



# TASTE EUROPE

THE EUROPEAN FOOD AND  
BEVERAGE EXCELLENCE



CEITIP . CENTRE OF EUROPEAN  
INDUSTRIAL TECHNOLOGY  
AND INDUSTRIAL PRODUCTS





# SITUAZIONE MERCATO AGROALIMENTARE IN CINA

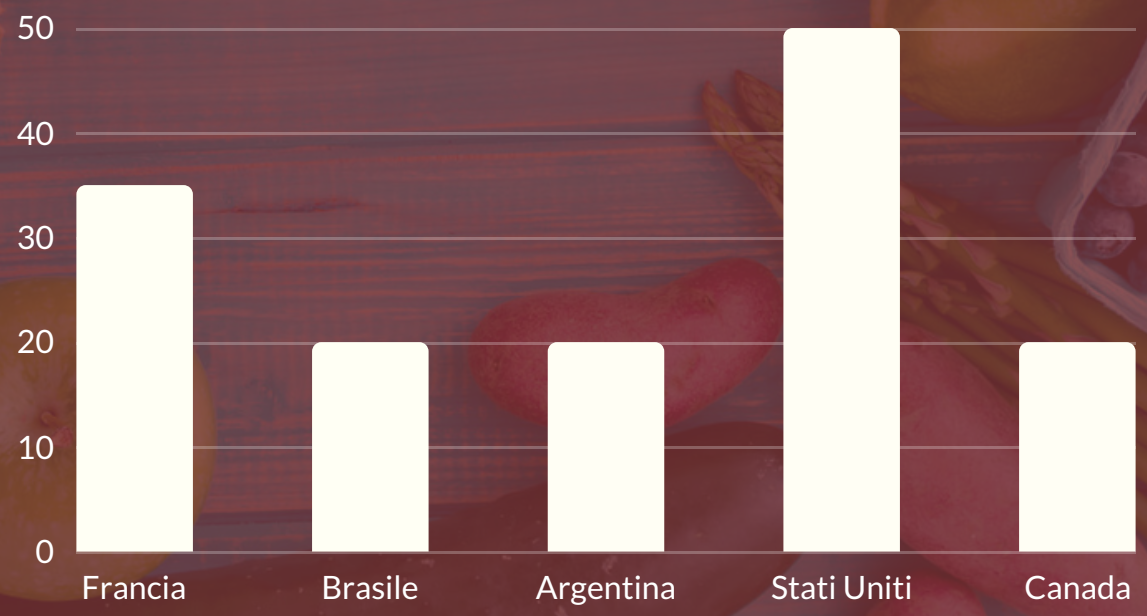
Alla fine del 2011, la Cina è divenuta il più grande mercato mondiale nella vendita al dettaglio di generi alimentari, oltrepassando gli Stati Uniti.

La Cina è diventata, inoltre, il quarto principale importatore di beni agroalimentari (dopo UE, USA e Giappone).





In termini di provenienza di tali prodotti alimentari, gli Stati Uniti sono il primo paese esportatore, seguito da Brasile, Canada e Argentina. Mentre, tra i membri UE, spiccano Francia (che copre da sola il 35% delle importazioni dall'Europa), Paesi Bassi, Spagna e Danimarca.



Dal 2006 al 2011, l'export F&B europeo verso la Cina si è letteralmente triplicato, raggiungendo 3.3 bilioni di €, le prospettive per i prossimi anni sono altrettanto favorevoli.



**+ 15%**  
**NEL 2016**

Il settore agroalimentare rappresenta uno dei settori più dinamici del gigante asiatico e continua a confermare il trend di crescita.



CEITIP . CENTRE OF EUROPEAN  
INDUSTRIAL TECHNOLOGY  
AND INDUSTRIAL PRODUCTS

# ELEMENTI POSITIVI

CHE FAVORISCONO L'IMPORTAZIONE DEI PRODOTTI  
EUROPEI IN CINA




I cinesi “over 40”  
conservano abitudini  
alimentari piuttosto  
tradizionali



Il target dei giovani e dei “colletti  
bianchi” è molto più propenso a  
sperimentare e disposto a spendere  
per acquistare prodotti stranieri



CEITIP . CENTRE OF EUROPEAN  
INDUSTRIAL TECHNOLOGY  
AND INDUSTRIAL PRODUCTS



Un numero elevato di città costiere mostra forti segnali di occidentalizzazione di alcuni consumi, fra cui anche quelli alimentari.



I crescenti flussi turistici faciliteranno nel prossimo futuro il “successo di ritorno” dei prodotti alimentari esteri e consentiranno il contatto fra il consumatore cinese e la vera cucina Europea

La legislazione locale verrà progressivamente semplificata, facilitando l’ingresso sul mercato di nuovi importatori e distributori





# SICUREZZA ALIMENTARE

Questo aspetto riguarda soprattutto l'alimentazione di anziani e bambini. I consumatori Cinesi sono molto preoccupati della qualità dei prodotti che trovano negli scaffali dei Supermercati: dalla carne al latte, dal pesce alle verdure fino ad arrivare ai cibi confezionati e allo scatolame. Sono purtroppo ricorrenti, infatti, scandali alimentari per cibo contaminato o con additivi chimici illegali.

A questo si aggiunge il diffuso problema dell'inquinamento ambientale e la ricerca, da parte del consumatore cinese di alimenti che, in qualche modo, aiutino a proteggere l'apparato respiratorio, abbiano proprietà anti-cancerogene, favoriscano la circolazione sanguigna o comunque possano essere associati ad uno stile di vita "sano".





IL NOSTRO PROGETTO


# TASTE EUROPE

The European food and beverage excellence



CEITIP - CENTRE OF EUROPEAN  
INDUSTRIAL TECHNOLOGY  
AND INDUSTRIAL PRODUCTS





Non sono molte le aziende che riescono a superare le problematiche legate al mercato cinese, anche se ben organizzate e con un buon fatturato. Se poi aggiungiamo le difficoltà legate alla lingua ed alla cultura, appare evidente come solo un **progetto di sistema** possa rappresentare una valida proposta .

**Abbiamo impiegato più di due anni per mettere assieme una squadra che potesse avere le competenze, la possibilità di finanziare l'avvio di una grande iniziativa, la capacità imprenditoriale, le relazioni e soprattutto la mentalità.**

**Siamo estremamente soddisfatti del risultato raggiunto perché va al di là di ogni più rosea aspettativa**



# I NOSTRI PARTNER

Fanno parte del gruppo:

- **Imprenditori che hanno ricoperto incarichi governativi di prestigio e mantengono relazioni politiche ai massimi livelli**
- **Il titolare di una società che si occupa di vendita su web di prodotti agroalimentari biologici e di qualità che ha oltre 3 milioni di clienti**
- **il proprietario di una rete di oltre 200 negozi, nella regione di Nanchino, per la vendita di prodotti agroalimentari**
- **il rappresentante di un gruppo di 10 banche**



CEITIP . CENTRE OF EUROPEAN  
INDUSTRIAL TECHNOLOGY  
AND INDUSTRIAL PRODUCTS



# TRASPORTI E LOGISTICA

Un discorso a parte va fatto per il nostro partner: **Western Aviation Group**, Compagnia Aerea di trasporto merci che ha partecipato alla costruzione di una ferrovia che parte da Chengdu (che vanta ottimi collegamenti con le città di Wuhan, Nanning e Kunming ed i porti di Shanghai, Ningbo, Yiwu, Xiamen e Shenzhen) ed arriva a Rotterdam (primo scalo in Europa per numero di containers movimentati) e che si occuperà della logistica.

Questo porterà un notevole risparmio in termini di tempi (un container impiega circa 15 gg. dall'Europa alla Cina) e di costi, grazie a un contributo governativo su ciascun container.

La compagnia tedesca OPDR (Gruppo Cma Cgm), che ha recentemente aperto un ufficio a Milano, sarà il riferimento in Italia per queste spedizioni, facilitate anche dalla recente apertura del tunnel del Gottardo che riduce di oltre un'ora la percorrenza Genova-Rotterdam.





# ASPETTO COMMERCIALE E CULTURALE

Il progetto lavora contemporaneamente su due livelli:

- un livello commerciale e di distribuzione di prodotti
- un livello culturale legato all'immagine che fa percepire il fatto che il cibo è strettamente collegato alla qualità della vita e ad una vera e propria filosofia del vivere in modo più naturale, con più attenzione al territorio, al recupero delle tradizioni, al rispetto dell'ambiente.



Il nostro obiettivo non è soltanto quello di vendere un prodotto, ma cercare di far capire al consumatore finale quali sono i valori che stanno dietro, cosa c'è dentro, come e da chi è stato fatto, la terra che lo ha generato, il contesto culturale nel quale è stato coltivato e trasformato.





# MODALITÀ DI VENDITA

Le diverse modalità di vendita prevedono l'apertura di un numero importante di:

- negozi in franchising
- ristoranti con annessi negozi di prodotti tipici per ciascun Paese
- piattaforma e-commerce

Saranno coinvolti i Paesi Europei che vantano le migliori tradizioni in fatto di gastronomia e prodotti tipici. I progetti sono estremamente ambiziosi e prevedono l'apertura di almeno 2.000 punti vendita diretti e di almeno 50 ristoranti con negozio annesso.



# VANTAGGI PER LE AZIENDE PARTECIPANTI

Le aziende selezionate non dovranno effettuare **nessun tipo di investimento, non è richiesto nessun affitto o compartecipazione alle spese.**

L'unico loro impegno riguarderà la spedizione in Cina di un congruo numero di campioni che serviranno in parte per gli assaggi, in parte per allestire il primo negozio di Nanchino.

Tutte le merci ordinate, dovranno essere pagate, prima della spedizione, inizialmente con bonifico bancario e in un secondo tempo, se i volumi saranno importanti, attraverso l'apertura di una Lettera di Credito garantita ed irrevocabile, su Primaria Banca.



CEITIP . CENTRE OF EUROPEAN  
INDUSTRIAL TECHNOLOGY  
AND INDUSTRIAL PRODUCTS



A man in a brown jacket and blue jeans stands in a cellar filled with wooden barrels. The barrels are arranged in rows on metal racks. The lighting is warm and focused on the man, with the background slightly blurred.

# L'IMPORTANZA DELLO STORYTELLING AZIENDALE

Grande importanza sarà data alle persone e alla loro storia, per questo motivo le aziende coinvolte dovranno essere in grado di produrre materiale cartaceo e digitale (video e foto) che illustri la storia non solo dei prodotti ma anche dell'azienda e dei suoi titolari.



CEITIP . CENTRE OF EUROPEAN  
INDUSTRIAL TECHNOLOGY  
AND INDUSTRIAL PRODUCTS





# LA COMUNICAZIONE IN TV

Abbiamo già siglato un accordo con una delle più importanti reti televisive di Pechino che prevede la creazione di un format settimanale di circa 30' che spiegherà come l'alimentazione sia strettamente legata alla cultura, all'arte e alla storia dei territori di provenienza.



CEITIP . CENTRE OF EUROPEAN  
INDUSTRIAL TECHNOLOGY  
AND INDUSTRIAL PRODUCTS

# ACCORDI

ABBIAMO SIGLATO UN ACCORDO DI COLLABORAZIONE CON DUE DELLE PIÙ IMPORTANTI ASSOCIAZIONI LEGATE AL SETTORE FOOD & BEVERAGE ITALIANE



**AIS (Associazione Italiana Sommelier)**  
che organizzerà per il nostro gruppo una serie di corsi per Sommelier, formando giovani studenti che diventeranno i migliori agenti commerciali per i nostri prodotti



**FIC (Federazione Italiana Cuochi)**  
che associa oltre 12.000 chef professionali e 4.000 studenti. Abbiamo già in programma la strutturazione di corsi e scambi professionali con l'organizzazione di eventi e dimostrazioni in collaborazione con la loro sede di Pechino.



# PLANNING

## Entro Maggio:

I partners cinesi sceglieranno le aziende ed i prodotti più in linea con le effettive richieste del mercato. Le aziende dovranno riempire le schede che illustrano sommariamente i prodotti, che contengono i prezzi, i minimi quantitativi, i tempi di produzione.

## Giugno:

Prevediamo la visita di un cospicuo numero di persone interessate e dovremo organizzare degli assaggi di prodotti.

## Metà Settembre:

Ci sarà l'inaugurazione del progetto alla presenza delle più importanti cariche politiche cinesi, degli Ambasciatori dei Paesi coinvolti, di politici Europei che saranno invitati all'evento.

## Fine Settembre:

Partiranno i primi ordini per le consegne di fine anno, in modo che per il **Capodanno Cinese** i prodotti siano pronti per la consegna. Data la particolarità del periodo festivo, saranno privilegiati quei prodotti che o per il contenuto, o per la confezione, si rifanno ad all'idea di «regalo»





TASTE EUROPE

EMAIL

[pietrofaralli30@gmail.com](mailto:pietrofaralli30@gmail.com)

[info@ceitip.it](mailto:info@ceitip.it)

WEBSITE

[www.ceitip.it](http://www.ceitip.it)

NUMBER

+39 335 645 7657