

LETTERA DA SHANGHAI

GELATO E YOGURT AI CINESI  
PER SCORDARE IL LATTE AL VELENO



di ALBERTO  
FORCHIELLI

**L'**INDUSTRIA casearia è nuova in Cina, figlia degli ultimi 30 anni. Solo con lo sviluppo economico ed attraverso i contatti con il mondo, latte e derivati hanno iniziato ad entrare nella dieta e nei costumi del Paese. Si è trattato di un'acquisizione tanto imprevista quanto dirompente, che ormai segue i percorsi consueti del business. La Cina è il terzo produttore mondiale di latte, dopo l'India e gli Stati Uniti. Ha raggiunto questa posizione quando ha deciso di smentire una tradizione secolare. I cinesi d'abitudine non bevevano latte e non mangiavano formaggi. Un lungo retaggio contadino ha privilegiato la coltivazione rispetto ai pascoli, lasciati ai nomadi del settentrione. I latticini erano sconosciuti sia nelle abitudini che nella cucina.

**IL CONTAGIO** degli usi internazionali e una maggiore flessibilità alimentare hanno reso la Cina per il settore uno strategico luogo di produzione e di consumo. In pochi anni la presenza dei prodotti caseari si è moltiplicata, nelle mense, nelle scuole, nei ristoranti. Si sono scoperte le virtù salutari del formaggio - chiave fondamentale per favorirne la diffusione - e finalmente il latte non deriva soltanto dalla lavorazione della soia. Senza sorprese le fabbriche si trovano nella Mongolia Interna, la provincia autonoma dove le steppe immense consentono allevamenti su vasta scala. Tutte le aziende, che fino a pochi anni fa

avevano registrato crescite impreviste, stanno pagando lo scandalo del latte alla melamina che ha ridotto drasticamente i consumi. L'adulterazione ha lo scorso anno squarciato un velo di inefficienza e mancanza di etica. I 300.000 bambini contagiati hanno reso estremamente guardinghi gli stessi consumatori che si erano aperti con fiducia a nuovi stili di nutrizione. Secondo la Dairy Association of China l'impressionante quantità di 250.000 tonnellate di latte in polvere è stata accumulata in scorte, invenduta, dopo lo scoppio dello scandalo.

**PER RIGUADAGNARE** la fiducia dei consumatori sono state imposte nuove norme igieniche e controlli più stringenti. Inoltre le aziende stanno uscendo da un fase pionieristica, dando luogo a concentrazioni e modernizzazioni degli impianti. Il colosso svedese Tetrapak, leader negli imballaggi, ha destinato 60 milioni di dollari per il suo quarto impianto in Cina di materiale atossico per confezionare il latte. I giganti internazionali della gelateria - Dairy Queen, Baskin Robbins, Haagen-Dazs - stanno espandendo la loro rete commerciale per una maggiore diffusione dei prodotti. I loro negozi, eleganti come boutique, erano finora confinati nelle delicatessen store dei migliori alberghi o dei centri commerciali più esclusivi delle città costiere. L'ambizione è ora di trasformare il gelato al latte in un piacere alla portata almeno della classe media. Si tratta dello stesso percorso che ha condotto al consumo di yogurt nelle mense scolastiche, dando ad un fenomeno sociale la forza economica della quale ha bisogno per affermarsi.