



Siamo giunti al secondo numero della Newsletter dedicata al mondo dell'agroalimentare e dei vini realizzata dalla Agenzia ICE di Mosca per il mercato russo. Prima di addentrarci nei contenuti di questa nuova uscita vorremmo ringraziare quanti hanno manifestato apprezzamento e suggerimenti per questa iniziativa: si tratta di uno stimolo prezioso a fare sempre meglio per soddisfare le aspettative delle imprese.

In questo numero abbiamo dato spazio all'intervista ad Alexander Vorobiov, responsabile delle importazioni di Integrita, uno dei più importanti importatori russi di prodotti italiani, che ha condiviso con noi alcuni spunti importanti sull'evoluzione del mercato russo. Nei prossimi numeri intervisteremo altri importanti personaggi locali legati all'enogastronomia italiana, con la speranza di dare nel tempo ai nostri lettori una panoramica completa sugli attori principali che operano nel mercato russo.

La sezione focus on ospita invece un approfondimento sulla GDO che rappresenta, insieme alla ristorazione, il canale di punta per la vendita dei nostri prodotti sul mercato russo, sia nelle grandi città che nelle regioni meno note.

Non mancano poi notizie, curiosità e flash su quanto è avvenuto negli ultimi giorni nel dinamico mercato russo.

Nel prossimo numero scriveremo proprio del fenomeno ristorazione italiana a Mosca e aggiungeremo un focus su uno degli chef italiani più noti della città. A questa importante attività economica, così preziosa per la promozione nel mondo dell'enogastronomia italiana, promettiamo di dedicare ampia e costante attenzione.

Vi ricordiamo che i vostri suggerimenti e contributi, da inviare a mosca@ice.it, sono per noi molto preziosi.

Buona lettura!



Maurizio Forte
Direttore Agenzia ICE Mosca

In questo numero:

- **L'intervista: Integrita**
- **Struttura del retail alimentare in Russia**
- **Cifre record per Campari**
- **Vino: Alto Adige si presenta a Mosca**
- **Beni alimentari: prezzi in salita**
- **Samara ospita chef fiorentini**
- **Sirha Moscow 2014**
- **Omnivore: gastronomia giovane**
- **Piemonte da leggere** | | 

La presente pubblicazione ha periodicità quindicinale ed è realizzata da:

ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Ufficio di Mosca

Krasnopresnenskaja Naberezhnaja 12, edificio 3, ufficio n.1202

123610 Mosca – Federazione Russa

tel: (007495) 9670275 / 9670277 / 9670278

fax: (007495) 9670274

Per richieste e segnalazioni:
mosca@ice.it

Foto: Pressfoto.ru



Alexander VOROBIOV, responsabile delle importazioni dell'INTEGRITA, società leader nel mercato russo nell'ambito delle forniture dei prodotti alimentari da tutto il mondo e, in particolare dall'Italia, si è cortesemente reso disponibile a rilasciare all'Agenzia-ICE un'intervista dedicata agli attuali successi e alle problematiche che affronta la sua ditta.

Alexander, come ha iniziato la sua carriera nel commercio dei prodotti alimentari italiani?

Ho iniziato la mia carriera nel 2005 entrando nella ditta Integrita subito dopo essermi laureato in interpretariato e traduzione presso l'Università Linguistica Statale di Mosca. In quel periodo il mercato dei prodotti italiani si trovava in un'importante fase di crescita, si aprivano molti ristoranti e bar. Inoltre l'intensificazione delle relazioni turistiche e culturali tra Italia e Russia ha favorito la promozione dei prodotti made in Italy.

Qualè la storia della società Integrita, le principali tappe della sua storia e dello sviluppo?

La storia della nostra società è di per se interessante. Integrita è stata fondata nel 2001 da due giovani imprenditori, Vladimir Spiridonov e Fail Dianov. Nei primi anni la ditta si concentrava sulle vendite nell'ambito food service a Mosca. A cominciare dal 2005-2006 è stato avviato il processo del forte sviluppo della ditta anche nelle altre regioni russe. Nel 2010 è stata presa decisione di aprire attività nel retail. Ad oggi Integrita gestisce proprie succursali a San Pietroburgo, Krasnodar, Sochi, Nizhny Novgorod e Samara. Attualmente il gruppo conta più di 400 persone, oltre a possedere un proprio parco di trasporto composto da circa 100 autovetture. Naturalmente la società non intende fermarsi ai risultati raggiunti: continueremo a promuovere la cultura dell'alimentazione sana in collaborazione con nostri partner stranieri.

Quanti marchi italiani ha Integrita nel proprio portfolio?

Attualmente abbiamo oltre 60 brand italiani che rappresentano il 70% del numero complessivo dei brand che trattiamo. Mi fa piacere sottolineare che ogni anno aumenta il numero dei nostri partner in Italia. La peculiarità della nostra società consiste nel fatto

che con ciascun nostro partner cerchiamo di costruire un rapporto di fiducia e amicizia. Secondo il nostro sincero parere, questo approccio consente di raggiungere buoni risultati, poiché vi si uniscono i fondamentali vantaggi – l'ottima conoscenza dei prodotti e la capacità di presentarli efficacemente da parte dei nostri fornitori italiani, nonché la professionale catena di distribuzione creata dall'Integrita tenendo presente le particolarità del mercato russo.

Lei opera in questo settore da oramai dieci anni. Secondo Lei, quanto è cambiato il mercato russo negli anni e specialmente i gusti dei clienti russi?

Il settore dei prodotti alimentari è sicuramente diverso da quello dell'abbigliamento o del gadget in cui cambiamenti hanno luogo quasi ogni anno, ma anche nel nostro campo è cambiato molto. Ancora 7-8 anni fa era difficile prevedere quanto rapidamente consumatori russi si sarebbero abituati ai prodotti italiani e avrebbero cominciato ad comprenderne gli aspetti più importanti. Come si dice, «a quale russo non piace la corsa veloce». Ora questa frase potrebbe essere riformulata in «a quale russo non piace il cibo buono, specialmente quello italiano». Praticamente su ogni tavola di famiglia, che abita in una grande città, ora vi si può trovare olio d'oliva ed aceto balsamico. I formaggi Mozzarella, Grana Padano, Parmigiano Reggiano sono già entrati nel menu quotidiano dei molti russi.

Inoltre nell'ambito della promozione dei prodotti alimentari bisogna senz'altro sottolineare il ruolo dei noti ristoratori di Mosca, Arkadiy Novikov, Kirill Gusev e l'importanza delle grosse catene GDO come ad esempio AzbukaVkus.

Quali sono le principali difficoltà che riscontrano i vostri partner fornitori entrando nel mercato russo?

A mio parere, i principali problemi derivano dalla non conoscenza della lingua russa e dalla differenza delle mentalità. Non bisogna peraltro trascurare le notevoli distanze che separano i nostri paesi, ma anche le problematiche doganali. Ciononostante posso oggettivamente ribadire che le barriere diminuiscono sempre di più. Direi che gli unici problemi che si riscontrano adesso sono legati alle limitazioni nelle forniture di origine animale, ma spero che presto anche questo problema sarà risolto.

Un consiglio che Lei potrebbe dare alle aziende italiane intenzionate a fornire propri prodotti nella Federazione Russa? Da che cosa loro dovrebbero cominciare e su quali questioni dedicare attenzione?

Non abbiate paura di rischiare. Trovate un partner affidabile in Russia e fate il vostro lavoro in maniera corretta, coerente e professionale. Naturalmente dovete visitare spesso i vostri clienti, poiché parlando personalmente, magari prendendo un caffè o un bicchiere di vino insieme, i problemi si risolvono meglio. Colgo quindi l'occasione per invitare tutti a visitare Russia, non solo Mosca, ma anche altre città del nostro grande paese.

STRUTTURA DEL RETAIL ALIMENTARE IN RUSSIA



Vi presentiamo una breve analisi della GDO russa la quale si è formata abbastanza recentemente: prendendo l'avvio all'inizio degli anni 90, si è completamente costituita durante l'ultimo decennio segnato dall'evidente crescita dell'economia russa. A partire dal 2008 la crisi economica mondiale ha colpito anche lo sviluppo delle maggiori GDO in Russia, causando un significativo rallentamento di cui l'effetto negativo si è ammortizzato grazie agli continui consumi di livello medio alto, concentrati specificatamente nelle grosse città come Mosca e San Pietroburgo ed altri grossi centri situati prevalentemente nella zona occidentale della Federazione Russa.

Prima di passare all'analisi dei maggiori operatori della GDO, è importante indicare in quale maniera sia suddiviso l'intero mercato del retail alimentare in Russia, poiché le GDO stesse vi occupano tuttora una parte modesta rispetto al valore complessivo del mercato.

Attualmente in Russia vi si possono evidenziare le seguenti categorie operanti nell'ambito del retail alimentare:

Discounter: punti vendita self-service in quali si vendono beni di consumo a prezzi scontati.

Supermarket: punti vendita self-service in quali si offrono prodotti in un'unica superficie commerciale di circa 500 – 3 000 m².

Ipermercati: punti vendita situati principalmente nelle zone delle grosse città (oltre 1 mln. di abitanti) che offrono prodotti alimentari su un'unica superficie superiore a 4 000 m².

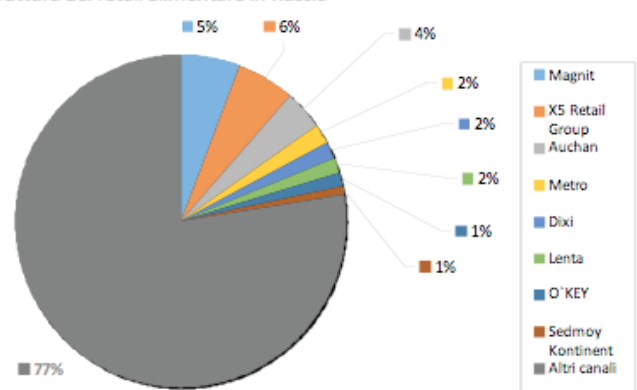
Cash&Carry: punti vendita self-service che offrono possibilità di acquistare prodotti alimentari sia al dettaglio, sia all'ingrosso.

Negozi locali: piccoli punti vendita spesso situati nelle vicinanze delle principali zone d'abitazione o addirittura nei pianterreni dei condomini.

Mercati locali agroalimentari: punti vendita non organizzati in cui si vendono prevalentemente prodotti alimentari provenienti dai piccoli agricoltori e dai produttori privati.

Tipo retail	Nominativo catena
Discounter	DIXI
	O'KEY
Supermercato	Perekrestok (X5 Group)
	Viktoria
	SedmoyKontinent
	Lenta
Ipermercato	Auchan
	O'KEY
	Karusel (X5 Group)
	Magnit
Cash&Carry	Metro Group Russia

Struttura del retail alimentare in Russia



Fonte: X5 Group

Come dimostra il diagramma, la distribuzione moderna rappresenta solo poco più del 20% del commercio, esattamente il contrario di quanto si verifica nei principali mercati europei dove la quota della GDO, varia a seconda del mercato, tra il 40 e l'80%.Comunque sia, le tendenze dimostrano che nei prossimi 5-7 anni la quota della GDO in Russia è destinata ad aumentare grazie soprattutto all'intensa espansione delle maggiori catene GDO nelle regioni.



CIFRE RECORD PER CAMPARI

Il Gruppo Campari ha registrato nel 2013 l'aumento delle vendite in Russia pari al 36,9% (nel IV trimestre 43,3%). I significanti numeri sono stati garantiti grazie allo spumante Mondoro le cui vendite si sono addirittura raddoppiate rispetto all'anno precedente, mentre anche il Bitter Cinzano ha dimostrato un'intensa dinamica arrivando alle percentuali a doppia cifra. I risultati del Gruppo Campari confermano il trend generale che ogni anno sempre di più si verifica nel mercato russo: consumatori locali preferiscono bevande alcoliche di qualità ai superalcolici classici come la vodka.

Nel 2011 il Gruppo Campari ha acquistato la ditta russa Vasco CSI all'interno della quale è stata successivamente costituita Campari Rus, esclusivo distributore del Gruppo Campari nella Federazione Russa. Secondo i dati statistici di CIFFRA (Centro di ricerca del mercato federale e regionale di alcol) nell'anno scorso Vasco CSI è diventata la seconda società importatrice di spumanti in Russia (10,68%) dopo il gruppo Bacardi Rus al quale rimane il primato.

Fonte: *Vedomosti* www.vedomosti.ru

VINO: ALTO ADIGE SI PRESENTA A MOSCA

Ventiquattro produttori del vino altoatesini hanno presentato il 13 marzo a Mosca le proprie eccellenze vinicole nell'ambito della campagna promozionale «Vini Alto Adige in Russia». L'iniziativa organizzata dall'EOS – Organizzazione Export Alto Adige della Camera di commercio di Bolzano su incarico del Consorzio Vini Alto Adige ha suscitato un particolare interesse da parte del pubblico russo che oltre alla degustazione ha potuto partecipare ai seminari tematici dedicati alle peculiarità dei vini altoatesini. Gli operatori russi del mercato, sommelier e opinion makers hanno peraltro avuto occasione di conoscere otto case vinicole di Alto Adige, che non si erano prima affacciate in Russia, apprezzandone le qualità organolettiche a conferma del potenziale che Alto Adige può trovare nel mercato russo.

Fonte: *Horeca Magazine* www.horeca-magazine.ru

BENI ALIMENTARI: PREZZI IN SALITA



I prezzi di prodotti alimentari crescono in Russia più velocemente rispetto ai paesi dell'Unione Europea. Secondo l'indagine recentemente realizzata da Rosstat (Istituto Federale di Statistica Russo) nei primi due mesi del 2014 i prezzi complessivi si sono aumentati del 2,2%, mentre gli stessi indicatori in Europa sono stati pari al 0,3%. Le categorie di prodotti che hanno subito i maggiori incrementi dei prezzi in Russia sono rispettivamente la frutta (5,2%) e gli ortaggi (15,2%). Seguono il pesce e i frutti di mare (2%), prodotti lattiero caseari (1%) e il pane (0,6%). Da quanto emerge dalla ricerca il motivo principale della significativa crescita è dovuto all'inflazione e alla svalutazione del rublo che a partire dall'inizio dell'anno ha perso quasi il 10% del proprio valore. È importante peraltro sottolineare che la quota dei prodotti alimentari importati in Russia arriva al 50% del totale, con punte del 70% nelle grandi città come Mosca e San Pietroburgo.

Fonte: *BBC Russia* www.bbc.co.uk

[SAMARA OSPITA CHEF FIORENTINI]

La delegazione italiana dell'Associazione Cuochi Fiorentini ha visitato nella metà di marzo l'Istituto delle Scienze Gastronomiche della città di Samara. I membri della missione Angelo Mazzi, Lorenzo Lippi, Raffaele Bellizia e Carlo Sansone hanno avuto l'occasione di apprezzare il laboratorio dell'Istituto e lo storico museo della cucina russa, oltre che avere una proficua discussione con colleghi russi e professori di Samara. L'iniziativa è stata organizzata da Gianguido Breddo, Console Onorario d'Italia in Samara (competente per la Regione del Volga e la Repubblica del Tatarstan).

Fonte: *Samarskaya Gazeta* www.sgpress.ru | |



[OMNIVORE: GASTRONOMIA GIOVANE]

Dal 24 al 29 marzo si è svolto a Mosca il quarto festival internazionale gastronomico Omnivore al quale annualmente partecipano chef provenienti dai vari paesi del mondo. Le opere della cosiddetta "gastronomia giovane" si potevano assaggiare presso otto ristoranti partner del festival. Nell'ambito della manifestazione si è tenuta peraltro una serie di master class nel centro espositivo GostinyDvor, mentre il party di chiusura è stato organizzato presso la "Art House", moderna galleria artistica situata sul fiume Yausa.

Quest'anno alla manifestazione sono stati invitati ben quattro talentuosi chef stranieri: Giovanni Passerini del ristorante Roni, Parigi), Davy Schellemans (ristorante Veranda, Anversa), Pierre Sang Boyer, ristorante Pierre Sang In Oberkampf, Parigi) e José Ramirez (ristorante Chez Jose, New York).

Omnivore è un festival di origine francese che si è tenuto la prima volta nel 2005 a Deauville in Normandia, ma si è subito diffuso nel mondo. Ad oggi le tappe di Omnivore World Tour si tengono annualmente a Parigi, New York, Mosca e in altre città di vari dieci paesi.

Fonte: *The Village* www.the-village.ru | |

[SIRHA MOSCOW 2014]

Il 24 marzo si è ufficialmente aperta a Mosca la seconda edizione del Salone Sirha Moscow. Trattasi di un evento destinato agli operatori dell'HoReCa che



l'anno scorso ha registrato più di 10 mila visitatori tra cui ristoratori, chef e giornalisti del settore food&wine. L'inaugurazione del Salone è stata condotta dal presidente di Sirha Moscow, Anatoly Komm, uno dei più noti chef russi anche a livello internazionale. Questa volta il programma di Sirha Moscow, durato due giorni, ha annoverato una serie di concorsi gastronomici ed in particolare una tappa russa del prestigioso Bocuse d'Or.

Il primo Sirha (Salone Internazionale della Ristorazione e l'Hotellerie) si è tenuto a Lione (Francia) nel 1983. Attualmente l'evento si organizza ogni anno anche a Ginevra, Istanbul e Mosca.

Fonte: *Sirha Moscow* www.sirha-moscow.com | |

[PIEMONTE DA LEGGERE]



Il 19 marzo è stato presentato a Mosca il nuovo libro di Anatoly Korneev, «Piemonte. Vini d'Italia», uno dei più illustri esperti del vino in Russia, nonché il vicepresidente della ditta importatrice Simple, famosa per la sua preziosa collezione dei prestigiosi vini italiani. La presentazione tenutasi presso il boutique gastronomico Globus Gourmet prevedeva il racconto del signor Korneev sul suo particolare amore verso per tradizione enologica e la cucina piemontese. Gli ospiti dell'evento hanno peraltro assaggiato vini prodotti dai vitigni autoctoni del Piemonte (Cortese, Arneis e Nebbiolo) e partecipare nel master class dedicato alla preparazione del risotto tipico alla piemontese.

Fonte: *Simple* www.simple.ru | |