



Olio d'oliva, nuovi spazi nei Paesi emergenti

Cina, India e Brasile sono piazze ricche di prospettive. Apprezzano le caratteristiche gustative, nutrizionali e salutistiche del prodotto, ma bisogna fare i conti con le tradizioni. La chiave per entrarci è quindi l'educazione graduale dei consumatori

DI GIUSEPPE FRANCESCO SPORTELLI

Le potenzialità di alcuni Paesi emergenti (Cina, India e Brasile) nel consumo di olio d'oliva sono enormi. Questi tuttavia non sono mercati facili. Ognuno ha proprie particolarità e tradizioni che è importante conoscere e interpretare per riuscirci ad entrare. L'olio d'oliva ha infatti caratteristiche gustative, nutrizionali e salutistiche che gli garantiscono di sfondare su tali mercati, a patto che venga introdotto sapientemente. Sono le indicazioni per gli operatori commerciali oleicoli scaturite dal forum su "Olio di oliva e mercati emergenti" organizzato ad Andria dal CiBi-Consorzio italiano per il Biologico per il 18° Premio Biol.

Cina

«La Cina è un Paese grande consumatore di olio alimentare. Gli 1,3 miliardi di cinesi consumano ogni anno 23 milioni di tonnellate di oli alimentari, dei quali il 18% importato, con una media pro capite di 17 kg – ha spiegato **Chen Xin Yu**, senior manager - Fish Oil & Olive Oil della società Shanghai Yihai Commercial Co., importatrice di olio di oliva in Cina –.

È evidente che in tale ampio mercato c'è molto spazio anche per l'olio di oliva. Infatti le importazioni negli ultimi sei anni sono aumentate di otto volte, passando da 5mila t nel 2007 a 42mila t nel 2012, con una crescita annuale media del 45%. Nei prossimi cinque anni si prevede che crescano fino a 200mila t, facendo diventare la Cina uno dei più grossi Paesi importatori extraeuropei».

Il consumatore cinese, come è emerso da un'inchiesta svolta da esportatori spagnoli, preferisce ancora l'olio di oliva e l'olio di sansa di oliva il cui gusto, leggero e quasi anonimo, si avvicina molto a quello degli oli di semi ai quali è da tempo abituato, ha sottolineato **Domenico Sperlonga**, Ceo della Casa Olio Sperlonga Spa, esportatrice di olio di oliva in Cina.

«L'olio extravergine di oliva ha invece un impatto troppo forte sul gusto dei cinesi anche se attualmente l'olio extravergine è il più impor-



▲ Jumeirah Himalayas Hotel di Shanghai: chef alle prese con olio di oliva per friggere Sperlonga.

Tab. 1 - Cina: importazioni di olio di oliva (2012)

Paesi	%
Spagna	56
Italia	30
Grecia	6
Siria	3
Australia	2
Portogallo	1
Tunisia	1
Turchia	1
Totale	100

Fonte: Chen Xin Yu

tato (82% nel 2012), seguito dall'olio di sansa di oliva (11%) e dall'olio di oliva (7%). Il trend di crescita delle importazioni di questi due oli è sceso molto negli ultimi anni a vantaggio dell'extravergine. Bisogna d'altro canto sottolineare che i cinesi in gran parte non comprano l'olio extravergine di oliva per il piacere di gustarlo, ma per regalarlo! Amando il top in tutto, scelgono l'extravergine, in quanto è il migliore degli oli, perché una sua bottiglia viene vista come ottimo oggetto da regalo e addirittura molte persone ne hanno in casa una, ricevuta in dono, ma non la aprono!».

I cinesi, comunque, apprezzano sempre più gli aspetti nutrizionali e salutistici dell'extravergine, ha assicurato Xin Yu. «Cresce perciò, sia pur lentamente, la propensione verso l'acquisto e il consumo di un prodotto dotato di certificazioni di qualità, meglio ancora se biologico, di provenienza certa e con un marchio noto. Nu-



▲ Shanghai: pubblicità dell'olio extravergine di oliva sul retro di un bus.

merose frodi avvenute in Cina hanno stimolato il bisogno di conoscenza e sicurezza».

Lavorare con la Cina, per Sperlonga, è molto stimolante, perché questo mercato è per gli italiani nuovo e sconosciuto ma anche ricco di prospettive.

«Il mondo dell'olio di oliva in Cina è particolare e difficile, ma la chiave per entrarci è l'educazione dei consumatori, partendo dalle scuole, per gradi e con pazienza. Questa è la tecnica che adotta da

Tab. 3 - India: il balzo dell'import

Anni	Variazione
2008-2011	+39%
2010-2011	+44%

Fonte: dipartimento del Commercio, Governo dell'India

tempo e con successo la mia società. Purtroppo mentre l'Italia cinque anni fa copriva l'80% delle importazioni, attualmente ne soddisfa solo il 30% (tab. 1). La Spagna è prima, col 56%, perché fa promozione in continuità. Una volta che il consumatore cinese si sarà abituato al gusto dell'olio spagnolo, sarà difficile tornare indietro».

India

Fino a poco tempo fa in India le modeste quantità importate di olio di oliva venivano utilizzate dalle classi più agiate solo per i massaggi, come ha ricordato VN Dalmia, presidente dell'Indian Olive Association (fondata nel 2007, unisce diverse figure del comparto) e titolare della Dalmia Continental.

Tab. 2 - India: importazioni di olio di oliva (t)

Anno fiscale	2008	2009	2010	2011	2012 (apr-sett)
Totale	2.700	3.400	5.000	7.200	5,1
Italia %	44	24	36	36	31
Spagna %	53	53	43	46	60
Totale % di Italia e Spagna	97	77	79	82	91

Fonte: dipartimento del Commercio, Governo dell'India

