

FARE IMPRESA HALAL

Romina Gobbo

« Posso mangiarlo o no? » Non è solo questione di intolleranza, allergia o celiachia, ma dipende anche dall'appartenenza religiosa. Il credente musulmano non compra un prodotto, né usufruisce di un servizio senza chiedersi se è halal. Questa parola araba, che sta entrando nell'uso comune, significa "lecito", o "permesso", ovvero conforme alle norme etiche ed igienico-sanitarie prescritte dalla dottrina islamica (shari'a), ed è in opposizione ad haram, illecito. Ma questa definizione è troppo semplicistica perché, chiarisce il sociologo Mohammed Khalid Rhazzali, esperto di questioni inerenti l'halal (in reset.it, 18 giugno 2014), "Il termine halal fa parte di un sistema lessicale e concettuale complesso. L'opposizione tra halal e haram istituisce uno spazio ampio all'interno del quale si situano molti termini intermedi, come ad esempio makruh (sconsigliabile) e mubah (ammissibile), che consentono di inquadrare i vari comportamenti rispetto alla loro propensione a contribuire positivamente o negativamente alla relazione di un complessivo ordine fisico e spirituale nel singolo come nella comunità. Al di là dell'aspetto che si è soliti registrare, quello del divieto, che bandisce alcuni tipi di carne o di bevande, questo sistema di precetti trova la sua dimensione più propria in una prospettiva teologica nella quale il credente è chiamato a elaborare modalità attraverso le quali fare il miglior uso di sé nella prospettiva di una più attiva e riuscita adesione alla volontà divina". Ma, attenzione, non si tratta di alimenti rivolti solo ai musulmani. Perché nel Corano si dice: "O voi che credete, mangiate le buone cose da quello che vi abbiamo procurato, e rendete grazie ad Allah, se Egli è colui che voi adorare" (2:172), e i versetti

164 e 165 precisano: "O uomini, mangiate da ciò che vi abbiamo reso sulla terra lecito e sano. L'invito non è rivolto solo ai musulmani, ma a tutti gli uomini e donne, perché tutti devono avere la possibilità di mangiare sano". Messaggio ben recepito in Paesi, quali Francia, Germania e Regno Unito, dove il 40% dei consumatori di prodotti halal non è musulmano.

Tuttavia, i quasi 2 miliardi di musulmani nel mondo (con un tasso medio di crescita annua pari all'1,8%, rispetto all'1,2% della popolazione mondiale non musulmana), sono sicuramente i primi consumatori di prodotti halal, e il mercato è particolarmente allettante ed in espansione, anche se al momento è ancora ridotto, poiché in grado di rispondere a circa il 10% delle potenzialità. Si tratta, inoltre, di un mercato non ancora completamente strutturato, e relativamente giovane, sia a livello internazionale (analisi di mercato disponibili da meno di 10 anni), che nazionale (sviluppi significativi tracciabili negli ultimi 2, 3 anni).

«Il dato certo è che vi è una forte domanda "eticamente orientata" ancora insoddisfatta», afferma Roberto Hamid Distefano, amministratore delegato Halal Italia, ente accreditato per la certificazione halal. E non si tratta di un "settore di nicchia", visto che circa il 25% della popolazione mondiale fa riferimento alla religione islamica e alimenta un mercato di circa 2.300 miliardi usd¹, considerando assieme cibo, cosmesi, farmaceutica e turismo. Per quanto riguarda il comparto agro-alimentare, i dati stimano un potenziale di circa 700 miliardi usd, con fattori di crescita costanti, nell'ordine del 16% annuo negli ultimi cinque

* *Giornalista di Avvenire e Famiglia Cristiana, più volte inviata in aree di crisi - dall'Africa sub-sahariana al Medio Oriente -, è laureata in Scienze Politiche e ha una specializzazione sull'Islam d'Europa*

anni. In Europa, dove vivono circa 50 milioni di musulmani (il 2,70% della popolazione islamica mondiale), il settore del cibo halal vale circa 70 miliardi usd, ben il 10% del mercato globale: significa che il potere d'acquisto della comunità islamica europea è quasi 4 volte superiore ai valori medi del resto del mondo. I musulmani residenti in Italia sono ormai un milione e mezzo, con quote consistenti e crescenti di musulmani di origine italiana e seconde/terze generazioni di giovani nati e cresciuti sul territorio nazionale da genitori provenienti dall'Asia e dall'Africa. Il potenziale del mercato halal food in Italia è stimato in 5 miliardi usd/anno².

Ma la domanda "eticamente orientata", per essere gestita con successo, non può prescindere da una più approfondita conoscenza delle esigenze e, soprattutto, della mentalità dei consumatori musulmani che si vogliono raggiungere. «Ci colpisce il fatto che le aziende si rivolgono a noi chiaramente con l'obiettivo di agevolare il proprio business, ma poi si accorgono che questo percorso ha anche un valore culturale, perché la formazione per le aziende che intendono certificarsi, prevede anche incontri di conoscenza del mondo islamico e della religione coranica -spiega Halima Erika Rubbo, responsabile Sviluppo progetti Halal Italia - Questo apre nuovi orizzonti. Molte aziende, per esempio, che impiegano personale musulmano (soprattutto

nei reparti produttivi), hanno scelto di valorizzarli, avendo compreso che si tratta di "ponti" preziosi per il rapporto con il mondo islamico e le sue tradizioni».

Il progetto di certificazione Halal Italia è sorto nel 2009 per volontà della Coreis (Comunità Religiosa Islamica) italiana, ente di rappresentanza che riunisce oltre 50mila musulmani italiani e che ha elaborato le linee guida del disciplinare di certificazione halal per i prodotti alimentari e per la cosmesi. A breve, sarà pronto anche il disciplinare per la farmaceutica. La Coreis è l'autorità religiosa indipendente che rilascia i certificati, mentre il personale di Halal Italia è responsabile delle ispezioni nelle aziende, che verificano la natura di materie prime e ingredienti, e l'implementazione di procedure che assicurino il rispetto dei precetti religiosi islamici. Tale impostazione è stata ben recepita dalle Istituzioni che, il 30 giugno 2010 alla Farnesina, alla presenza degli ambasciatori in Italia dei Paesi Oci (Organizzazione della Conferenza islamica), hanno sancito una Convenzione interministeriale a sostegno dell'iniziativa Halal Italia, sottoscritta dal Ministero degli Affari Esteri, dello Sviluppo Economico, della Salute e delle Politiche agricole. Halal Italia non è l'unico Ente certificatore italiano, ce ne sono altri, tra cui Halal International Authority e l'International Services Agency Network.



¹ fonte: World Halal Forum, KL, 2010

² fonte: Ministero Affari Esteri, 2010

«La certificazione halal - precisa Roberto Hamid Distefano - nasce come necessità religiosa. Dati i livelli di sofisticazione dell'industria agroalimentare moderna, avere la certezza, grazie al giudizio e alla verifica di una terza parte autorevole, che quello che si mangia è conforme ai precetti religiosi, è fondamentale. Il primo riflesso per le aziende è che, dato il miliardo e mezzo di musulmani nel mondo, la certificazione diventa un'interessante opportunità di business. Ma diventa anche un'occasione per dare una prospettiva autorevole, chiara e anche nuova su quello che l'Islam è realmente, sulla promozione della conoscenza fra cittadini di religioni diverse, sul modo di intendere le relazioni di convivenza. L'azienda entra nel percorso verso la certificazione con un primo momento formativo. Dato



che si tratta di una certificazione religiosa, la prima parte è sulle fonti religiose - non in senso catechistico, ma informativo -; la seconda parte è più tecnica, riguarda proprio quello che le aziende devono implementare per ottenere la certificazione; la terza è una visione introduttiva rispetto alle opportunità di mercato. Ed è significativo che la maggior curiosità dei nostri interlocutori si attesti sulla prima parte; per noi rappresenta una sete di informazione qualificata molto interessante, stimolante, che ci dà la ragion d'essere di quello che facciamo».

Secondo i dati di Halal Italia (riferimento al 2012), le aziende italiane coinvolte in processi di certificazione halal sono un centinaio: il 31% opera nel settore delle carni e suoi derivati, per il resto si tratta di aziende che producono enzimi/additivi prodotti per la gelateria, pasticceria, prodotti

del grano, lattiero/caseari, piatti pronti, bevande, grassi e olii. Nel 24% dei casi, si tratta di grandi imprese/multinazionali, per il 63%, di aziende di media dimensione, per il 13%, di piccole imprese/imprese familiari. Si concentrano per la maggior parte nel nord Italia (55% del totale) e particolarmente in Lombardia ed Emilia Romagna; il 15% al centro, il 10% al sud e il 20% nelle isole.

Dottor Distefano, il mercato dei prodotti halal sembra essere in controtendenza rispetto alla contrazione generale. Come mai?

«Noi diciamo che crisi da una parte e crescita dell'halal dall'altra, sono collegate "provvidenzialmente". Infatti, di anno in anno, cresce il numero delle aziende certificate (+40% nel 2011 rispetto al 2010; +50% nel 2012 rispetto all'anno precedente). A livello internazionale, la crescita è costante da una decina di anni (dal 10 al 15% annui) e l'Italia ha potenzialità maggiori. Lo sviluppo di questa opportunità in maniera professionale e con rigore religioso, è andato insieme a un momento di contrazione del mercato interno, per cui le aziende italiane si sono maggiormente concentrate sull'export, scoprendo che un quarto della popolazione mondiale è musulmana e mangia con determinate cautele. La certificazione halal unisce all'attenzione scrupolosa dei precetti religiosi, il rilancio del made in Italy nel mondo, e le due componenti insieme determinano un grande successo aziendale (la stragrande maggioranza delle aziende che si affaccia alla certificazione halal, lo fa a partire da un'esigenza di internazionalizzazione, o comunque di mercati esteri, e per alcuni Paesi tale certificazione rappresenta un requisito doganale imprescindibile, ndr). Ma la cosa vale anche per il mercato nazionale. L'halal non è un prodotto "etnico", come molti dicono, anzi, è un prodotto tipicamente italiano, parliamo di grana padano, di bresaola della Valtellina, e così via. Più di un terzo di chi compra halal non è musulmano, lo compra perché lo percepisce di qualità superiore (il 62% di chi compra cibi halal lo fa per la qualità, il 51% perché

ritiene tali cibi più salutari, il 34% perché li ritiene più sicuri, ndr)».

Il processo per ottenere la certificazione halal dura tre mesi; la certificazione ha una validità di tre anni, ma viene monitorata annualmente. Per tutto il processo produttivo - preparazione, produzione, trasformazione e confezionamento - non devono esserci contaminazioni derivate dal contatto con sostanze haram. Insomma, devono essere halal tutte le fasi di approvvigionamento delle materie prime, i processi di trasformazione, i sistemi di controllo qualità, il packaging, la logistica interna e di stoccaggio, il trasporto interno ed esterno, i mezzi finanziari. Il capo filiera redige il disciplinare di certificazione descrivendo, nel dettaglio, la filiera dei prodotti che ne sono oggetto, nonché le responsabilità delle aziende, una volta ottenuta la certificazione. Altri elementi essenziali del disciplinare sono la verifica della rintracciabilità (la possibilità di ricostruire la storia del prodotto che ha ottenuto la certificazione halal dev'essere garantita in tutte le fasi, dalla produzione primaria alla commercializzazione), e la modalità di gestione degli aspetti igienico-sanitari, che vanno monitorati sulla base dei criteri dell'HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points: è il protocollo italiano volto a prevenire i pericoli di contaminazione alimentare, ndr).

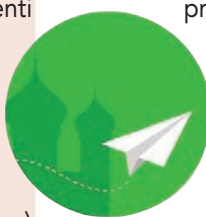
Quali sono le maggiori criticità rispetto ai prodotti da certificare?

«Semplificando all'estremo, le matrici delle criticità dal punto di vista degli ingredienti sono di due nature: ingredienti di origine animale e presenza alcolica. Per quanto attiene agli alimenti provenienti da animali, fatto salvo l'assoluto divieto per la carne di maiale e i suoi derivati (che è haram), per quella di origine bovina o ovina c'è un ulteriore passaggio: la macellazione rituale, in accordo con la legge islamica. Attenzione ad alcuni succhi di frutta e ai semilavorati per il gelato, a base rossa, perché

contengono un colorante in cui compare la cocciniglia, sostanza estratta da un insetto. Un'altra criticità in Italia è la grande distribuzione che è ancora fortemente insufficiente. Per assurdo, sarebbe più facile per noi fare la spesa a Dubai, dove si trova una ricca gamma di prodotti certificati Halal Italia, che in un qualsiasi supermercato milanese».

C'è anche un turismo halal. Il portale halaltrip.com dal 2011 fornisce informazioni sugli hotel conformi alla legge islamica: se offrono menu halal, se sono dotati di sale di preghiera, se ci sono spazi riservati alle donne. Il business potenziale stimato è di 50 miliardi di dollari l'anno; riguarda attualmente un bacino d'utenza di oltre 800 milioni di musulmani, ma è in aumento costante.

Il turista islamico è giovane, colto, tecnologico, ricco, proviene per lo più da Arabia Saudita, Iran, Emirati Arabi, Indonesia, Kuwait ed è in viaggio 12 mesi l'anno, tra viaggi di lavoro, pellegrinaggi e vacanze. Lo rileva il progetto *Italia Bayti* (Italia casa mia), sviluppato da Confassociazioni International, Confimprese Turismo Italia e Whad (World Halal Development). Il turismo islamico - che non è solo arabo, ma comprende clienti provenienti da uno dei 57 Paesi Oci - cresce del 5% l'anno; nel 2013 ha generato introiti per 126 miliardi di dollari e preferisce strutture "muslim friendly". Il progetto *Italia Bayti* prevede il monitoraggio dell'esistente, quindi un percorso di formazione alle strutture che desiderano adeguarsi, le quali, una volta rispondenti ai criteri halal, potranno avere accesso ai circuiti di prenotazioni e delle agenzie e tour operator tradizionali e specializzati. E anche Halal Italia è scesa in campo nel settore dei servizi "muslim friendly". «In vista di Expo 2015, abbiamo realizzato il progetto Muslim Hospitality - conclude Distefano - che riguarda principalmente gli alberghi e la ristorazione in generale, ma è una formula flessibile, perciò estensibile anche ad aeroporti e stazioni ferroviarie. L'obiettivo è garantire una conformità islamica all'ospitalità».



halaltrip

ECCELLENZA ITALIANA

Romina Gobbo

Da una parte l'esigenza di esportare nei Paesi arabi, dall'altra, la consapevolezza che i musulmani sempre di più apprezzano i prodotti italiani. Parte da queste considerazioni il percorso che ha portato il caseificio Albiero di Montorso Vicentino (provincia di Vicenza), ad impegnarsi per ottenere la certificazione halal, risultato raggiunto nel 2013 con l'Ente Halal Italia, dopo sei mesi tra formazione del personale, adeguamento degli impianti e riorganizzazione lavorativa.

E quando alcuni Paesi vorranno esclusivamente prodotti certificati, noi saremo pronti.

Voi produceste formaggio, non carne, perché dev'essere certificato?

In realtà è il caglio (che serve a coagulare il latte) a dover essere certificato, perché è di provenienza animale. Perciò, lo acquistiamo da macellai certificati. E poi c'è tutto il processo produttivo che va gestito secondo i principi religiosi sanciti dal disciplinare; prevede ambienti salubri, ma soprattutto la segregazione del prodotto halal rispetto agli altri.

In Italia il prodotto halal si vende?

A marzo inseriremo provolone (che è il fiore all'occhiello dell'azienda, ndr) e grana padano halal in alcuni supermercati. Vedremo, così, la risposta del consumatore italiano.

Una parte della formazione è dedicata alla conoscenza dei principi religiosi islamici, che cosa ne ha ricavato?

Sono stati momenti importanti per capire, per esempio, perché i musulmani non mangiano carne di maiale. Ti rendi conto che quello che magari a noi fa sorridere, in realtà ha una logica.

Halal Italia afferisce alla Coreis, sodalizio di italiani convertiti. Da dove nasce, secondo lei, tutta questa attrazione per l'Islam?

Loro come noi credono in un solo dio. Però noi cattolici abbiamo perso l'abitudine alla pratica. Loro sono più osservanti delle regole e pregano molto. Penso che chi sceglie di aderire all'Islam, abbia bisogno di un contatto più vero e continuativo con la fede.



Noi esportiamo soprattutto a Dubai, nel Qatar e in Kuwait. Sono Paesi dove la certificazione halal non è obbligatoria, tuttavia rappresenta un bel biglietto da visita, attesta una certa sensibilità nei confronti del consumatore finale e del suo credo - spiega Silvia Albiero, export manager nell'azienda di famiglia - Poiché ogni prodotto riporta sull'etichetta il marchio halal, con il timbro dell'Ente certificatore, questo rappresenta un valore aggiunto. L'Indonesia, il più popoloso Paese musulmano al mondo, ha un occhio di riguardo per le aziende certificate. In Spagna, molti acquistano il prodotto halal perché pensano che sia ulteriormente controllato, come di fatto è.