

Importazione e vendita dei prodotti alimentari in Cina: cosa deve insegnare il recente blocco delle importazioni di olio d'oliva italiano

Contenuti

1. Il recente blocco dell'importazione di olio d'oliva
2. Sicurezza alimentare in Cina
3. Normativa per l'esportazione dei prodotti alimentari in Cina
4. Il *made in Italy* alimentare in Cina: rischi e potenzialità

L'agroalimentare rappresenta uno dei settori più dinamici in Cina e con riferimento al *made in Italy* è un comparto che ha confermato un incoraggiante *trend* di crescita nel corso degli ultimi anni.

L'aumento del potere economico dei consumatori cinesi sta comportando un radicale mutamento degli stili di vita e abitudini alimentari ed una crescente richiesta di prodotti di qualità. La Cina rappresenta quindi un mercato di sbocco ideale per prodotti tipici del *made in Italy* quali vino, olio d'oliva, acque minerali, pasta, prodotti da forno, caffè e dolci. Tuttavia, una serie di problemi e inefficienze, a livello tanto di sistema quanto di impresa, hanno fatto sì che l'enorme potenziale del quale le imprese italiane sono naturalmente dotate sia attualmente sfruttato solamente in minima parte e paesi produttori di beni comparativamente inferiori in termini di qualità (quali l'Australia o il Cile per il vino, la Grecia o la Spagna per l'olio) siano riusciti a occupare il mercato locale a scapito delle imprese italiane.

La presente *newsletter*, partendo dall'analisi dei più recenti accadimenti, intende dare qualche indicazione circa le importazioni e la distribuzione dei prodotti agro-alimentari italiani in Cina.

1. Il recente blocco dell'importazione di olio d'oliva

A seguito della diffusione di un'indagine della Coldiretti secondo la quale quattro su cinque bottiglie di olio extravergine di oliva commercializzato come italiano conterebbero olio di diversa provenienza, alla fine del dicembre 2011 le autorità cinesi hanno deciso di intensificare i controlli su tutte le importazioni di olio provenienti dall'Italia - causando notevoli difficoltà ai produttori italiani (in modo particolare alla loro immagine) - fino a bloccarne, in taluni casi, le importazioni.

L'Italia, infatti, è il secondo esportatore in Cina sia di olio d'oliva sia di olio extra vergine, con una quota di mercato, nel 2011, rispettivamente del 24,09% e del 33,61% e volumi aumentati del 94% rispetto al 2009. È evidente che l'Italia ha un grande interesse a far sì che la propria immagine di produttore di altissima qualità non venga messa in discussione.

Sul piano politico, le autorità di Pechino stanno in verità combattendo da anni una battaglia sul campo della sicurezza alimentare, a seguito di continui scandali emersi e della conseguente richiesta di maggiori controlli da parte dei consumatori. A partire dal 2011, ad esempio, i governi locali di tante città e regioni cinesi hanno incluso la sicurezza dei prodotti alimentari tra le misure usate per valutare la prestazione (*performance*) degli ufficiali locali, cosa che rappresenta una novità assoluta nella pubblica amministrazione cinese. Da questo punto di vista, occorre poi ricordare che i prodotti italiani erano già sotto osservazione dopo che nella primavera del 2008 le autorità di Pechino avevano bloccato le importazioni di mozzarella italiana a seguito di diverse irregolarità riscontrate. Dal punto di vista di tali autorità quindi, anche il solo timore che l'olio d'oliva importato dall'Italia potesse non essere conforme a quanto dichiarato sulle stesse etichette ha rappresentato un elemento di per sé sufficiente a giustificare le suddette misure restrittive.

2. Sicurezza alimentare in Cina

Nel corso degli ultimi anni si è assistito ad un considerevole intensificarsi dell'attenzione riposta dalle autorità cinesi sul tema della sicurezza alimentare. A seguito di una serie di scandali che hanno fortemente impressionato l'opinione pubblica, nel giugno 2009 è entrata in vigore la *Food Safety Law* e, successivamente, sono entrati in vigore una serie di regolamenti e misure, a livello locale e centrale, che hanno intensificato i controlli sugli alimenti in vendita nel mercato interno.

Con riferimento, in particolare, ai prodotti italiani, in aggiunta ai controlli sugli *standard* di qualità, si devono ancor oggi affrontare veri e propri divieti di importazione per talune categorie di prodotti agroalimentari, quali:

- tutti i prodotti ortofrutticoli freschi (con la recente eccezione del kiwi);
- le carni di origine bovina, ovina, suina (ad eccezione del prosciutto crudo) ed aviaria.

E più in generale, vi sono altre categorie di prodotti (per la verità in questo caso provenienti da vari paesi quali USA, Corea, Francia, Spagna, Giappone e solo in piccola parte dall'Italia) qualificate come problematiche per l'importazione dall'autorità nazionale cinese competente (*General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine* o AQSIQ, che pubblica mensilmente uno specifico bollettino) e sottoposte a strettissimi controlli prima di essere autorizzate all'ingresso in Cina.

Per esempio:

- dopo anni di trattative è stata finalmente sbloccata, nell'estate 2008, l'importazione in Cina di prosciutto di Parma e San Daniele, limitatamente a quei produttori (circa 36) espressamente autorizzati da parte delle autorità cinesi. Tuttavia numerosi continuano ad essere i casi di prodotti bloccati in dogana per ragioni amministrative;
- le acque minerali italiane spesso, in sede di ispezioni sanitarie, sono dichiarate non conformi agli *standard* locali;
- le importazioni di riso e di farina sono spesso ostacolate poiché detti prodotti sono di frequente classificati come materia prima anziché come prodotto trattato.

Occorre poi sottolineare (soprattutto alla luce del blocco delle importazioni di olio di oliva) come su tutti i prodotti agroalimentari confezionati importati in Cina gravi in ogni caso l'obbligo di etichettatura originale in lingua cinese. Attualmente, il controllo delle etichette avviene contestualmente alle altre ispezioni effettuate dalla AQSIQ al momento dell'ingresso del prodotto in Cina.

In base alle citate norme l'etichetta deve recare obbligatoriamente, oltre ad eventuali ulteriori informazioni per ogni specifico prodotto, i seguenti elementi:

- denominazione del prodotto;
- ingredienti;
- proporzioni degli ingredienti;
- peso netto (e peso sgocciolato per i prodotti a cui si applica);
- nome del produttore;
- nome e indirizzo dell'importatore e distributore;
- date e istruzioni di magazzinaggio;
- codice dello *standard* del prodotto;
- grado di qualità.

3. Normativa per l'esportazione dei prodotti alimentari in Cina

Per quanto riguarda l'esportazione di prodotti alimentari in Cina, si possono percorrere diverse strade. Le due principali prevedono l'utilizzo di un agente che sia qualificato presso l'*Entry-Exit Inspection and Quarantine Bureau* (EEIQB) ovvero, nel caso di esportatori che desiderino avere una presenza più massiccia in Cina, l'importazione nel paese attraverso una propria società (interamente partecipata o co-partecipata da un socio locale) e denominata *Foreign Invested Commercial Enterprise*. Si segnala tuttavia che la costituzione di detto tipo di società ha tempi e costi elevati.

Da un punto di vista amministrativo, l'importazione di prodotti alimentari in Cina dipende da: (i) l'EEIQB, che ha il compito di controllare che i prodotti alimentari importati siano conformi alla normativa cinese; e (ii) il loro sdoganamento.

3.1 Norme e regolamenti che disciplinano la materia

Le principali norme cinesi in materia di importazione di prodotti alimentari sono norme nazionali, tuttavia grande attenzione dovrebbe sempre essere prestata anche ai regolamenti locali sulle procedure di controllo alle importazioni e alla vendita, all'ingrosso e al dettaglio.

Di seguito riportiamo i principali testi normativi ai quali fare riferimento:

1. *Food Safety Law of the People's Republic of China* 2009 e relative *Implementation Regulations* del 2009;
2. *Law of the People's Republic of China on Import and Export Commodity Inspection* 2002 e relative *Implementation Regulations* del 2005;
3. *Law of the People's Republic of China on the Entry and Exit Animal and Plant Quarantine* del 1991 e relative *Implementation Regulations* del 1996;
4. *Measures for the Safety Administration of Imported and Exported Food* del 2011 (in vigore dall'1 marzo 2012);
5. *Measures for the Supervision and Administration of the Inspection and Quarantine of Imported and Exported Meat Products* del 2011;
6. *Measures for the Supervision and Administration of Inspection and Quarantine of Imported and Exported Aquatic Products* del 2011;
7. *Standard Nazionali (GB)* predisposti dalle autorità per quasi ogni categoria di prodotto (soprattutto nel caso di *prepackaged food* come vino, caffè, acqua, latte, formaggi) nonché gli *standards* accessori come "GB7718 – 2004: *General Rules of Prepackaged Food Labeling*". Tali *standard* sono tecnici e sono obbligatori per i prodotti preparati/confezionati, venduti e importati in Cina.

3.2 La prassi

Se è vero che in ogni mercato può sperimentarsi una certa divergenza tra il dettato normativo e la prassi commerciale, ciò è particolarmente vero in Cina, dove l'ampia discrezionalità nella interpretazione delle norme genera pratiche, comportamenti e tempistiche diversi a seconda dei punti di ingresso dei prodotti, delle categorie merceologiche, ecc..

Prima di procedere alla spedizione in Cina l'esportatore deve in ogni caso poter disporre dei seguenti principali documenti/atti:

- (a) contratto di vendita o conferma dell'ordine da parte di un soggetto autorizzato in Cina;
- (b) distinta del carico per la spedizione di merci, con visto dell'Ufficio Certificati estero della Camera di Commercio nella cui circoscrizione il richiedente ha domicilio;
- (c) manifesto di carico da utilizzare per le spedizioni;
- (d) polizza di carico (*bill of lading*);
- (e) certificato di origine della merce;
- (f) certificato sanitario per l'esportazione;

Il presente documento viene consegnato esclusivamente per fini divulgativi.

Esso non costituisce riferimento alcuno per contratti e/o impegni di qualsiasi natura.

Per ogni ulteriore chiarimento o approfondimento Vi preghiamo di contattare:

Milano

Stefano Beghi
Tel. +39 02 763741
sbeghi@gop.it

Alessia Pastori
Tel. +39 02 763741
apastori@gop.it

Sonia Bao
Tel. +39 02 763741
sbao@gop.it

Shanghai

Edoardo Agamennone
Tel. +86 18 6216 50157
eagamennone@gop.it

Roma

Milano

Bologna

Padova

Torino

Abu Dhabi

Bruxelles

Londra

New York

www.gop.it

- (g) eventuali certificazioni specifiche per particolari prodotti;
- (h) campione dell'etichetta conforme alla normativa cinese (vedi sopra);
- (i) altri documenti richiesti dalle autorità.

3.3 Procedura di ingresso in dogana

Una volta in Cina, all'arrivo in dogana le autorità locali preposte effettuano simultaneamente i necessari controlli di etichette e documenti di accompagnamento della merce. In particolare, l'EEIQB verifica la corrispondenza dell'etichetta ai requisiti stabiliti dalle citate leggi e norme sugli *standard* cinesi, nonché l'autenticità e la qualità del prodotto.

Per la procedura successiva relativa allo sdoganamento dei prodotti alimentari importati sulla base di certificati di autorizzazione rilasciati dall'EEIQB, i documenti principalmente richiesti sono:

- (a) il certificato d'origine;
- (b) il campione dell'etichetta del prodotto;
- (c) la traduzione in cinese del contenuto dell'etichetta;
- (d) il certificato di quarantena rilasciato dall'EEIQB;
- (e) altri documenti (polizza di carico, fattura, *packing list* ecc.).

Prima della prima esportazione in Cina, si consiglia vivamente di effettuare una verifica dettagliata dei documenti necessari, nonché di verificare se esiste lo *Standard* Nazionale (GB) per la relativa categoria di prodotto e se il prodotto oggetto di esportazione sia conforme a tale *Standard* Nazionale.

4. Il *made in Italy* alimentare in Cina: rischi e potenzialità

Le misure recentemente adottate dalle autorità cinesi nei confronti dell'olio di oliva italiano possono sembrare eccessive e ingiustificate ma rappresentano il chiaro segnale del fatto che non può essere sottovalutata l'importanza che la sicurezza e la qualità degli alimenti stanno acquisendo anche in Cina.

Da questo punto di vista le imprese agroalimentari italiane, che hanno nella qualità il loro punto di forza, non devono avere nulla da temere.

I consumatori cinesi non hanno ancora una conoscenza approfondita delle specialità e dei punti di forza dei prodotti alimentari importati. Genericamente l'acquisto di prodotti da parte di consumatori individuali è di due tipi: (i) l'acquisto per la consumazione propria; e (ii) l'acquisto destinato a essere regalato. Nel primo caso il prezzo è sicuramente uno dei fattori più importanti e nell'ultimo, invece, contano la fama e la riconoscibilità del prodotto.

È pertanto necessario, anche a fronte di analoghe iniziative che i nostri concorrenti stranieri stanno adottando, puntare su una maggiore, più efficace e coordinata promozione del *made in Italy* alimentare in Cina. La Francia ad esempio, dispone di un ente a livello nazionale (SOPEXA), con propri uffici attivi a Pechino, Shanghai e Guangzhou, che si dedica già da 10 anni alla promozione dei prodotti alimentari francesi in Cina. In attesa che ciò accada anche per l'Italia, le singole imprese e comparti produttivi delle diverse eccellenze alimentari italiane possono affrontare lo sterminato mercato cinese unendo la propria proverbiale creatività e qualità dei prodotti all'accurato studio dello scenario commerciale e legale, e studiare quindi piani di investimento a medio-lungo periodo che consentano loro di raggiungere anche i traguardi più ambiziosi che si meritano.

INFORMATIVA EX ART. 13 D. LGS. 196/2003 - Codice in materia di protezione dei dati personali

I dati personali oggetto di trattamento da parte dello studio legale Gianni, Origoni, Grippo, Cappelli & Partners (lo "Studio") sono quelli liberamente forniti nel corso di rapporti professionali o di incontri, eventi, workshop e simili, e vengono trattati anche per finalità informative e divulgative. La presente newsletter è inviata esclusivamente a soggetti che hanno manifestato il loro interesse a ricevere informazioni sulle attività dello Studio. Se Le fosse stata inviata per errore, ovvero avesse mutato opinione, può opporsi all'invio di ulteriori comunicazioni inviando una e-mail all'indirizzo: relazioniesterne@gop.it. Titolare del trattamento è lo studio Gianni, Origoni, Grippo, Cappelli & Partners, con sede amministrativa in Roma, Via delle Quattro Fontane 20.