

F&A News del 05 Febbraio 2021.

Cina: un mercato strategico per il Bio Italiano.

Con un valore di 8 miliardi di euro, la Cina rappresenta il quarto mercato al mondo per consumo di prodotti biologici, l'8% sul totale delle vendite globali di prodotti bio. Sebbene rappresenti ancora una nicchia di mercato (in Cina circa l'1,2% della spesa alimentare era a marchio bio nel 2019), il trend del biologico è in forte ascesa dal 2013 (+233% le vendite fino al 2018). Il Covid-19 ha rappresentato un fattore di accelerazione del consumatore per benessere, attenzione alla salute e ruolo del cibo per la sua salvaguardia, fattori che hanno impresso un importante effetto-traino per i prodotti biologici.

I NUMERI CHIAVE DEL BIO IN CINA

L'interesse verso il bio è in fermento in Cina, lo conferma il "segno più" che contraddistingue in modo trasversale tutti i numeri del settore: 3 milioni di ettari coltivati secondo il metodo biologico, in crescita del +188% in soli 8 anni, nonostante rappresentino ancora solo lo 0,6% sul totale della superficie agricola complessiva. Le vendite di prodotti bio sul mercato interno hanno dimensioni significative: poco più di 8 miliardi di euro (+70% rispetto al 2015) che rappresentano l'8% delle vendite mondiali che fanno della Cina il quarto mercato al mondo per consumi di prodotti biologici.

L'interesse per il bio è però ancora molto concentrato nelle high-tier cities e nell'upper class, tanto che l'incidenza complessiva del bio sul totale del carrello è di 1,2% nel 2019 (era solo 0,7% nel 2014) e la spesa pro-capite per prodotti biologici non supera i 5,5 euro a persona (negli Stati Uniti è di 125 euro e in Italia 58 euro).

Ma l'ascesa è veloce e il biologico risponde alla crescente richiesta delle famiglie cinesi di garanzia di sicurezza e salubrità del cibo (il 46% afferma che sarà sempre più attento alla qualità dei prodotti che mangia), tanto che il 61% prevede di incrementare la spesa per prodotti biologici da qui al 2025.

IL CONSUMATORE BIO IN CINA

I dati della consumer survey di Nomisma rilevano una forte propensione al consumo di prodotti bio nelle principali città cinesi e nel target di popolazione coinvolta nell'indagine¹: il 64% ha acquistato un prodotto alimentare o una bevanda a marchio biologico nel corso del 2020.

Ma il consumo di bio a Pechino, Shanghai, Guangzhou afferisce per lo più all'upper class: tra i cinesi con redditi superiore ai 16.000 RMB la quota di user bio sale al 76%, al 74% tra chi ha un titolo di studio elevato (laurea o Phd) o al 68% tra i lavoratori autonomi, gli imprenditori o i liberi professionisti. L'identikit del consumatore bio è riconducibile ad un millennial con figli, abituato agli acquisti online (in questi tre target, infatti, le percentuali di consumatori bio sono più alte della media, rispettivamente 66%, 67% e 70%).

Sicurezza alimentare (espressa da dal 28% degli organic user), qualità superiore (un ulteriore 24% ritrova principalmente questo tipo di garanzia) e attenzione per l'ambiente (23% complessivamente) sono le principali motivazioni dei consumatori cinesi alla base della scelta di prodotti biologici.

Garanzie che diventano ancora più importanti in questo periodo di crisi sanitaria, tanto che durante il 2020 il 3% (quasi 500 mila cinesi) ha iniziato ad acquistare bio per la prima volta mentre il 47% di chi era già user, ne ha incrementato la spesa.

Ma il marchio biologico non è l'unico attributo che conta nella scelta da mettere nel carrello. Il consumatore richiede coerenza e sostenibilità a 360°: il 29% degli user bio ritiene importante che la confezione sia eco-friendly o che il prodotto sia stato fatto rispettando l'ambiente (minori emissioni di CO2, zero sprechi, uso di energia rinnovabile ecc ...). Il secondo criterio di scelta dei prodotti bio è l'origine (22% complessivamente fa attenzione a questo aspetto quando fa la spesa bio), preferibilmente da paesi stranieri di cui si apprezza la qualità (12%).

IL MADE IN ITALY BIO PER IL CONSUMATORE CINESE

A tal proposito, l'Italia risulta al primo posto tra i Paesi che producono i prodotti di maggiore qualità secondo il consumatore cinese, sia relativamente ai prodotti alimentari in generale (17% indica "Italia" quando pensa ad un paese produttore di eccellenze del FOOD & BEVERAGE) che per quelli a marchio bio (18%).

Il 19% dei consumatori cinesi dichiara di aver acquistato almeno una volta nell'ultimo anno alimentari o bevande Made in Italy a marchio bio. Tale propensione all'acquisto raddoppia tra chi ha avuto una esperienza di visita nel Bel Paese: tra i turisti che negli ultimi anni sono stati in Italia, la quota di bio-users raggiunge il 28%. L'interesse per il bio Made in Italy è più forte tra chi ha una maggiore propensione agli acquisti online (in questo target è il 26% acquistare il nostro Organic F&B), tra i più giovani (24% dei

Millennials è user) e nell'upper class (22% tra le famiglie con redditi superiori ai 16.000 RMB).

Ma quali sono i prodotti più promettenti per il bio Made in Italy? Prodotti lattiero-caseari (in primis latte per l'infanzia), baby food, ma anche carne e derivati assieme a pasta e prodotti da forno sono le categorie per cui i consumatori cinesi cercano le garanzie del bio e quelle su cui l'italianità è un valore aggiunto.

Forteleoni & Associati Srl

Il team di Forteleoni & Associati è costituito da dottori commercialisti, avvocati e consulenti aziendali che operano in tutti i fondamentali ambiti aziendali offrendo: consulenza aziendale, contabile e fiscale, strategica e di marketing, legale.

Il team si contraddistingue per l'approccio multidisciplinare efficiente e fortemente orientato al problem solving in grado di garantire qualità e tempestività.