto registrare una sensibile crescita che, visti i presupposti, nei prossimi anni può consolidarsi ulteriormente. Un fenomeno per certi versi limitato al mercato asiatico, visto che nel complesso l’export agroalimentare italiano è in ritardo e per questo, sottolineano dall’organizzazione agricola, non può continuare a perdere le occasioni che oggi sono sfruttate da altri paesi europei. “Dobbiamo investire laddove è in crescita il livello dei redditi e, quindi, le domande potenziali - concludono dalla Cia - proprio in Cina ci sono oggi 200 milioni di persone che hanno un potere d’acquisto pari a quello medio europeo. Da qui l’esigenza di rafforzare una promozione che ci permetta di allargare il nostro export alimentare nel grande paese asiatico”.

Dal canto suo la Coldiretti trattiene a stento l’entusiasmo per il successo degli accordi italo-cinesi: “Consumando dieci fettine a testa all’anno i cinesi farebbero esaurire completamente l’intera produzione annuale di prosciutti di Parma e di San Daniele, pari a circa dodici milioni di pezzi”. Ora però, secondo la Coldiretti, al superamento degli ostacoli amministrativi deve fare seguito lo sviluppo di relazioni commerciali che consentano ai nostri prodotti di raggiungere il numero crescente di consumatori cinesi che risiedono nelle grandi città e che hanno le disponibilità economiche sufficienti ad acquistare prodotti italiani di qualità. Nel 2006 le aziende del Consorzio del prosciutto di Parma hanno esportato oltre 1,9 milioni di prosciutti con un incremento del 7,8 per cento, circa 140 mila pezzi in più. La crescita ha riguardato principalmente l’Europa (+115.000 prosciutti), ma con un buon contributo dei mercati d’oltreoceano, che sono cresciuti di circa 25 mila prosciutti. “La Francia con 430 mila prosciutti - precisa la Coldiretti - è il primo mercato seguita da Stati Uniti (360 mila), Germania (350 mila), Gran Bretagna (230 mila) e Giappone (104 mila). Fare leva sui peccati di gola e sulle tentazioni della moda è il miglior modo per conquistare il grande mercato della Cina poiché - prosegue la Coldiretti - al 39 per cento dei cinesi l’Italia fa venire in mente i capi d’abbigliamento, seguiti da cibo e vini tipici (31 per cento), dal calcio (31 per cento) e dai luoghi più belli del nostro paese (19 per cento), secondo una ricerca Leonardo-Ice-Piepoli”. Ma i due settori del made in Italy più apprezzati sono anche quelli più soggetti al rischio di una concorrenza sleale fondata su prodotti di imitazione a basso costo. “Per questo - afferma la Coldiretti - serve un impegno per l’etichettatura di origine di alimenti, scarpe e tessile, la difesa dalle falsificazioni e il riconoscimento dei prodotti a denominazioni di origine nel Wto per garantire un commercio trasparente e impedire inaccettabili casi di contraffazione”. L’accordo apre quindi importanti prospettive per migliorare la trasparenza degli scambi che, conclude la Coldiretti, “vanno consolidate con un maggiore impegno sul versante della lotta alla pirateria e alla contraffazione.