



unimc
UNIVERSITÀ DI MACERATA

l'umanesimo che innova



中国中心

CHINA CENTER

m a c e r a t a

Cina-Italia: il ruolo delle imprese del settore agro-alimentare

Francesca Spigarelli

spigarelli@unimc.it

www.unimc.it/chinacenter

Follow us on Facebook!

Italia-Cina: food&trade



unIMC
UNIVERSITÀ DI MACERATA

l'umanesimo che innova

Importazioni totali di prodotti agro-alimentari (in milioni di dollari USA)

	Country	Jan - Dec			Share %			change 12/11 %
		2010	2011	2012	2010	2011	2012	
	World	55,875.50	71,536.93	86,264.52	100	100	100	20.59
1	United States	14,370.46	17,884.28	22,101.54	25.72	25	25.62	23.58
2	Brazil	10,186	14,530	17,318	18.2	20.3	20	19.1
3	Canada	2,593	2,686	4,942	4.6	3.7	5.7	84
4	Argentina	5,576	5,183	4,930	9.9	7.2	5.7	-4.8
5	Indonesia	2,828	3,980	4,504	5	5.5	5.2	13.1
6	Malaysia	3,355	4,967	4,194	6	6.9	4.8	-15.5
7	Thailand	2,217	2,717	3,669	3.9	3.8	4.2	35
8	New Zealand	1,816	2,366	3,071	3.2	3.3	3.5	29.7
9	Australia	1,405	1,917	2,688	2.5	2.6	3.1	40.2
10	France	1,328	2,083	2,410	2.3	2.9	2.7	15.7
27	Italy	205	300	323	0.4	0.4	0.4	7.7

(China custom, ICE Shanghai 2012)

Nel 2012 le esportazioni di prodotti agroalimentari dell'Italia verso la Cina hanno totalizzato 332 milioni di dollari USA (+7,7% sul 2011).

Esse si sono concentrate specialmente nel segmento dei prodotti dolciari e a base di cioccolato (111 milioni di dollari USA; +10% sul 2011) e in quello del vino e bevande alcoliche (104 milioni di dollari USA; +6% sul 2011).

Nei primi quattro mesi del 2013 le esportazioni italiane sono aumentate del 38% rispetto allo stesso periodo del 2012.

L'industria agroalimentare italiana intende puntare alla Cina come uno dei mercati prioritari a livello mondiale.

IMPORTAZIONE IN CINA DEI PRINCIPALI PRODOTTI AGROALIMENTARI ITALIANI

Prodotti	Valore 2013	% Quota 2013 (gen-ago)	% Var. 13/12	Posizione	% Quota di mercato nel settore 2013
Tipici ¹	188.31	100,0			
Cioccolato	53.41	28.4	35.5	1	33,8
Pasta	8.14	4.3	16.7	2	11,5
Olio d'oliva	25.3	13.4	23.1	2	21,2
Acqua	4.00	2.1	20.0	2	21,2
Kiwi	7.77	4.1	198.2	4	8,4
Caffè	6.71	3.5	11.8	4	7,3
Vino	69.12	36.7	14.83	5	6,5
Prodotti caseari	6.29	3.3	69.3	5	4,3
Prodotti da forno	7.57	4.0	54.0	7	3,1

- Tasso di crescita annuo: 10-15%
- I modelli di consumo si stanno allineando a quelli più moderni, diventando maggiormente intellegibili da un punto di vista occidentale
- Lo sviluppo e l'urbanizzazione stanno contribuendo ad una rapida crescita ed estensione del potere d'acquisto da circa 30-40 città di prima e seconda fascia, oltre a 600 città emergenti

Crescita: Elevata

Fattori di crescita: Sostanzialmente favorevoli

Fondazione Italia Cina, 2012

Mercato di massa:

- Grande scala e basso costo
- Consumatori appartenenti alla fascia medio-bassa, produzione locale, distribuzione moderna
- Competitività sul prezzo
- Marketing complesso e aggressivo
- Scarsa fedeltà al marchio

Mercato di nicchia:

- Differenziazione
- Consumatori ad alto reddito
- Prodotti di importazione
- Distribuzione e marketing high end
- Enfasi sul marchio e sulla qualità
- Fedeltà crescente al marchio

Barriere



unIMC
UNIVERSITÀ DI MACERATA

l'umanesimo che innova

Codice doganale	Prodotto	Dazio MFN (%)	Imposta sul consumo (%)	VAT (%)	Totale (%)
1902	Pasta	15	-	17	34.6
0406	Formaggi	12	-	17	31.0
1509.10	Olio extravergine di oliva	10	-	13	24.3
1509.90	Altri olii	10	-	17	28.7
1905	Prodotti da forno	20	-	17	40.4
1905.31	Biscotti	15	-	17	34.6
1806	Cioccolata	10	-	17	28.7
0901.21	Caffè tostato	15	-	17	34.6
2204.10-21	Vino imbottigliato	14	10	17	48.2
2204. 29	Vino sfuso	20	10	17	56.0
2209	Aceto	20	-	17	40.4
2201.10	Acqua minerale	20	-	17	40.4
0203.12-19	Prosciutto	20	-	13	35.6

Fonte: Dogane Cinesi



unimc
UNIVERSITÀ DI MACERATA

l'umanesimo che innova

gennaio 2014



*Ambasciata d'Italia
nella Repubblica Popolare Cinese*

UFFICIO ECONOMICO-COMMERCIALE

**PACCHETTO PER LA COLLABORAZIONE SINO-ITALIANA
NEL SETTORE AGRICOLO E DELLA SICUREZZA ALIMENTARE**

Proposte generali di collaborazione



unIMC
UNIVERSITÀ DI MACERATA

l'umanesimo che innova

1. **maggior accesso alla grande distribuzione cinese** dei prodotti alimentari italiani, attraverso accordi commerciali tra soggetti industriali cinesi e italiani (grandi catene di distribuzione cinese e piattaforme commerciali italiane o consorzi di prodotti tipici, quali parmigiano, prosciutti, latticini, vini, oli);
2. **maggiore diffusione, con l'assistenza del MOFCOM, dei prodotti agroalimentari italiani nel commercio elettronico in Cina** partendo dai contatti già attivi tra operatori cinesi e la fiera di Verona (Vinitaly) - e in ogni altro ambito - alla luce dell'esperienza avviata da Poste Italiane;
3. **maggiore collaborazione tra dogane cinesi e autorità italiane** per snellire procedure di sdoganamento e facilitare importazioni di prodotti per eventi promozionali;
4. **maggiore collaborazione tra enti fieristici cinesi e italiani** tramite iniziative simili oltre a quelle avviate di recente da Fiera di Milano a Canton;

Agroalimentare

1. Negoziare maggior accesso al mercato per i prodotti italiani

Per incrementare le vendite di prodotti italiani nel mercato cinese è necessario risolvere con le autorità cinesi (AQSIQ, CFDA, Monopoli di Stato) le difficoltà in cui incorrono i produttori italiani che esportano o intendono esportare in Cina:

- (i) discrepanze tra gli standard cinesi e internazionali per la sicurezza alimentare;
- (ii) insufficiente coordinamento tra autorità centrali e periferiche nell'esecuzione delle normative relative agli standard di sicurezza alimentare;
- (iii) diversità di comportamento da parte delle diverse autorità doganali e portuali cinesi per l'importazione degli stessi prodotti;
- (iv) mancanza di prove scientifiche nella valutazione del rischio degli alimenti;
- (v) ostacoli per ottenere licenze di distribuzione e licenze per importare prodotti alimentari non coperti da una normativa nazionale (conosciuta in cinese come Guobiao, o GB).

2. Collaborazione tra aziende agroalimentari italiane e cinesi per distribuzione reciproca

Questa proposta prevede la possibilità di dar vita a **programmi di collaborazioni bilanciate tra aziende italiane e aziende cinesi per lo sviluppo di canali distributivi collegati in Italia e in Cina.**

Il progetto intende proporre una cooperazione a tutto campo alla parte cinese, che include le capacità di distribuzione sviluppate dalle aziende di marca in Italia e i prodotti oggetto della collaborazione. Il modello, da sviluppare insieme nel dettaglio, farà leva sulla non concorrenza tra prodotti agroalimentari cinesi e italiani, i quali, salvo alcuni, risultano e sovrapponibili.

Sicurezza alimentare

L'Italia intende valorizzare la sua esperienza e capacità nel settore con l'obiettivo di divenire con il tempo il **referente principale delle istituzioni cinesi sul tema**, proponendo agli interlocutori cinesi un modello tra i più avanzati al mondo.

L'Italia e' pronta a collaborare con le competenti autorità cinesi su **iniziative specifiche** ed operative, vale a dire:

- e-certificate. Sistema di banche dati computerizzate, per la verifica dei certificati fitosanitari per i prodotti destinati all'esportazione in Cina. Il sistema è già attivo fra la Cina e diversi Paesi, tra cui Australia, Nuova Zelanda e Paesi Bassi;
- tracciabilità del prodotto. Introduzione di un sistema di garanzie del consumatore in tema di qualità e sicurezza, grazie a sistemi di identificazione tramite etichettatura, come prevede la *Food Safety law* cinese del 2009;
- procedure di standardizzazione. Sviluppo di sistemi di controllo e certificazione per prodotti specifici quale l'olio extra-vergine d'oliva e il seme bovino (*virus blue tongue*);

Meccanica

L'Italia e' un Paese che dispone di tecnologie industriali di grande valore nel campo dei macchinari agricoli.

La Cina considera l'acquisizione di tecnologie agricole quale priorità per lo sviluppo del Paese. Ampi stralci del Catalogo dei settori tecnologici sostenuti con ingenti finanziamenti pubblici sono dedicati al settore;

Produzioni con tecnologie eco-sostenibili

1. Produzione di bio-etanolo da scarti agricoli/sfruttamento terreni non coltivati

L'Italia è all'avanguardia a livello mondiale per la produzione di bio-etanolo da scarti di agricoltura o da produzioni agricole non in competizione con le coltivazioni alimentari, a differenza dei bio-combustibili (etanolo e biodiesel) di prima generazione. In Italia è in funzione il più grande impianto al mondo di produzione di bio-etanolo di seconda generazione.

2. *Agricoltura Biologica*

(Tecniche e tecnologie per produzioni biologiche, tecniche di produzione e controllo qualità, gestione filiera e no contaminazione ogm, allevamento organico e gestione filiera su base biologica, protocolli DOC/DOC/IGP)

L'Italia è uno dei paesi leader nella produzione biologica europea. Le coltivazioni bio coprono circa il 7% della superficie agricola nazionale, di cui più del 50% rappresentato da pascoli e foraggiere.

Sebbene il livello di produttività delle coltivazioni biologiche sia leggermente inferiore a quello relativo alle tecniche tradizionali, l'aumento della sensibilità ambientale del consumatore cinese sta propiziando un incremento molto veloce delle quote di mercato dei prodotti agricoli biologici, sebbene più costosi. Inoltre, le produzioni bio si inseriscono nel filone della sicurezza alimentare che in Cina è già all'attenzione dei consumatori.

3. *Sviluppo produzioni su base industriale di prodotti agricoli di massa*

A prescindere dalla presenza in Italia di un'industria agricola primaria intensiva, il nostro Paese vanta un *know-how* per la produzione di massa di prodotti agricoli (frutta e ortaggi *in primis*) coltivati con avanzate tecniche industriali che garantiscono un'elevatissima qualità, a differenza dei prodotti da industrializzazione intensiva su grandi scale.

L'Italia ha maturato competenze, tecnologie e processi in grado di produrre in modo massivo ogni tipologia di prodotto agricolo da coltivazione, garantendo un'elevata qualità dei prodotti, sia nella sicurezza alimentare che per il contenuto organolettico.

4. *Progettazione e gestione di aziende agricole "Green"*

Le aziende agricole green puntano all'autoproduzione energetica, di concimi e compost.

Tutti i settori agricoli hanno uno stretto legame con i temi ambientali e del risparmio energetico. Il ricercato e atteso incremento della produttività agricola in Cina comporterà un aumento dell'intensità energetica, dello sfruttamento dell'acqua, un aumento di emissioni, sia Co2 sia No2.

L'Italia possiede *know-how* e competenze all'avanguardia nella **progettazione, realizzazione e gestione di aziende agricole a basso impatto ambientale**. Il basso impatto ambientale passa attraverso l'autoproduzione di energia elettrica, minimizzazione di emissioni di No2/CO2 in atmosfera, realizzazione di impianti a bassa intensità energetica, recupero dei materiali di scarto, sfruttamento ottimo del calore, ecc..

5. *Tecnologie e tecniche di fertilizzazione e biostimolo per incremento produttività agricola*

L'incremento della produttività agricola in Cina – indispensabile per sostenere la pianificata urbanizzazione dei prossimi decenni, ridurre la dipendenza dalle importazioni e garantire, quindi, la sostenibilità alimentare nel futuro – deve passare attraverso nuove tecnologie e l'utilizzo di prodotti di fertilizzazione.

6. *Tecniche, tecnologie e processi di green logistics*

La logistica dell'intera filiera agroalimentare ha un elevatissimo impatto ambientale, sia sul primario sia sul secondario.

In Cina, le dimensioni del paese e le enormi distanze fanno sì che **l'impatto ambientale per volume di prodotto trasportato/gestito sia molto elevato**, molto maggiore che non in altri paesi.

L'impatto ambientale della logistica agroalimentare si basa su trasporti e stoccaggi efficienti, tenendo conto delle distanze esistenti fra le aree di immagazzinaggio e il punto vendita al dettaglio.

L'impatto ambientale della logistica passa attraverso il *design* dei *packaging* le cui caratteristiche, sia fisiche sia dimensionali, possono avere maggiori o minori impatti ambientali a seconda del loro disegno, composizione e altro.