

OLIO - AGENZIA ICE / UNAPROL: “IN CINA, MADE IN ITALY, VALE 20% DEL MERCATO”

Shanghai - L'olio extra vergine di oliva italiano resta un punto di riferimento per la qualità e per il legame forte che questo prodotto ha con l'Italia. Il nostro Paese, secondo produttore mondiale, mantiene questa posizione anche per quanto riguarda le importazioni di oli di oliva in generale in Cina dove la concorrenza è molto agguerrita.

L'olio extra vergine italiano deve difendersi dalla pressione esercitata da reti di vendita locali che immettono sul mercato prodotto a prezzi altamente competitivi e da attori internazionali come gli Stati Uniti e l'Australia. Due tra i Paesi nuovi produttori dove si produce, da qualche tempo, anche olio extra vergine di oliva e che hanno incominciato a guardare la Cina come uno dei loro mercati chiave per le esportazioni.

E' quanto emerge dal seminario con corso di degustazione sull'olio extra vergine di oliva italiano di qualità, alla fiera FHC di **Shanghai**. Un'iniziativa riservata a giornalisti e buyer cinesi che rientra tra le attività di collaborazione tra **Agenzia ICE**, settore **Agroindustria**, ed il **Consorzio Olivicolo Italiano** finalizzata a promuovere, in tutto il mondo, la cultura del consumo consapevole dell'olio extra vergine di oliva di qualità prodotto in Italia, da imprese italiane.

Nel 2014, le importazioni totali cinesi di olio d'oliva sono state pari a 153 milioni di dollari. Tra il 2010 ed il 2014 sono cresciute del 13% in linea con l'aumento della domanda interna alimentata dalla richiesta del prodotto che viene sempre più assimilato al concetto di prodotto della salute e del benessere di una dieta equilibrata.

Nel 2014 la Cina ha importato l'86% di olio vergine di oliva da Spagna, Italia e Grecia che sono, con il 90% del mercato, i principali fornitori cui si aggiungono Tunisia e Turchia, entrambe con il 3% del mercato. L'Italia detiene ancora oggi una quota del 20% del mercato totale delle importazioni in Cina per un controvalore di 32 milioni di dollari. Negli ultimi cinque anni, il nostro Paese ha, però, registrato un -2% in valore rispetto al 2010 di esportazioni verso la Cina. I produttori italiani di prodotto di qualità devono fare i conti con una concorrenza spietata di altri oli di semi, come quello di girasole, scambiato sul mercato cinese a prezzi più vantaggiosi per il consumatore locale, che acquista un prodotto che, però, non ha le stesse caratteristiche salutistiche dell'olio extra vergine di oliva.

L'84% del valore della quota del 20% importata dall'Italia nel 2014, è stata rappresentata principalmente dalla categoria degli oli vergini di oliva di oliva con un controvalore pari a 26 milioni di dollari. Questo significa che il mercato cinese, e non solo, guarda all'Italia come il Paese produttore per eccellenza di qualità; anche per questo motivo a fine novembre una delegazione di buyer e giornalisti provenienti da **Taiwan** e dal **Regno Unito** saranno ospiti dell'Agenzia ICE e di Unaprol in Italia per sviluppare un programma di B2B in Campania, Toscana e Lombardia.

Taiwan e Regno Unito, due dei paesi dove Agenzia Ice e Unaprol hanno, negli ultimi mesi, intensificato azioni di sensibilizzazione promovendo il consumo di olio extra vergine italiano di qualità.

Shanghai, 13 novembre 2015