

ATTILIO MASSIMO IANNUCCI*

Italia e Cina: rapporti politici ed economici e opportunità nel settore agroalimentare

Lettura tenuta il 17 ottobre 2013

I. QUADRO ECONOMICO-POLITICO

In un intervento del novembre 2012 al Seminario “China meets Europe”, il Commissario Europeo per il Commercio, Karel de Gucht (di fronte al fatto che l’economia cinese aveva definitivamente superato, nel 2010, quella giapponese, e si era ormai collocata alle spalle di quella americana), affermò che «l’ascesa della Cina costituisce il più significativo evento economico dei nostri tempi». È un’affermazione che condivido pienamente, e che mi sento di rilanciare, aggiungendo che l’ascesa della Cina rappresenta il più rilevante fenomeno geopolitico dei nostri tempi.

Ma parlando di questa crescita, vorrei fare una precisazione: non si tratta propriamente di un’ascesa, ma di un ritorno a una precedente posizione internazionale. La Cina, Zhong Guo o “Terra di mezzo” (come gli stessi cinesi chiamano il loro Paese), si è considerata (e ha conseguentemente agito, per millenni), al centro del mondo, e ha dovuto mettere da parte, per la presenza e pressione straniera, questa visione “sino-centrica” soltanto nel periodo intercorso tra la seconda metà del XIX secolo e la seconda metà del XX.

In un contesto storico in cui si parla sempre più spesso di “secolo del Pacifico”, la Cina si trova pertanto, oggi, a riassumere una posizione di protagonista degli affari mondiali. Il baricentro del mondo si sta infatti progressivamente spostando verso l’Estremo Oriente, che costituisce in questo momento un’area di effervescenza dal punto di vista dello sviluppo economico e del commercio internazionale, come pure di ricorrenti tensioni regionali, anche di carattere politico-militare.

* *Ambasciatore d’Italia*

Al centro di questa area, la Cina primeggia. Il tasso di crescita registrato dalla Repubblica Popolare continua ad assestarsi su livelli inimmaginabili in Europa o negli Stati Uniti. Pechino, infatti, conta su un leverage finanziario internazionale alimentato da un monte di riserve in valuta straniera che, alla fine del 2012, ammontava a 3.300 miliardi di dollari (ovvero – per fornire un termine di paragone – il 121% dell'attuale debito pubblico italiano).

Nonostante il fatto che la crisi economica mondiale si sia ripercossa anche sull'economia cinese, il 2012 si è concluso con un tasso di crescita “soltanto” del 7,8%, (che è, in effetti, il valore più basso degli ultimi dieci anni). Una flessione questa, che resta comunque al di sotto di quelle di molti paesi occidentali. Significativamente, per mantenere lo “sviluppo armonioso”, il Dodicesimo piano quinquennale ha previsto che per quest'anno la crescita non dovrà comunque essere superiore al 7,5%.

Non esito pertanto a dire che la Cina sta diventando il centro gravitazionale degli equilibri politici, economici e finanziari, nel cuore di quella che, a detta di molti, sarà la regione più importante del nostro secolo: l'Asia e il Pacifico.

A questa transizione di ampia portata dal punto di vista geopolitico, se ne affianca una di natura prettamente politica, che sta investendo non solo la Cina, ma anche l'Europa, e gli Stati Uniti.

Il secondo mandato del presidente Obama è, per sua stessa ammissione, incentrato sulla ripresa dell'economia americana e sul potenziamento della coesione del Paese.

In Europa, le consultazioni elettorali del 2013 in due importanti Stati fondatori dell'Unione, l'Italia e la Germania, sono state il preludio a quelle del Parlamento Europeo del 2014, che apriranno una stagione di cambiamenti ai massimi livelli istituzionali, con il successivo ricambio dei vertici europei.

In Cina, infine, il XVIII Congresso del Partito Comunista ha avviato una transizione che si è completata con la convocazione, lo scorso novembre, dell'Assemblea Nazionale del Popolo. Agli avvicendamenti ai massimi livelli del Partito sono seguiti quelli, determinanti, ai gradi apicali dello Stato. La transizione si è svolta in modo ordinato e ha dato luogo a un ricambio generazionale comunque ispirato al principio di gestione collettiva del potere.

All'interno di questi tre grandi attori internazionali – Stati Uniti, Europa e Cina – l'immediato futuro presenta sfide prioritarie sul piano economico.

Negli Stati Uniti il “nation-building” del presidente Obama sta dando priorità alla ricerca di un consolidamento della ripresa economica.

In Europa, e soprattutto nell'Eurozona, continueremo a essere impegnati a promuovere il passaggio dalla politica di austerità a quella di riattivazione di meccanismi virtuosi di stimolo alla crescita.

Da parte sua, la dirigenza cinese dovrà assecondare la necessità imperativa del cambiamento del proprio modello di sviluppo, passando da un sistema in cui la crescita è prevalentemente alimentata dalle esportazioni, a uno in cui essa può beneficiare dell'espansione del consumo nazionale. Alla costruzione di un grande mercato interno dovrà essere affiancato un rinnovato sforzo per favorire: 1. una più sostenibile distribuzione della ricchezza;

2. il contenimento della corruzione.

Resta per la Cina la perdurante incertezza della situazione dei mercati stranieri, anche se, nel 2012, l'interscambio globale è cresciuto del 6,2% rispetto all'anno precedente. In particolare, le esportazioni sono cresciute del 7,9% e le importazioni del 4,3%.

Tornando a un punto di vista geopolitico, la transizione cinese avviene in un momento in cui l'ascesa internazionale richiede alla Cina l'assunzione di crescenti responsabilità di natura globale, e l'accantonamento di alcuni principi che hanno sinora animato l'azione esterna della Repubblica Popolare: come quello, ad esempio, del "nascondere le proprie capacità e attendere il proprio momento".

A fronte delle aspettative di gran parte della comunità internazionale, circa un ruolo più attivo della Cina nel contribuire ad affrontare le sfide globali (come ambiente, energia e lotta al terrorismo) e le crisi regionali (come quella in Siria), la Cina dovrà far fronte a tre criticità: assicurare i Paesi della regione circa le proprie intenzioni strategiche; trovare un equilibrio nel rapporto con gli Stati Uniti, anche alla luce del nuovo "pivot to Asia" americano; e sviluppare un proprio "soft power", potenziando l'immagine del Paese all'estero.

Queste sono le sfide che la nuova dirigenza cinese è chiamata a intraprendere, sia all'interno del Paese sia nell'ambiente internazionale. Sono sfide colossali che Pechino affronterà seguendo una linea di pensiero e di azione "con caratteristiche cinesi", sicuramente promotrice di un processo di riforma, che verrà avviato secondo tempi dettati dalle esigenze interne della Cina stessa (anche se ciò talvolta rischia di scontrarsi con una certa impazienza occidentale).

L'adeguata comprensione di tale scenario e di tali esigenze contribuisce a porre le basi per un rapporto di fiducia reciproca con la Cina. È quello che – ad esempio – ha fatto l'Italia negli ultimi anni. Sul piano del rapporto bilaterale, in linea con un approccio tradizionale, fondato sulla ricerca della comprensione reciproca, l'Italia ha sviluppato un solido e regolare dialogo con la Cina. Ciò è stato fatto tenendo a mente la massima di Matteo Ricci «comprendere prima di giudicare», ricordata anche dal presidente della Repubblica Giorgio Napolitano durante la sua storica visita in Cina nell'ottobre 2010.

Ritengo che, nel relazionarsi con Pechino, il dialogo politico sia il presupposto anche del rapporto economico, poiché permette di individuare le priorità e le opportunità in questo campo. La Cina non deve essere vista solo come un fondamentale partner economico, ma gradualmente deve diventare anche un alleato sulle maggiori tematiche internazionali dove i nostri interessi sono convergenti (lotta alla pirateria; contrasto al terrorismo; sviluppo dell'aerea mediterranea e africana; visione comune sulla riforma delle Nazioni Unite).

1.1 *Rapporti Cina-Italia*

Le numerose visite istituzionali italiane in Cina e cinesi in Italia, che si sono avute nel corso degli ultimi tre anni, testimoniano di questo interesse reciproco a rinsaldare ulteriormente il rapporto bilaterale, che dal 2004 abbiamo definito di “partenariato strategico”. Vorrei soltanto ricordare che il presidente Monti nella sua visita in Cina alla fine di marzo 2012 invitò entrambi i Paesi a realizzare un “salto di qualità” nelle relazioni bilaterali, sia facendo tesoro dei traguardi raggiunti nel campo dell'interscambio commerciale, sia promuovendo, da un lato, un'ulteriore integrazione economica alimentata da un flusso bidirezionale di investimenti, dall'altro, un più solido dialogo politico.

Avendo ciò a mente, il Governo italiano ha dato priorità all'azione di attrazione in Italia di studenti, imprenditori e turisti cinesi. Cito solo un numero: nel corso del 2012 la rete consolare italiana in Cina ha emesso più di 300.000 visti (erano solo 100.000 nel 2010) collocando l'Italia al primo posto tra i Paesi dell'Unione Europea in termini di visti rilasciati in Cina. Tale politica ha favorito il miglioramento dello standing dell'Italia quale Paese di destinazione del turismo cinese, e ha permesso agli atenei italiani di ricevere un numero crescente di studenti cinesi.

Anche dal mondo cinese degli affari sono giunti riscontri molto positivi. La Cina è già il terzo partner commerciale dell'Italia, e l'obiettivo (annunciato dall'ex premier Wen Jiabao nella sua visita del 2010), di raggiungere gli 80 miliardi di dollari di interscambio entro il 2015, è più che mai a portata di mano. Al solido interscambio commerciale, che l'Italia è impegnata a riequilibrare, è stata affiancata una politica di attrazione degli investitori cinesi e un crescente coordinamento del sistema economico italiano in Cina.

Il mercato cinese richiede infatti alle imprese italiane una presenza attiva nel territorio e la dimostrazione dell'affidabilità della struttura organizzativa. Le aziende italiane talvolta scontano ancora difficoltà legate a un approccio

al Paese a volte poco sistematico, cui si cumulano difficoltà specifiche locali, come quelle legate a un sistema giuridico ancora non pienamente efficiente, anche sul sensibile fronte della tutela della proprietà intellettuale.

La Cina costituisce un importante mercato di sbocco per i prodotti italiani: è il primo mercato per quasi tutti i comparti delle tecnologie della produzione; lo sarà sempre di più anche per i beni di consumo, che nel Paese del Dragone fanno registrare elevati tassi di crescita, pur se in lieve calo rispetto a quelli dello scorso anno.

Nei rapporti con la Cina, si è aperta una nuova finestra di opportunità per l'Italia: un treno che, a mio avviso, questa volta – a differenza del passato – non possiamo permetterci di perdere. È una sfida che deve tener conto della grande competizione sul mercato locale e della circostanza che i maggiori margini di profitto si raccolgono oggi non più a Pechino, Shanghai e Canton, o comunque nelle province costiere, bensì nelle aree interne (in ossequio alla politica, ribadita dal Dodicesimo Piano Quinquennale, del cosiddetto “Go West”), come pure nelle città di terza e quarta fascia. È una tendenza che le istituzioni italiane stanno assecondando (con l'apertura di un Consolato Generale anche a Chongqing, municipalità autonoma del sud-ovest della Cina, di 30 milioni di abitanti, fulcro delle attività economiche di quella regione).

Lo stretto rapporto economico-commerciale non può prescindere, tuttavia, dal dialogo culturale.

In questo campo l'Italia ha un forte vantaggio comparativo. Gli italiani sono, agli occhi dei cinesi, i detentori e gli interpreti di una civiltà e di una cultura millenarie in grado di rivaleggiare, per antichità, continuità storica, sofisticatezza e ricchezza, a quella dell'Impero Cinese.

1.2 *Panorama economico attuale*

I contraccolpi della crisi economica mondiale hanno prodotto effetti anche sull'economia cinese i cui indicatori confermano che il 2012 si è concluso, come già riportato, con un tasso di crescita pari al 7,8%, il valore più basso degli ultimi dieci anni.

La crescita economica del paese con il relativo aumento del reddito pro-capite ha tuttavia ampliato enormemente le dimensioni del mercato per molti beni di consumo, ponendo nuove sfide in termini di marketing, offerta, distribuzione e competizione. La concorrenza locale costituisce oggi una delle principali sfide per le società estere che operano sul mercato cinese e può incidere in maniera significativa sui margini di profitto.

In generale riteniamo di poter essere moderatamente ottimisti rispetto allo stato di salute complessivo dell'attuale economia cinese. Il Governo sta affrontando sfide provenienti sia da un'economia globale relativamente debole, sia da questioni interne, come inflazione, crescita della bolla immobiliare e rallentamento nella produzione industriale. Una crescita meno rapida non significa, tuttavia, una crescita lenta. L'economia cinese continuerà a crescere almeno con il menzionato target del 7,5% annuo.

Ciò che piuttosto riteniamo importante sottolineare, e su cui le imprese italiane dovranno concentrare la loro attenzione, è che l'ambiente in cui si troveranno a operare sarà in continuo cambiamento, con l'aumento dei costi, la scarsità di risorse umane e il protezionismo, elementi che porranno una seria sfida alla redditività delle imprese straniere nel 2014. Insieme alla crescita dei salari, l'aumento dei costi di quasi tutti i fattori produttivi sarà il principale motore di questo incremento.

L'apprezzamento del RMB, la rivalutazione di terreni e immobili, una modifica degli incentivi fiscali all'export e alla localizzazione, l'aumento dei prezzi delle materie prime, i costi ambientali e l'inflazione continueranno a contribuire all'aumento dei costi complessivi. La crescita economica varierà anche significativamente, a seconda delle aree geografiche, e ciò comporterà nuove sfide per le imprese a partecipazione estera, come già detto, soprattutto con riferimento alle zone più interne.

In tale contesto, le imprese meno competitive sia cinesi che straniere soffriranno di più, in considerazione di una crescita economica che è selettiva e non più indiscriminata. Per realizzare operazioni di successo in Cina saranno necessari non solo investimenti in termini di capitali e di risorse umane, ma anche gestioni operative d'eccellenza.

Certamente il Governo centrale condurrà la sua politica economica in accordo con le linee guida nel Dodicesimo piano quinquennale, con temi chiave quali il continuo processo di urbanizzazione, la creazione di una società armoniosa e la trasformazione del modello di crescita economica verso una sostenibilità di lungo termine, tutti temi che si pongono direttamente in correlazione, e anzi ne costituiscono le premesse essenziali, al tema dello sviluppo del settore agroalimentare.

2. NUOVO ORIENTAMENTO: LA POLITICA DI XI JINPING

«Il popolo cinese desidera che i suoi figli possano crescere in modo sano, avere un buon lavoro e poter condurre una vita più felice. Far sì che tutto ciò possa

diventare realtà è la nostra missione». Questa la promessa fatta al popolo cinese dal nuovo presidente Xi Jinping, durante il primo discorso pubblico. La nuova *leadership* dovrà riuscire, passo dopo passo, nell'intento di continuare l'edificazione della "società armoniosa" avviata da Hu Jintao e Wen Jiabao nel 2004 e mantenere al contempo una Cina in forte crescita.

Xi Jinping, eletto il 14 marzo 2013, ricopre, sin dal 15 novembre 2012, la carica di segretario generale del Partito Comunista Cinese. La sua nomina avvenne al termine del XVIII Congresso del partito comunista del 2012. In tale occasione venne anche eletto capo della Commissione militare centrale.

Il forte sostegno e l'ampia omogeneità del gruppo all'interno del Comitato permanente conferiscono al nuovo presidente grande capacità di manovra e allo stesso tempo gli offrono la possibilità di emergere come "comandante in capo" molto più velocemente di quanto sia stato possibile per Hu Jintao.

Potremmo però dire che rispetto al suo predecessore, Xi ha avuto già prima della sua nomina una certa visibilità internazionale. Avendo ricoperto la carica di vicepresidente fin dal 2008, ha effettuato non pochi viaggi all'estero, tra cui la visita più importante – per così dire – di "presentazione", in qualità di leader-in-waiting, è stata quella negli Stati Uniti, a metà febbraio 2012, alla quale la stampa mondiale prestò molta attenzione.

Xi Jinping appare ben conscio dei problemi che la Cina deve affrontare e tra essi ha già dettato una serie di priorità cui ha cominciato a dedicarsi già all'indomani della sua nomina. In ambito interno, il "sogno cinese" sembra essere la formula più adatta a esprimere l'obiettivo di risolvere i problemi della Cina mediante la realizzazione di maggiore giustizia sociale, minore corruzione, condizioni più agiate e una vita migliore per la maggior parte della popolazione compresa la sicurezza alimentare.

Sono molte e complesse le riforme che attendono il paese: oltre alle impellenti riforme sociali, sono da auspicare trasformazioni economiche strutturali dei settori bancario e finanziario e quelle che modifichino lo stesso modello di sviluppo, nel tentativo di convertirlo da un'economia fortemente orientata alle esportazioni verso un sistema indirizzato a una maggiore espansione del mercato e dei consumi interni. La capacità di intervento di Xi Jinping dipenderà dall'autorità che riuscirà a consolidare per spingere in direzione progressista un Comitato permanente tradizionalmente arroccato su posizioni conservative.

Nella società cinese, le spinte liberali, che all'inizio del 2012 hanno fortemente influito in favore delle riforme, si stanno nuovamente facendo sentire. Sostengono Xi Jinping auspicando che si dimostri come valido erede di Deng Xiaoping e del suo spirito riformatore, necessaria, speranza di rinnovamento

del paese. E questa è l'immagine che lo stesso neo-segretario sta offrendo; una rappresentazione che appare rafforzata anche da una indubbia e progressiva riduzione dell'influenza del suo predecessore sulla scena politica.

2.1 *Il Dodicesimo piano quinquennale: la crescita economica sostenibile*

Le linee guida dello sviluppo economico cinese sono state annunciate nel XII Piano Quinquennale del 14 marzo 2011: in primo luogo dare maggior sostenibilità alla crescita nel lungo periodo, ricorrendo a riforme strutturali in grado di correggere le più gravi distorsioni. A questo scopo si deve passare dall'attuale sistema di sviluppo, basato su esportazioni e investimenti pubblici, a un'economia maggiormente orientata sui consumi interni.

Il Piano prevede anche la ristrutturazione delle industrie, con maggiori investimenti in innovazione e ricerca, in particolare nel settore manifatturiero, attualmente caratterizzato da alta intensità di manodopera, da una produzione a basso costo e da un livello tecnologico medio-basso.

Uno sguardo attento va sicuramente rivolto alla corruzione, alla cui lotta Xi Jinping ha attribuito la massima priorità nel timore che la rabbia popolare possa mettere in dubbio l'autorità del Partito e dello Stato, come accaduto anche in occasione di alcuni scandali alimentari. Il governo cinese è inoltre chiamato a ridurre ulteriormente le disparità tra città e campagne, e allo stesso tempo a sostenere una maggiore spesa da parte delle famiglie cinesi. Infatti, la mancanza di un'efficace rete di sicurezza sociale ha rafforzato la tendenza del popolo cinese ad accumulare risparmi cui poter attingere in caso di emergenza.

3. LE CARATTERISTICHE DEL MERCATO CINESE: OPPORTUNITÀ PER L'INVESTITORE STRANIERO

Nonostante la crisi economica mondiale, la Cina ha continuato a mantenere un saldo positivo di vendite, esportazioni e importazioni.

I modelli di consumo si sono allineati ai più avanzati modelli occidentali e il mercato sta passando da un'economia di produzione in stime quantitative a un'economia di produzione qualitativa. Si tratta di un cambiamento dovuto anche alla crescente consapevolezza dell'importanza della salute e alla crescente domanda di sicurezza alimentare.

Al fine di garantire una migliore stabilità in materia di investimenti esteri, il governo cinese ha varato, sin dal 1995, il Catalogo Nazionale degli inve-

stimenti stranieri. Tale testo, emanato congiuntamente dalla Commissione Nazionale per lo Sviluppo e le Riforme e dal Ministero per il Commercio, emendato da ultimo nel 2012, rappresenta uno dei principali documenti di attuazione del vigente Piano Quinquennale.

Il Catalogo si struttura in maniera schematica in tre macrocategorie: investimenti incoraggiati; investimenti ristretti; investimenti proibiti. I tipi di investimento non espressamente contemplati sono da considerarsi permessi. L'appartenenza di un investimento a una di queste macrocategorie incide su fattori quali: il livello dell'autorità statale competente ad approvare il progetto (di solito a livello di Governo centrale per i progetti ristretti), la partecipazione dell'agenzia governativa di settore nella fase di approvazione del progetto nonché la necessità o meno della partecipazione di un socio cinese.

Molti dei settori di investimento menzionati nel Catalogo, tra i quali ad esempio l'agricoltura, sono considerati in tutte e tre le macrocategorie, ma in riferimento ad attività differenti. A titolo esemplificativo, all'interno del settore agricolo è "incoraggiata" la coltivazione del caffè, "ristretta" quella del cotone e "proibita" quella dei prodotti transgenici (OGM).

Inoltre, la Cina si è dotata di un altro Catalogo per gli investimenti stranieri: il Catalogo per le aree centro-occidentali, del 10 giugno 2013, confermando in tal senso quanto sopra ricordato in merito all'importanza cui sono assunte le province più interne. Tale secondo testo è strutturato su base provinciale, coprendo la quasi totalità della Cina continentale. In linea con le politiche delineate nel Dodicesimo Piano Quinquennale, esso mira al supporto delle industrie maggiormente colpite dalla crisi finanziaria; si ispira al principio del vantaggio comparato, come risulta evidente nell'accento posto sulle industrie delle zone centro-occidentali e su quelle che utilizzano risorse locali; attribuisce priorità alle industrie con un maggiore impatto sull'economia locale.

Il Catalogo nazionale e il Catalogo relativo alle aree centro-occidentali costituiscono delle vere e proprie guide per tutti coloro che vogliano investire in Cina, individuando non solo i settori ma anche le condizioni a cui l'investimento può avere luogo.

Dalla lettura di tali testi emerge in maniera evidente come grandi opportunità si presentino all'investitore straniero sia nell'ambito della produzione, distribuzione e vendita di prodotti agroalimentari (in tale ambito non può non menzionarsi l'impressionante incremento nel consumo di vino così come di molti altri prodotti rientranti nel cosiddetto *made in Italy*, a cui il consumatore cinese riconosce da tempo la caratteristica di prodotti salutari), sia in quello legato allo sfruttamento a livello industriale della tecnologia volta

a garantire sicurezza e qualità dell'intero processo produttivo e distributivo degli alimenti.

Di seguito, pertanto, delinearò taluni aspetti di carattere giuridico rilevanti nell'ambito di un processo di penetrazione del mercato cinese da parte di un investitore straniero e in particolare italiano, evidenziando quali possano essere gli aspetti di maggiore criticità con riferimento al settore agroalimentare.

4. IL SETTORE AGROALIMENTARE: FONTI NORMATIVE E INVESTIMENTI STRANIERI

Il 2 febbraio 2009 la Direzione generale del Consiglio degli Affari di Stato ha pubblicato l'Avviso di rettifica al Piano della Sicurezza Alimentare annunciando l'obiettivo di «migliorare le norme di gestione della sicurezza alimentare, implementare i sistemi di controllo sulle materie prime tramite la richiesta di esibizione di certificati e fatture al fine di risalire all'intero processo di produzione; migliorare l'attività di ispezione e collaudo; effettuare rigidi controlli su quei prodotti alimentari e rimuovere dal mercato quei prodotti alimentari non conformi agli standard fissati dai singoli produttori. Il Governo deve, altresì, implementare le politiche e le misure pertinenti, attraverso l'adozione di disposizioni amministrative, di disposizioni per la certificazione e di altre disposizioni idonee ad incoraggiare e guidare le imprese nell'adozione di regole avanzate di gestione della sicurezza».

Il legislatore, sotto la spinta del Governo centrale e per far fronte agli scandali che hanno scosso il mercato e messo in pericolo la salute pubblica, ha dunque elaborato in questo ambito un nuovo, importante corpus di leggi recanti la disciplina di una materia così sensibile, abrogando contestualmente la normativa precedente.

Tale normativa trova il suo testo cardine nella Legge sulla sicurezza alimentare del 2009. A essa è strettamente collegata un'ampia normativa di dettaglio di cui menziono a titolo esemplificativo i seguenti testi:

- il Regolamento attuativo della Legge sulla sicurezza alimentare della Repubblica Popolare Cinese emanato dal Consiglio degli Affari di Stato il 20 luglio 2009;
- i Criteri di gestione delle nuove varietà di additivi per alimenti emanati dal Ministero della salute il 30 marzo 2010;
- le Disposizioni per la disciplina della produzione di additivi alimentari, promulgate dal Dipartimento nazionale per la supervisione della qualità, dell'ispezione e della quarantena il 4 aprile 2010;

- il Regolamento sulle licenze industriali per la produzione alimentare della Repubblica Popolare Cinese (*Zhonghua renmin gongheguo shipin shengchan xuke guanli banfa*) emanato dal Dipartimento nazionale per la supervisione della qualità, dell'ispezione e della quarantena, il 7 aprile 2010;
- gli Standard per l'utilizzo degli additivi alimentari, emanati dal Ministero della salute della Repubblica Popolare Cinese il 20 giugno 2011.

La disciplina contenuta nella legge quadro del 2009 appare volta ad affrontare i problemi emersi anche da numerose segnalazioni internazionali nonché a soddisfare più in generale le richieste provenienti dall'Unione Europea e dall'Organizzazione Mondiale del Commercio relativamente alla tutela dei consumatori e del libero scambio di prodotti alimentari.

Più di recente, la necessità di contrastare una vera e propria emergenza nazionale, come nel caso del latte contaminato dalla melanina (2007) e della pasta contaminata da inchiostri di miscelazione e da cere impiegate come additivi (2011) ha fatto registrare, accanto alla iniziale finalità di garantire ai prodotti cinesi un agevole sbocco sui mercati esteri, un progressivo, crescente interesse per l'acquisizione dall'estero di tecnologia volta a garantire la sicurezza alimentare e la qualità di cibi e bevande consumate in territorio cinese.

Spinto da tale incombente necessità, il legislatore ha conferito all'espressione "sicurezza alimentare" contenuta nella Legge del 2009 un'accezione ampia, in grado di garantire il consumatore rispetto alla fase di produzione, di lavorazione, di confezionamento e di distribuzione degli alimenti. Si pensi ad esempio ai ferrei limiti previsti per l'impiego di additivi e alla articolata normativa in materia di etichettatura e imballaggio. In tal senso la uniforme disciplina nazionale è destinata a essere applicata a tutti gli operatori, cinesi e stranieri.

L'articolato complesso di norme vigenti attualmente in tale settore e l'esperienza maturata, inducono a identificare come segue i profili di maggiore difficoltà incontrati dalle imprese italiane operanti nel settore agroalimentare sul mercato cinese:

1. l'ottenimento delle certificazioni richieste dalle competenti autorità sia per l'immissione sia per la commercializzazione dei prodotti sul territorio;
2. la vastità del territorio;
3. l'impiego di ingenti risorse per marketing e pubblicità;
4. la formazione del personale addetto alle vendite;
5. l'individuazione di un corretto modello di distribuzione dei prodotti.

Non va peraltro sottovalutato in tale contesto che, in considerazione del maggiore sostegno e della protezione fornita dal Governo alle imprese nazionali, le aziende cinesi sono divenute forti concorrenti per quelle a partici-

zione straniera. In tale contesto diventano rilevanti diversi profili operativi, ognuno dei quali può assumere il ruolo di fattore chiave per il successo di un'attività imprenditoriale: approvvigionamento, logistica, processi produttivi, eventuale ristrutturazione della produzione e distribuzione.

Inoltre, l'ampio ventaglio di soluzioni normative che si offrono all'investitore straniero per fare ingresso in tale mercato gli consente di scegliere da un semplice contratto di distribuzione alla più complessa costituzione di una società a capitale parzialmente o totalmente straniero, a seconda dei vincoli imposti.

5. IMPORTAZIONE DI PRODOTTI ALIMENTARI IN CINA

Per quanto riguarda l'importazione di prodotti alimentari, la normativa, per quanto frammentaria, in sostanza impone all'investitore straniero di uniformarsi agli standard locali. Si pensi ad esempio alla normativa in materia di etichettatura dei prodotti alimentari. Ai sensi dell'art. 66 della Legge sulla sicurezza alimentare, il prodotto deve fare ingresso in Cina con un'etichetta che sia conforme: (i) alle Norme Generali per l'Etichettatura dei prodotti alimentari pre-confezionati; (ii) allo Standard Generale per l'etichettatura dei prodotti alimentari pre-confezionati per particolari usi dietetici; (iii) e all'Avviso n. 123/2009 emanato dall'Amministrazione per il Controllo e la quarantena relativo all'etichettatura e all'ispezione dei cibi e delle bevande importati.

La legge identifica in un apposito catalogo tutte le merci che devono essere sottoposte alla procedura di ispezione e quarantena. Verificata la conformità delle merci con i criteri di cui all'art. 62 della Legge sulla sicurezza alimentare, l'esportatore straniero può procedere allo sdoganamento. L'ammontare dei dazi doganali varia a seconda del (i) valore, (ii) delle spese di trasporto e dei costi associati con il trasporto, e (iii) del costo di assicurazione, pagata prima dell'ingresso della merce nel territorio della Repubblica Popolare Cinese.

6. E-COMMERCE NEL SETTORE AGROALIMENTARE

In linea con le riforme volte a rendere omogeneo il livello di sviluppo delle regioni interne a quelle costiere, ritengo necessario riportare qualche breve informazione in merito all'e-commerce quale ulteriore "strumento" cui può far ricorso l'investitore straniero anche in ambito di distribuzione di prodotti

agroalimentari. Il Governo centrale, infatti, ha individuato nello sviluppo di internet lo strumento idoneo a collegare aree lontane della Cina.

Con particolare riferimento al commercio *online*, negli ultimi anni il numero di utenti di internet è aumentato di circa venti volte, siti cinesi quali Alibaba (www.alibaba.com), Vancle (www.vancle.com) o Tao Bao (www.tao-bao.com) sono diventati tra i più utilizzati in Cina e nel mondo, mettendo in ombra i loro equivalenti occidentali quali *E-bay* o *Amazon*.

I consumatori cinesi sono sempre più attratti dal fare acquisti *online* e il recente scenario di crisi finanziaria globale non sembra aver avuto effetti sulla crescita del fatturato del commercio elettronico. Tale crescita, tuttavia, non è avvenuta solamente in una dimensione quantitativa, dal momento che anche la qualità e la varietà dei siti sui quali i consumatori cinesi (e, in misura crescente, stranieri) possono effettuare acquisti sono aumentate. Oltre a un certo numero di piattaforme di commercio elettronico, alcuni dei più importanti marchi del settore *retail* stanno investendo fortemente nello sviluppo di canali di vendita *online* autonomi attraverso i propri siti internet.

Tramite la rete, infatti, nel giro di pochi anni, sarà possibile per gli investitori stranieri raggiungere le città di seconda e terza fascia che costituiranno, per il futuro, il target primario. Dal punto di vista del consumatore, le potenzialità dell'e-commerce sono identificabili nei seguenti fattori:

- comodità (poter fare acquisti on-line da casa o dal posto di lavoro);
- agevole accessibilità a una vastissima varietà di prodotti;
- prezzi competitivi.

Diversamente, in tale ottica, le criticità sono connesse:

- all'affidabilità del venditore;
- all'autenticità dei prodotti (siano essi prodotti del lusso, alimentari o dell'elettronica).

Tutto ciò interessa molto da vicino la distribuzione di prodotti agroalimentari. In tale ambito, l'investitore straniero non potrà prescindere dal conseguimento delle licenze necessarie e dalla lettura delle fonti normative che disciplinano la materia.

In Cina, per vendere on-line è necessario costituire una società il cui oggetto sociale comprenda la "vendita al dettaglio" oppure la "vendita *online*". Inoltre, le opportunità per l'investitore straniero si dividono in:

- vendite on-line di prodotti propri (dove per "propri" si intende di proprietà);
- costituzione di una piattaforma *online* dove terzi possano aprire i propri negozi virtuali. Per la prima tipologia di vendita, l'imprenditore deve necessariamente avere un negozio "fisico" da utilizzare quale punto vendita o *showroom*. In tal caso, la presenza di uno o più negozi sul territorio assume

un valore fondamentale a fini commerciali assicurando il consumatore cinese, per sua natura diffidente, verso i prodotti stranieri.

Più complessa, invece, risulta essere la seconda tipologia di vendita. Il legislatore cinese definisce la vendita tramite piattaforma *online* come “*value-added telecoms services*” (VATS) per la cui realizzazione è necessaria:

- i) la costituzione di una di *joint venture* sino-straniera a maggioranza cinese;
- ii) la presenza di uno o più punti vendita dislocati sul territorio.

A tutt’oggi, il Governo cinese sembra restio a rilasciare le licenze necessarie per la vendita *online* (*Internet Content Provider* – ICP) a società sino-straniere. Per ovviare a ciò, molti imprenditori stranieri hanno infatti preferito stipulare accordi con società al 100% cinesi, titolari delle licenze necessarie che, tuttavia, vengono utilizzate dagli investitori stranieri in ossequio a quanto contrattualmente pattuito.

Valutando in concreto le potenzialità dell’e-commerce, l’approccio migliore sarebbe quello di utilizzare congiuntamente i due diversi canali di vendita.

Alla luce di quanto finora esposto, previa verifica del quadro regolamentare in costante cambiamento, le potenzialità dell’e-commerce nel settore agroalimentare sono rinvenibili nel rapporto costi-benefici, e pertanto l’impiego di tale strumento può trovare giustificazione quale primo tentativo di investimento volto a saggiare la risposta dei consumatori cinesi.

RIASSUNTO

Una delle mete prescelte dagli investitori stranieri che vogliano ampliare il proprio mercato è rappresentata dal mercato cinese. Spesso essi risultano non essere adeguatamente attrezzati per affrontare tale mercato in costante e rapida evoluzione. Le dinamiche e le caratteristiche proprie del mercato della Repubblica Popolare Cinese sono infatti profondamente mutate rispetto a quelle viste nei decenni passati.

L’aumento del potere d’acquisto e l’evoluzione degli stili di vita dei consumatori cinesi hanno modificato le richieste del mercato il quale risulta sempre più attento ai livelli qualitativi dei prodotti importati. In questo rinnovato contesto vengono così a collocarsi i prodotti *made in Italy* caratterizzati da elevati standard di qualità e sicurezza.

L’agroalimentare rappresenta uno dei settori più dinamici del *made in Italy* in Cina ed è il settore che ha confermato il più incoraggiante trend di crescita. Appare evidente che il mercato dei prodotti agroalimentari d’importazione, nonostante sia caratterizzato ancora da problematiche in tema di distribuzione, legislazione e forti variazioni fra il consumo urbano e rurale, offre certamente interessanti prospettive di crescita nel medio-lungo periodo.

La qualità dei prodotti italiani rappresenta il punto di forza per penetrare, in maniera efficace, il mercato cinese. Al fine tuttavia di cogliere al meglio le potenzialità del mercato, le aziende Italiane sono chiamate a potenziare maggiormente gli aspetti di promozione, marketing e comunicazione, investendo in questo mercato con interventi lungimiranti e di respiro pluriennale utilizzando tutte le forme di distribuzione

più avanzate e consone a soddisfare le esigenze del consumatore cinese, inclusa quella dell'e-commerce.

ABSTRACT

The Chinese market is one of the preferred destinations chosen by foreign investors who want to expand their business. Often, they are not adequately equipped to deal with such a market in constant and rapid evolution. The dynamics and characteristics of the market in the PRC have greatly changed over the last few years. The increase of purchasing power and the evolution of lifestyles of Chinese consumers have modified the requests of market which is increasingly attentive to the quality levels of imported products. In this new context, the products *made in Italy* characterized by high standards of quality and safety, are collocated.

In China, the food industry is one of the most dynamic sector within the so called *Made in Italy* and is the one that has confirmed the most encouraging growth trend.

It is clear that the market of food products imported into China, certainly provides significant growth prospects in the medium to long term, although it is still characterized by problems in terms of distribution, legislation, and strong variations between urban and rural consumption.

The quality of Italian products is the point of strength to penetrate, in an effective manner, the Chinese market. However, in order to further exploit the potential of the market, the Italian companies are called upon to enhance aspects of promotion, marketing and communication, investing in this market with far-reaching interventions using all forms of distribution more advanced and able to meet the needs of Chinese consumers, including that of e-commerce.

BIBLIOGRAFIA

AQSIQ: Agenzia governativa per la qualità dei prodotti. È un ufficio di amministrazione ministeriale sotto la diretta supervisione del Consiglio di Stato. È il responsabile e il supervisore nazionale per la qualità, la metrologia, il controllo di entrata e uscita delle merci, ingresso e uscita alla quarantena degli animali e vegetali, il diritto alla sicurezza alimentare dei prodotti importati ed esportati, certificazione e accreditamento, standardizzazione, e l'applicazione delle imposizioni di legge amministrative sia a livello nazionale e locale. Dispone di 19 dipartimenti sotto la sua autorità. I responsabili della sicurezza alimentare sono il Department of Supervision of Animal and Plant Quarantine, the Bureau of Food Safety for Imports and Exports, and the Department of Supervision of Food Production. (www.aqsiq.gov.cn);

CIQ: sono organi locali presenti nelle province, regioni autonome e municipalità, che rispondono e sono direttamente amministrate dall'AQSIQ. Sono preposti al controllo (i.e. rispondenza dei requisiti di qualità, di igiene, sanitari, di certificazione) dei prodotti all'arrivo di questi in Cina. (www.shciq.gov.cn);

- ELLEFSON W., LORNA Z., DARRYL S. (2013): *Improving Import Food Safety*, Wiley Blackwell, USA.
- FONDAZIONE ITALIA CINA: *Report 2013*, Elegraf, Milano.
- FORMICHELLA L., TOTI E. (2012): in *Leggi tradotte della Repubblica Popolare Cinese*, Vol. 6., *Legge sulla sicurezza alimentare della Repubblica Popolare Cinese*, Giappichelli, Torino, cfr. art. 66: *I prodotti alimentari preconfezionati importati devono recare etichette ed istruzioni in cinese. Le etichette e le istruzioni devono essere conformi alla presente legge e alle altre disposizioni di leggi e regolamenti amministrativi della Cina e ai requisiti degli standard nazionali per la sicurezza alimentare della Cina; devono riportare chiaramente il luogo di origine degli alimenti ed il nome, l'indirizzo e le informazioni di contatto dell'agente per il mercato interno. È vietato importare i prodotti alimentari preconfezionati privi di etichette o istruzioni in cinese o con etichette o istruzioni non conformi a tali disposizioni.*
- MANNING L.: Institute of Food Science and Technology, *Food and Drink – Good Manufacturing Practice*. Le GMP sono regole che descrivono i metodi, le attrezzature, i mezzi e la gestione della produzione per assicurarne standard di qualità appropriati. Tali regole sono utilizzate soprattutto in campo alimentare e farmaceutico;
- NCTM (2012): *Catalogo degli investimenti stranieri in Cina*, Elegraf, Milano.
- NARONTE G. (2008): *Food China: diritto alimentare, certificazione e qualità del cibo nella Cina*, Le Fonti, Milano.
- REGIONAL OFFICE FOR THE EASTERN MEDITERRANEAN CENTRE FOR ENVIRONMENTAL HEALTH ACTIVITIES, WORLD HEALTH ORGANIZATION (2008): *Manual Hazard Analysis and Critical Control Point Generic Models for Some traditional food*. L'Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) è un sistema di autocontrollo igienico che previene i pericoli di contaminazione alimentare. Tale sistema costituisce uno strumento teso ad aiutare gli operatori del settore alimentare a conseguire un più elevato livello di sicurezza. Il sistema è applicato a tutte le fasi della produzione e preparazione alimentare, comprese quelle di imballaggio e distribuzione;
- RIJK R., VERAAT R. (2010): *Global Legislation for Food Packaging Materials*, Wilvy-VCH Verlag GmbH&Co. KGaA, pp. 326 ss.
- TOTI E. (2011): *Elementi di diritto cinese. Parte speciale*, Scheda IV, Aracne, Roma: Equity Joint Venture: *Law of the People's Republic of China On Chinese Foreign Equity Joint Ventures* emanata il 1° luglio 1979, emendata il 4 aprile 1990 e il 15 marzo del 2001 e in vigore dalla medesima data e *Regulations for the Implementation of the Law on Sino-Foreign Equity Joint Venture*, adottato il 20 settembre 1983; emendato il 15 gennaio 1986, il 21 dicembre 1987 e il 22 giugno 2001 e in vigore dalla medesima data; Cooperative Joint Venture: *Law of the People's Republic of China on Chinese- Foreign Cooperative Joint Ventures*, emanata il 13 aprile 1988 ed emendata il 31 ottobre 2000 e in vigore dalla medesima data e *Rules for the implementing of the law of the PRC on Chinese-Foreign Contractual Joint Ventures* promulgato il 4 settembre 1995 e in vigore dalla medesima data; Wholly Foreign Owned Enterprise: *Law of the People's Republic of China on Foreign Capital Enterprises* emanata il 12 aprile 1986, emendata il 31 ottobre 2000 e in vigore dalla medesima data e *Rules implementing of the People's Republic of China on Foreign Capital Enterprises* emanato e in vigore dal 12 settembre 1990; *Company Law of the People's Republic of China* emanata il 29 dicembre 1993 ed emendata il 27 ottobre 2005 e in vigore dal 1° gennaio 2006.
- ZIMMERMAN M.J. (2010): *China Law Deskbook: A Legal Guide for Foreign-invested Enterprises*, Volume 1, American Bar Association, USA, pp. 565 ss.