

Giornata di studio su:

L'agricoltura nella Cina del boom economico

Firenze, 8 febbraio 2007

(Sintesi)

Dopo le difficoltà del vino, anche il comparto dell'olio rischia di non vedere l'Italia tra i protagonisti del mercato cinese. La preoccupazione è emersa nell'ambito della Giornata di studio "L'agricoltura nella Cina del boom economico" organizzata a Firenze dall'Accademia dei Georgofili dove esperti di marketing internazionale si sono confrontati sui problemi e le prospettive del mercato dei prodotti agricoli cinese e sulle opportunità di nuove collaborazioni internazionali. «L'export di olio d'oliva italiano nella Repubblica Popolare è cresciuto dal 2004 al 2005 del 156% – ha spiegato Patrizia Tambosso, docente di marketing internazionale, citando gli ultimi dati Istat e Eurostat –. I cinesi considerano soprattutto l'olio toscano e quello umbro un prodotto di alta qualità, ma questo non vuol dire che il futuro riservi gli stessi indici di soddisfazione. Infatti, la politica agricola di Pechino punta all'autosufficienza. Nel giro di cinque anni si avrà la prima produzione degli oliveti che sono stati impiantati e quindi il tempo stringe. Gli spagnoli inoltre stanno già invadendo il mercato cinese con il loro olio e stanno dettando la politica dei prezzi, anche se finora il prodotto che viene esportato è in genere quello di minore qualità e con un costo più basso».