

I Vini e i Prodotti dell'agroalimentare Siciliano in Cina

Nonostante il forte richiamo del brand Italia in Cina, soprattutto per la moda, il design, il calcio e la ristorazione, l'export dei nostri vini e prodotti agro-alimentari fa registrare risultati a dir poco deludenti, distaccati di molte misure da Francia, Olanda, Germania, e Irlanda, tra i concorrenti europei del settore, e ancora da Francia, Australia, Cile e Spagna, a livello mondiale, per l'export di vini in Cina.

È questo il primo messaggio che si ricava dall'incontro di Caltanissetta, sul tema "Sicily-China Food & Wine" organizzato da IRPAIS, Consorzio Universitario di Caltanissetta, Banca del Nisseno e Sviluppo Cina, nei giorni scorsi, tra una delegazione istituzionale cinese e oltre 150 imprenditori siciliani del settore agroalimentare e vitivinicolo, i rappresentanti dei maggiori consorzi del settore, le università e numerosi rappresentanti delle Istituzioni regionali.



"Gli strumenti per migliorare i flussi commerciali verso la Cina ci sono" ha detto Gianluca Mirante, che rappresenta in Italia HKTDC, ente per la promozione del commercio estero di Hong Kong, che organizza fiere a Hong Kong anche del

settore agro-alimentare. "Le aziende italiane partecipano numerose alle nostre fiere, ma l'importante è comunicare i nostri prodotti che, in assenza di comunicazioni efficaci, sono illustri sconosciuti in Cina", è stato in sintesi

l'intervento di Mirante.

Non tutto è perduto, secondo Stefano De Paoli, rappresentante in Italia di InvestHK, dipartimento del Governo di Hong Kong che assiste le aziende straniere ad espandersi in Cina. Un miliardo e mezzo di consumatori cinesi sono sempre più alla ricerca di modelli di consumo occidentali.



Raccogliendo “l’assist” di Mirante, De Paoli ha spiegato come occorre comunicare in Cina: “l’unico mezzo di comunicazione efficace in Cina è WeChat, un social network avanzato che combina messaggistica e e-commerce, e incorpora un sistema di pagamento online e offline

proprietario. Quasi un miliardo di cinesi utilizzano questo strumento, per molte ore ogni giorno, con il proprio smart phone, per messaggiare, informarsi, ricevere offerte commerciali e fare acquisti online, pagando direttamente il fornitore senza mai uscire dall’applicazione”. “Se i nostri prodotti non sono su WeChat, non illudiamoci di riuscire a farli conoscere, né tantomeno a venderli, ai consumatori cinesi”. “Occorrono azioni più incisive. Non possiamo più permetterci di trascurare questo enorme mercato, diventato ormai il maggiore importatore mondiale di prodotti enogastronomici”. “InvestHK, ma anche Sviluppo Cina, associazione per la promozione delle relazioni economiche tra Italia e Cina, sono pronte ad aiutare le aziende siciliane che vogliono affrontare questo mercato con le azioni e gli strumenti più appropriati” ha aggiunto De Paoli.

Per iniziare sono stati proposti tre progetti: la costituzione di un comitato tecnico di cui faranno parte imprenditori siciliani del settore alimentare che, insieme ai rappresentanti delle istituzioni cinesi, svilupperanno un programma di promozione dell’export verso la Cina.

L'organizzazione di una missione a Hong Kong e a Shanghai per un primo approccio di valutazione e conoscenza del mercato, con l'obiettivo di aprire, quanto prima, una "vetrina" di prodotti siciliani in Cina, sia online, su WeChat, sia offline.



Riccardo Fuochi, presidente di Sviluppo Cina, ha poi spiegato che il progetto della "vetrina" in Cina, che potrà ospitare i prodotti siciliani, è già disponibile. È prevista, infatti, entro giugno 2018 l'apertura di un'esposizione

permanente di prodotti eno-gastronomici regionali italiani a Shanghai, dove le aziende che aderiranno negli spazi dedicati alla propria regione potranno promuovere e vendere i prodotti esposti, al dettaglio e all'ingrosso, far conoscere e promuovere il turismo verso la regione e partecipare a una serie di attività di comunicazione e promozione, online e offline. Fuochi, imprenditore della logistica, affermato proprio in Cina, dove la sua azienda distribuisce da molti anni moda e accessori del lusso, per conto dei maggiori marchi italiani, ha spiegato come anche la logistica giochi un ruolo fondamentale, per il successo di prodotti stranieri in un Paese complesso come la Cina. La sua azienda, insieme ad altre aziende associate, con il sostegno auspicabile delle Regioni, formeranno un team per la gestione del progetto a Shanghai che sarà replicato, in futuro, in altre importanti città cinesi.

Fabiola Safonte, presidente di IRPAIS, l'Istituto di Ricerca e Promozione delle Aree Interne della Sicilia, e principale promotore del convegno, si farà carico di attuare i progetti proposti, a cominciare dal comitato tecnico "Sicilia-Cina, Food & Wine", dal nome del convegno di Caltanissetta, che sarà costituito al più presto, con i molti imprenditori che hanno manifestato interesse, e i rappresentanti delle istituzioni

cinesi e italiane presenti al convegno. Il comitato si riunirà, inizialmente, con frequenza mensile, per programmare e attuare i progetti proposti: una missione commerciale in Cina, la presenza siciliana nella “vetrina” di Shanghai e la partecipazione a fiere del settore in Cina. “L’obiettivo è di ritrovarci qui, tra un anno, per raccontare le esperienze che saremo riusciti a portare in Cina, con la speranza che i risultati siano tali da indurre un numero sempre maggiore di aziende siciliane a unirsi a noi in questa marcia verso la Cina”, ha concluso Safonte.



Al convegno hanno partecipato molte personalità siciliane in rappresentanza di istituzioni impegnate nel sostegno allo sviluppo dell’economia dell’isola, con testimonianze, suggerimenti e anche una dose di autocritica, analizzando, da varie angolazioni, gli aspetti che caratterizzano l’industria agro-alimentare della regione, anche in relazione alla performance delle relative esportazioni. Tra queste Giovanni Arnone, presidente del Consorzio Universitario di Caltanissetta, Giuseppe Di Forti, presidente di Banca del Nisseno, Pietro Columba, vice-presidente del CORERAS e docente dell’Università di Palermo – che ha condotto la tavola rotonda cui hanno preso parte, tra gli altri, Ettore Pottino,

Presidente di Confagricoltura Sicilia, Federica Argentati, Presidente del Consorzio Agrumi di Sicilia, Maurizio Lunetta, Direttore del Consorzio di Tutela Vini Doc Sicilia, Giuseppe Li rosi, Presidente di Simenza, e Giulia di Vincenzo, Presidente del Consorzio Olio IGP Sicilia – e di Biagio Pecorino dell'Università di Catania che ha concluso i lavori. Tutti hanno sottolineato l'importanza che rivestono le esportazioni per l'economia della regione, le caratteristiche della Sicilia che ne hanno fatto uno dei più rilevanti centri di eccellenza al mondo per i prodotti dell'industria enogastronomica, i problemi che devono essere risolti, soprattutto di carattere infrastrutturale e la necessità di maggiore partecipazione da parte del governo regionale per aiutare le aziende siciliane ad avvicinarsi con i dovuti mezzi al grande mercato cinese che, per le sue caratteristiche e complessità, richiede sforzi difficilmente sopportabili dalle PMI siciliane.

