



UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE  
FACOLTÀ DI ECONOMIA “GIORGIO FUÀ”

---

Corso di Laurea triennale in  
Economia e Commercio

**MADE IN ITALY IN CINA: ANALISI DELLE  
ESPORTAZIONI AGROALIMENTARI**

-

**MADE IN ITALY IN CHINA: ANALYSIS OF  
AGRI-FOOD EXPORTS**

Relatore:  
Prof. Alessia Lo Turco

Rapporto Finale di:  
Dalila Aquilanti

Anno Accademico 2019/2020

<b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>2</b>
<b>CAPITOLO 1: Le relazioni bilaterali tra l'Italia e la Cina</b>	
I.1 Rapporti economici e di cooperazione Italia-Cina.....	3
I.2 L'agroalimentare italiano.....	6
I.3 Esportare i prodotti eno-agroalimentari in Cina.....	8
I.4 Barriere d'ingresso al mercato cinese.....	18
<b>CAPITOLO 2: Le esportazioni agroalimentari dall'Italia alla Cina</b>	
II.1 L'export nell'ultimo decennio.....	19
II.2 L'impatto del Covid-19 sull'export agroalimentare.....	26
<b>CONCLUSIONI .....</b>	<b>29</b>
<b>SITOGRAFIA.....</b>	<b>31</b>

## INTRODUZIONE

L'obiettivo della presente tesi di laurea è quello di analizzare un quadro generale delle relazioni bilaterali tra l'Italia e la Cina, in particolare delle procedure di esportazione dei prodotti agroalimentari tra questi due paesi. Lo studio focalizza l'attenzione sui trend delle esportazioni in campo agroalimentare nell'ultimo decennio e indaga come l'emergenza sanitaria da Covid-19 ha impattato su di esse.

L'analisi nasce dalla necessità di voler indagare il rapporto di interscambio commerciale tra il nostro paese e quello cinese, in particolare i prodotti che quest'ultimo importa da noi, evidenziando il cambiamento dovuto alla pandemia diffusasi dapprima nel paese asiatico poi propagatasi a livello globale.

L'elaborato è strutturato in due parti: il primo capitolo tratta i rapporti economici, lo sviluppo commerciale e la cooperazione tra l'Italia e la Cina, analizza l'industria alimentare italiana e l'importanza del Made in Italy ed infine le pratiche di esportazione dei prodotti eno-agroalimentari. La seconda parte, invece, esamina lo scambio commerciale tra le due nazioni, inquadrando le esportazioni del settore nell'ultimo periodo e confrontando i dati riguardanti il 2019-2020 e l'impatto dell'epidemia su di essi.

## **Capitolo I**

### **LE RELAZIONI BILATERALI TRA L'ITALIA E LA CINA**

#### **I.1 RAPPORTI ECONOMICI E DI COOPERAZIONE ITALIA-CINA**

Le relazioni diplomatiche tra l'Italia e la Repubblica Popolare della Cina hanno ufficialmente inizio il 6 novembre 1970. A partire dall'instaurazione dei rapporti tra i due Paesi, il commercio bilaterale e le relazioni economiche hanno fatto passi da gigante, ampliando sempre di più i livelli di cooperazione.

La progressiva ascesa del Dragone negli ultimi decenni è certificata dall'incremento del suo peso, sia nell'economia che negli scambi globali.

L'Italia è uno dei 12 Paesi, membri dell'UE, ad aver aderito alla "Via della Seta", la rotta commerciale che ha connesso l'Asia centrale con l'Europa, un progetto lanciato da Pechino per mobilitare gli investimenti a livello mondiali. Ciò ha contribuito l'intensificarsi degli scambi commerciali, economici e culturali tra l'Italia e la Repubblica Popolare della Cina.

Nel 1990, la Cina rappresentava poco più del 4% del PIL globale e, nello stesso periodo, la sua quota sul commercio internazionale di beni e servizi era inferiore al 2%. Oggi tali quote hanno raggiunto, rispettivamente, le soglie del 19% e del 12%, facendo del Paese un colosso nonché uno dei principali attori del mondo. Questo risultato è stato reso possibile grazie al sostenuto ritmo di espansione dell'economia cinese, agevolato anche dal suo ingresso del paese nell'Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO) all'inizio del nuovo

millennio, precisamente nel 2001, ad un tasso medio annuo di crescita all'incirca del 10% tra il 1990 e il 2018.

Negli ultimi anni però si è assistito ad un progressivo rallentamento della performance dell'economia di Pechino con il 2018 che ha fatto segnare il ritmo più lento degli ultimi 28 anni.

L'Italia e la Cina mantengono da sempre buoni rapporti nel settore dell'economia e del commercio, infatti l'Italia è per volume d'affari, uno dei partner commerciali più importanti tra i paesi dell'Unione europea, il quinto della Cina.

Secondo i dati diffusi dal Ministero del Commercio della Cina, tra il 1979 ed il 2003, sono stati 2136 i progetti sviluppati dalle imprese italiane in Cina, corrispondenti ad un valore contrattuale totale di circa quattro miliardi di dollari.

Nel rapporto economico tra i due paesi va riconosciuta agli scambi tecnologici una posizione rilevante che intercorre tra essi: dal 1981 alla fine del 2003, Italia e Cina hanno siglato 2098 contratti sull'introduzione di tecnologie innovative, per un valore di quasi dieci miliardi di dollari.

Sin dal 2004 le relazioni diplomatiche tra l'Italia e la Cina sono inquadrare nel "Partenariato Strategico Globale", ampliando le collaborazioni bilaterali, sul piano politico, economico-commerciale o culturale, ma coinvolge anche la trattazione di tematiche globali, il rapporto UE-Cina e le questioni multilaterali. Questo rapporto è stato ulteriormente rafforzato il 23 marzo 2019 con la firma di tre Memorandum d'Intesa sul Commercio Elettronico, Startup e sulla Belt and Road

Initiative (BRI), ossia una collaborazione nell'ambito della "Via della Seta Economica" e della "Iniziativa per una Via della Seta Marittima del ventunesimo secolo" al fine di migliorare le relazioni economico-commerciali tra Italia e Cina. Tramite questo accordo si ha intenzione di riequilibrare la bilancia commerciale attraverso un maggior accesso al mercato cinese per i nostri beni, dall'agroalimentare al lusso, e per i nostri servizi, quindi all'eliminazione delle barriere esistenti al mercato cinese; l'incremento dell'export verso il mercato cinese; il coinvolgimento di aziende italiane per la realizzazione di progetti infrastrutturali lungo le Vie della Seta; inclusione dei porti italiani nelle rotte del commercio internazionale.

Sono stati poi costituiti strumenti che garantiscono una continuità al rapporto bilaterale in tutti i settori: il Comitato Governativo Italia-Cina, istituito nel 2004, di cui si terrà a Pechino la decima sessione nel 2020, è il principale strumento del Partenariato Strategico bilaterale che funge da cabina di regia del dialogo bilaterale; è dunque l'organismo di coordinamento delle relazioni bilaterali tra i due paesi ed ha anche un ruolo di supervisione ed orientamento riguardo a tutti i progetti e alle iniziative economiche che coinvolgono i due Stati; la Commissione Mista economica; il Forum culturale bilaterale e il Business Forum, inaugurato nel 2014.

## **I.2 L'AGROALIMENTARE ITALIANO**

L'Industria alimentare in Italia è seconda dopo quella metalmeccanica. Con un fatturato che nel 2017 si è attestato a quota 135 Miliardi di euro, essa si conferma comparto trainante dell'economia italiana. Essa è in grado di offrire al consumatore prodotti competitivi e garantiti in termini di sicurezza, gusto e qualità, rispondendo alle esigenze di un mercato in continua evoluzione e sperimentando con successo, nel rispetto della tradizione, le tecnologie più avanzate. L'industria alimentare compra e trasforma il 72% delle materie prime agricole nazionali. Insieme con l'agricoltura, l'indotto e la distribuzione, rappresenta l'elemento centrale del primo settore economico del Paese.

La filiera agroalimentare e il settore del food Made in Italy sono settori all'avanguardia, grazie allo sviluppo dei settori della tecnologia e dell'innovazione. Il cibo Made in Italy è considerato un'eccellenza a livello internazionale.

L'Industria, in particolare, è generalmente riconosciuta come l'ambasciatrice del Made in Italy nel mondo considerando che quasi l'80% dell'export agroalimentare italiano è rappresentato da prestigiosi marchi industriali.

Le esportazioni dell'industria alimentare sono dirette principalmente all'UE ma la Cina nell'ultimo decennio ha incrementato le proprie importazioni alimentari del +337%, aggiudicandosi il nono posto come cliente dell'Italia. I prodotti italiani maggiormente esportati sono i vini e gli spumanti, la frutta fresca e secca, gli

ortaggi, i legumi, la frutta, la pasta, i formaggi e latticini. Nel 2019 il vino è leader dell'export nazionale, con una quota del 20% sull'esportazione di prodotti trasformati. Per quanto riguarda l'esportazione in quantità di vini imbottigliati, l'Italia rimane prima assoluta nel mondo. Con un giro d'affari di 127 milioni di euro, il vino italiano è stato il prodotto più esportato in Cina nel 2018. Seguono il comparto lattiero-caseario con 33 milioni di euro e l'olio d'oliva con 27 milioni, che insieme valgono circa il 15% del fatturato agroalimentare italiano in Cina.

I dieci principali clienti dell'alimentare italiano coprono due terzi dell'export totale. I paesi emergenti stanno incrementando nettamente il loro peso nell'export italiano ma coprono ancora quote marginali, come ad esempio la Cina con l'1,1%.

Nel 2019 l'agroalimentare italiano in Cina ha toccato quota 476 milioni di euro, a fronte di importazioni cinesi in Italia per 666 milioni di euro. L'interscambio commerciale agroalimentare si è chiuso quindi a favore di Pechino per un valore di 190 milioni di euro lo scorso anno.



### **I.3 ESPORTARE PRODOTTI ENO-AGROALIMENTARI IN CINA**

#### I.3.1 Procedure doganali

Le imprese cinesi che possono importare i prodotti devono essere munite della licenza di commercio estero, rilasciata dal Ministero del Commercio Estero.

L'autorità di riferimento in materia doganale è la GAC (General Administration of Customs), ovvero l'Amministrazione Generale delle Dogane. Le procedure di sdoganamento all'importazione possono essere espletate presso l'ufficio GAC più vicino al punto di ingresso della merce o quello più vicino al luogo di destinazione per la merce importata.

#### I.3.2 Documenti di spedizione

I documenti di spedizione richiesti per l'esportazione dei prodotti sono: la dichiarazione doganale; la fattura commerciale, in tre esemplari, redatta in inglese e firmata dall'importatore; certificato di origine, redatto sul formulario comunitario; documenti aggiuntivi che possono essere richiesti per particolari tipi di prodotti; L'esportatore deve avere anche il contratto di vendita o la conferma d'ordine. Gli imballaggi in legno (casse di legno, gabbie, pallets) destinati alla Cina devono essere trattati e marchiati secondo la normativa NIMP n. 15.

#### I.3.3 Normativa del settore agroalimentare

La norma di riferimento in Cina per quanto riguarda la sicurezza alimentare è la Food Safety Law of the People's Republic of China e i relativi regolamenti di attuazione, approvati nel febbraio 2009, che si basa sui principi del White Paper

on Food Quality and Safety del novembre 2007, che prevede quattro dipartimenti: salute, agricoltura, controllo e supervisione della qualità.

Il CAAC (Certification and Accreditation Administration of China) è l'ente che rilascia le autorizzazioni in tema di certificazione/controllo della qualità e sicurezza alimentare. Il modello di riferimento è l'HACCP.

Di recente, sono state prese ulteriori misure in merito alla sicurezza alimentare.

I provvedimenti presi nei confronti delle aziende che non rispettano la normativa contemplano la pubblicazione in una lista pubblica e successivamente, in caso di una seconda violazione la loro chiusura.

Tutta la catena dal produttore al distributore del prodotto è ritenuta responsabile della qualità e sicurezza dell'intero ciclo produttivo. Anche l'agenzia di pubblicità è responsabile con il produttore in relazione ai requisiti del prodotto pubblicizzato.

Da un punto di vista amministrativo, l'importazione di prodotti alimentari in Cina dipende dall'Entry-Exit Inspection and Quarantine Bureau che ha il compito di controllare che i prodotti alimentari importati siano conformi alla normativa cinese ed il loro sdoganamento.

#### I.3.4 Etichettatura e registrazione dei prodotti alimentari

L'ente cinese AQSIQ, ovvero l'Amministrazione generale di supervisione di qualità, ispezione e quarantena della Repubblica Popolare Cinese, (General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China) deve approvare le etichette, relative ai prodotti o confezionati

e distribuiti in Cina, almeno 90 giorni prima dell'importazione o della vendita. I prodotti privi di etichetta, possono essere etichettati in Cina. Le etichette sulle singole confezioni del prodotto destinate alla vendita ai consumatori, devono essere in cinese e devono contenere, di norma, le seguenti informazioni: nome ed indirizzo del produttore e del distributore, numero di registrazione del produttore, denominazione esatta del prodotto, nome commerciale e marchio, composizione degli ingredienti compresi additivi, conservanti e coloranti, composizione degli elementi nutritivi, peso netto (e peso sgocciolato per i prodotti in un liquido) in grammi o kilogrammi o volume in millilitri o litri, istruzioni per la conservazione, data di produzione e di scadenza, numero di lotto, paese d'origine, nominativo e indirizzo dell'importatore/distributore.

La normativa regolamenta anche il colore, la forma ed i caratteri da usare sull'etichetta, che devono essere in contrasto con lo sfondo e deve essere redatta in cinese mandarino (cinese semplificato); solo i marchi registrati possono essere scritti anche nella lingua originale.

Eventuali informazioni in lingue straniere devono corrispondere esattamente a quelle espresse in lingua cinese; sono ammesse pure informazioni delle lingue delle minoranze etniche cinesi, purché sia rispettato quanto sopra indicato.

I prodotti privi di etichetta e/o istruzioni in lingua cinese non possono essere importati. Inoltre, l'etichetta non deve separarsi dal contenitore del prodotto e

deve restare leggibile fino al momento dell'acquisto da parte del consumatore finale.

Il simbolo QS (Quality and Safety), ossia qualità e sicurezza, sull'etichetta può essere apposto solo dalle aziende a cui le autorità cinesi hanno rilasciato una particolare licenza. Messaggi falsi, non conformi o esagerati non sono permessi.

In conclusione, al fine di esportare un prodotto alimentare in Cina, è necessario che i prodotti vengano registrati ed occorre produrre i seguenti documenti: la licenza commerciale del produttore (italiano) e dell'importatore (cinese), il certificato di origine, il diagramma di flusso del processo di lavorazione, il certificato sanitario del prodotto se necessario, le campionature del prodotto per i test e la scansione delle etichette.

L'approvazione e la registrazione delle etichette, di obbligo in lingua cinese, viene effettuata presso l'AQSIQ; generalmente le procedure vengono avviate dall'importatore cinese. Il prodotto, all'arrivo in dogana, viene controllato dalla China Inspection and Quarantine. In caso di esito favorevole, la CIQ emette un certificato di ispezione attestante la conformità del prodotto alle norme cinesi "Label approved". In caso di esito negativo, invece la CIQ può ordinare la distruzione o il ritorno del prodotto all'esportatore. In questo caso viene emessa una dichiarazione di reso.

La registrazione di una marca in Cina non è un requisito cogente per l'esportazione, ma consigliabile per avviare una esportazione continuativa e

prevenire che altri registrino il marchio. Infatti, la Cina è uno dei Paesi firmatari del Convegno di Parigi e dell'Accordo di Madrid (per la registrazione simultaneamente dei marchi nei Paesi aderenti) ma, al contempo, consente la protezione di un marchio solo se questo è registrato presso in Cina.

#### I.3.5 Pratiche per esportare: vino, salumi, formaggi/latticini, olio e dolci

In Cina il vino ha grandi potenzialità sia in termini di esportazione sia per quanto riguarda la crescente qualità e quantità della produzione locale. La quota di mercato del vino italiano in Cina, soprattutto quello in bottiglia è in costante aumento.

I dazi doganali sul vino sono stati radicalmente ridotti favorendo quindi la crescita vertiginosa dell'importazione, ampliando quindi la conoscenza del prodotto, ma al contempo, per favorire l'industria nazionale, sono state aumentate le barriere non tariffarie. Le misure non tariffarie per l'ingresso del prodotto in Cina prevedono: l'etichettatura (la contro-etichetta, l'etichetta sul retro della bottiglia, interamente tradotta in lingua cinese e sostituire quella originale), la tipologia di vino, il volume espresso in millimetri, il contenuto di alcol in termini percentuali, il contenuto di zucchero ed il rispetto della normativa relativa agli imballaggi in legno.

Gli esperti raccomandano di apporre sull'etichetta/contro etichetta o su documentazione poste in una etichetta a parte anche, sia pur non vincolanti, anche l'autorizzazione (numero di licenza di produzione e di imbottigliamento

dell'impresa produttrice o imbottigliatrice) e le modalità relative al consumo (consigli inerenti il consumo, quantità da consumare, effetti indotti da consumo eccessivo, valori calorici e nutritivi).

L'importatore deve essere in possesso della licenza di commercio estero concessa dal Ministero del Commercio estero e della cooperazione economica.

Al fine dell'approvazione da parte dell'AQSIQ del prodotto è necessario inviare, oltre ai documenti sopra indicati, il certificato di origine, il certificato di analisi, la licenza di esercizio della cantina, il certificato di idoneità sanitaria rilasciato dall'organo competente del Paese di origine.

Per quanto riguarda i salumi, la conservazione della carne, ed in particolare di quella di maiale, è una preparazione conosciuta ed apprezzata dai cinesi anche se la lavorazione della carne di maiale in Cina ha caratteristiche e metodi di preparazione molto diversi da quelli della gastronomia italiana. Nonostante ciò, i prodotti della norcineria italiana sono tra quelli di importazione più apprezzati perché più affini ai gusti cinesi dato il loro gradimento per i sapori salati, forti e piccanti.

Per l'esportazione di prodotti a base di carne suina stagionati, dato che sono state pubblicate delle "Liste ufficiali", deve essere predisposta la documentazione prevista per l'iscrizione nelle liste di abilitazione all'esportazione di alimenti di origine animale. La documentazione deve essere corredata dal "Verbale di sopralluogo per l'accertamento dell'idoneità strutturale ed igienico sanitaria degli

stabilimenti”. Deve essere, inoltre, predisposta della documentazione aggiuntiva come definita nelle note, del 2007 e 2009, del Ministero della salute alla sezione “Procedura per la presentazione delle domande di iscrizione in liste di abilitazione all'esportazione di alimenti”. La documentazione aggiuntiva è stata definita a seguito della sottoscrizione con le autorità cinesi dei protocolli sanitari che stabiliscono i requisiti sanitari da applicare alle carni suine stagionate e trattate termicamente destinate all'esportazione dall'Italia verso la Cina.

Sulla base di tali protocolli si è poi giunti a concordare con AQSIQ (Amministrazione Generale per la Supervisione della Qualità, l'Ispezione e la Quarantena della Repubblica Popolare Cinese) il modello di certificato sanitario da utilizzare. In tali documenti sono definiti anche i requisiti per: i suini da macello, per i macelli e gli stabilimenti per la lavorazione, per i prosciutti crudi stagionati, ed i requisiti di etichettatura.

Ulteriori indicazioni sono state poi fornite in merito alla certificazione integrativa richiesta dalle Autorità cinesi in merito all'assenza di segni clinici dell'influenza A/H1N1 (influenza suina) nell'allevamento di origine e durante l'ispezione ante-mortem. Il format del Certificato ufficiale veterinario per le carni suine stagionate destinate all'esportazione nella Repubblica Popolare Cinese è reperibile presso il sito del Ministero della salute sezione Sicurezza Alimentare.

L'industria lattiero-casearia presenta delle prospettive di crescita significative in Cina. Nonostante i latticini e i derivati non facciano parte della tradizionale dieta

cinese (che apprezza il formaggio di soia – tofu), anche a causa di un deficit di enzimi nella popolazione di alcune aree che non riesce, conseguentemente, a ben metabolizzare il prodotto, i consumatori cinesi stanno apprezzando tali prodotti anche in relazione alla tendenza a variare e migliorare la propria dieta alimentare. In particolare, sono apprezzati il latte e lo yogurt, mentre i formaggi presentano un mercato limitatissimo. La cultura alimentare è infatti molto distante dall'abituale consumo di formaggi e si sta lentamente modificando con l'aumento dei ristoranti occidentali nelle città. Non sono stati individuati particolari adempimenti per l'esportazione di formaggi e latticini in Cina, neanche dalla consultazione di fonti ufficiali; si consiglia di approfondire con l'importatore e di allegare alla documentazione il certificato sanitario.

Per quanto riguarda l'olio, in particolare l'olio di oliva è un prodotto in grande espansione sul mercato cinese soprattutto per la fascia più benestante di consumatori che sta orientando le proprie abitudini alimentari verso una dieta più semplice (condimenti a crudo per verdure e pesce, minori grassi, sistemi di cottura più semplici e veloci con conseguente riduzione della tradizionale frittura cinese che fa ampio ricorso ad olio di semi), a scapito degli olii di semi (arachide, soia e mais più diffusi). Il trend di importazioni è quindi in continua crescita.

L'ostacolo alla diffusione del prodotto è rappresentato dal suo elevato costo (di norma dieci volte superiore al costo di olio commestibile locale) e dalla difficoltà che hanno i consumatori cinesi a scegliere tra la varietà di oli di origine vegetale



proposti. La produzione locale è inesistente e quindi l'olio di oliva è un prodotto che viene identificato esclusivamente con la provenienza estera, anche se, di norma, il consumatore non è in grado di individuare significative differenze in base al paese di provenienza del prodotto, nonostante al prodotto italiano sia associato, di norma il top della gamma, con un conseguente impatto anche sul prezzo di vendita.

Nel 2012 c'è stata una maggiore attenzione da parte delle dogane cinesi sulle importazioni dell'olio di oliva italiano, a causa della presenza sul mercato cinese di prodotti che non contenevano, nonostante commercializzate in Italia, olio di oliva Made in Italy, ma provenivano da miscele di diversa origine. Non sono stati individuati particolari adempimenti per l'esportazione di olio di oliva in Cina.

Per la categoria dolciumi distinguiamo i prodotti da forno e il cioccolato.

I prodotti da forno, considerando l'ampia gamma (secchi, pasticceria, merendine, snack, prodotti dietetici, per intolleranti, ecc.) presentano una domanda potenziale enorme ed hanno ottenuto grande successo in termini di volumi di vendite, anche se non fanno parte della tradizione gastronomica cinese che non contempla la cottura in forno e il prodotto lievitato.

In Cina sono presenti produzioni locali, nella maggior parte dei casi in joint venture con imprese multinazionali.

Il cioccolato, invece, ha riscosso un successo crescente ed inaspettato, tenendo conto di quanto questo prodotto non faccia parte della tradizione locale. In

commercio si trova cioccolato prodotto in loco, in joint venture con multinazionali e quello importato; si tratta ovviamente di prodotti di prezzo e qualità crescenti. I prodotti italiani sono tra i più apprezzati, per questo molto spesso sono soggetti ad imitazione. La legislazione in merito alle diverse percentuali di ingredienti e surrogati ammessi è rigorosa e piuttosto restrittiva, in ogni caso non più vincolante di quella prevista per la commercializzazione del prodotto nella UE.

#### **I.4 BARRIERE D'INGRESSO AL MERCATO CINESE**

Permangono alcune barriere nell'accesso al mercato di natura tariffaria e non tariffaria, specie nell'industria dell'agroalimentare: obblighi di etichettatura, registrazione, ritardi nelle procedure di controllo e ispezione alle dogane, come miglioramenti sono richiesti circa la trasparenza del sistema legale.

La nostra quota di mercato è ancora modesta, a testimonianza dei margini esistenti per le imprese italiane che intendono raccogliere la sfida dell'export verso Pechino.

In aggiunta la percezione della qualità dei prodotti "Made in Italy", universalmente riconosciuta, genera i fenomeni di contraffazione e Italian Sounding. La contraffazione di prodotti alimentari trasformati italiani erode il fatturato delle imprese esportatrici di circa 8 miliardi di euro ogni anno, con un'incidenza del 27% sull'export complessivo del comparto a fine 2016 per 30 miliardi di euro.

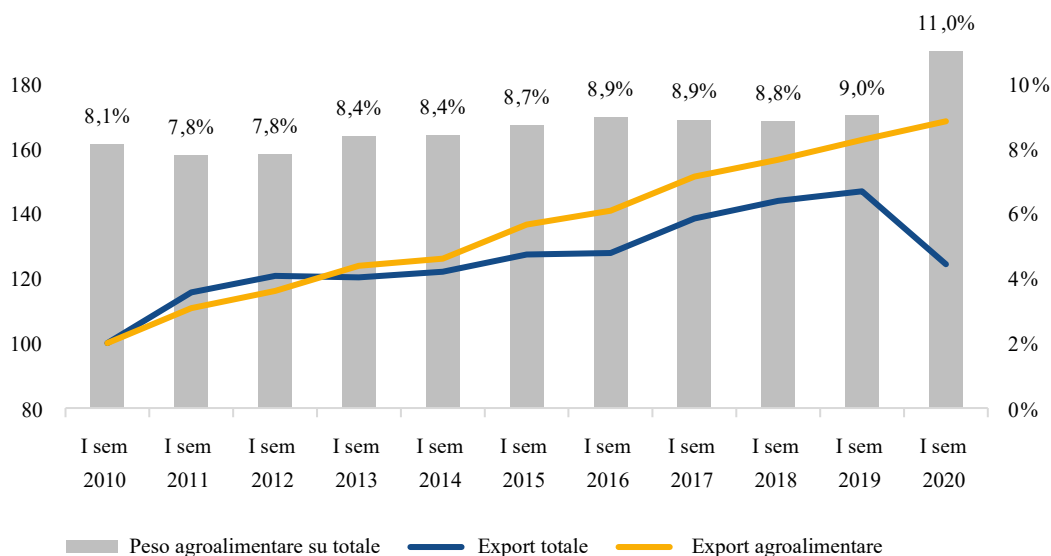
Federalimentare stima che l'attività di contraffazione illegale dei prodotti alimentari italiani, unitamente al fenomeno dell'imitazione denominato "Italian Sounding", ovvero l'imitazione di prodotti alimentari italiani già esistenti o il richiamo all'Italia e all'italianità impropriamente attribuito a produzioni locali, abbiano un enorme giro d'affari mondiale. Esso viene valutato su livelli di circa cento miliardi di euro.

## Capitolo II

### LE ESPORTAZIONI AGROALIMENTARI DALL'ITALIA ALLA CINA

#### II.1 L'EXPORT NELL'ULTIMO DECENNIO

Il confronto tra l'andamento delle esportazioni totali e di quelle agroalimentari italiane nel primo semestre dell'ultimo decennio evidenzia come la crescita dell'export agroalimentare sulle esportazioni totali dei beni e servizi è sempre stata più marcata rispetto all'export totale, passando dall'8,1% nel primo semestre del 2010 al 9% nel 2019, fino ad arrivare all'11% nei primi sei mesi di quest'anno, a cui è contrapposto il calo di quelle totali, come mostrato nel grafico (figura II.1).

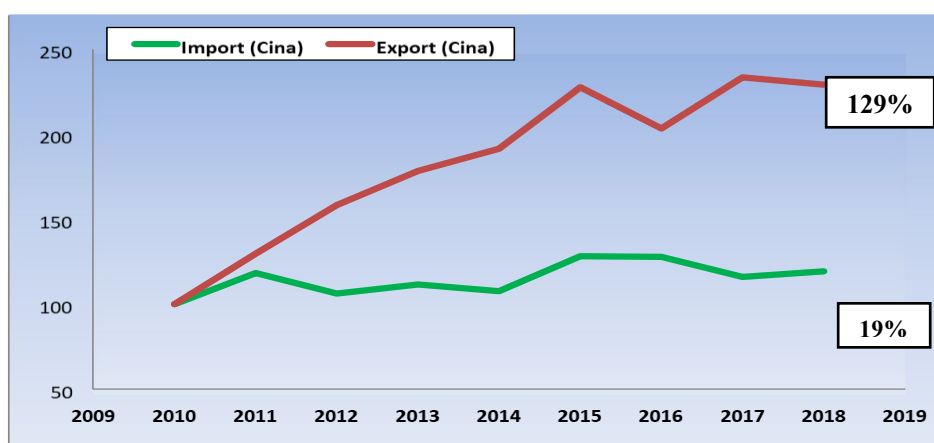


Indice 2010=100 e peso % (asse destro)

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati ISTAT

Figura II.1: Esportazioni totali e agroalimentari dell'Italia nel I semestre

Dal 2010 al 2019 mentre i prodotti “Made in China” verso l’Italia sono aumentati solo del 19%, le esportazioni italiane verso la Repubblica Popolare Cinese sono incrementate del 129%, come possiamo vedere dal seguente grafico (figura II.2).



Fonte: Ufficio Studi CIA-Agricoltori italiani su dati Istat

Figura II.2: Andamento delle importazioni ed esportazioni nel settore agroalimentare dall’Italia alla Cina dal 2010 al 2019

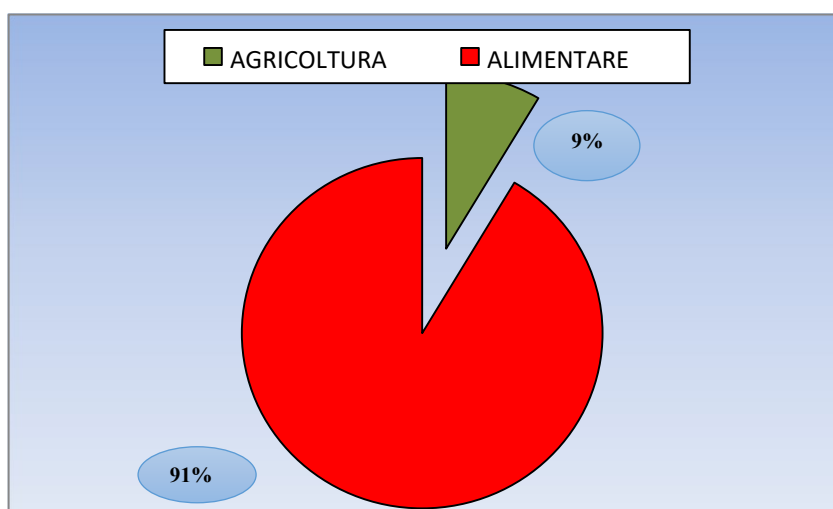
Nel 1996, l’anno dopo che Pechino ottenne lo status di Paese osservatore all’interno del Wto (l’Organizzazione mondiale del commercio), l’Italia importava poco più di tre miliardi di euro di beni. In un ventennio questo numero è decuplicato. Ancora nel 2000, l’anno prima che la Cina entrasse ufficialmente a far parte del Wto, l’export cinese in Italia arrivava a 7 miliardi di euro: sarebbe raddoppiato nei cinque anni successivi (14 miliardi nel 2005) e ulteriormente raddoppiato nei dieci ancora successivi (28 miliardi nel 2015).

Più modesta, ma comunque significativa, la crescita dell'export italiano verso il gigante asiatico: era pari a 2,2 miliardi nel 1996, a 2,4 miliardi nel 2000, a 4,6 miliardi nel 2005 e ha superato il tetto dei 10 miliardi di euro nel 2014.

Nel 2018 i prodotti agricoli, alimentari e le bevande italiane esportati in Cina sono valsi 440 milioni di euro, mentre le importazioni hanno sfiorato i 595 milioni di euro. Così l'interscambio commerciale agroalimentare Italia-Cina si è chiuso a favore di Pechino per un valore di 154,5 milioni di euro.

Per quanto riguarda le esportazioni, ogni 100 euro di prodotti agroalimentari italiani esportati in Cina, 91 sono stati originati dall'industria alimentare, ovvero da cibi e bevande. Il 9% del totale, invece, riguarda l'export del settore agricolo.

(figura II.3)



Fonte: Ufficio Studi CIA-Agricoltori italiani su dati Istat

Figura II.3: La distribuzione delle esportazioni agroalimentari italiane in Cina nel 2018

Il valore dell'export in Cina di prodotti agroalimentari italiani è triplicato negli ultimi 10 anni (+254%), raggiungendo nel 2018 il record di 439 milioni di euro. Solo nei primi mesi di quest'anno c'è stato un aumento del 20%. È quanto emerge da una analisi della Coldiretti sulla base dei dati Istat relativi al mese di gennaio, divulgata in occasione della visita del presidente cinese Xi Jinping in Italia.

Per quanto riguarda gli altri prodotti, nel 2016 è stato rimosso il bando sulle carni suine e nel 2018 quello per le erbe mediche. Come frutta fresca l'Italia può esportare solo kiwi e agrumi. Il prodotto più esportato è il vino, per un valore di 127 milioni di euro: l'Italia è diventata il quarto esportatore verso Pechino. Secondo i dati Istat, c'è stata una crescita anche per formaggi, olio di oliva e pasta.

Una svolta per l'export in Cina del Made in Italy è sicuramente l'accordo Ice-Alibaba. L'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, ha avviato lo scorso anno un accordo con Alibaba Group per favorire l'export delle aziende italiane, attraverso l'innovazione digitale. La Cina è, indubbiamente, il mercato più promettente per l'e-commerce: si stima che le vendite retail online viaggiano con un trend annuo di crescita del +33%, fino al 2021. Una crescita esponenziale trainata soprattutto dai Millennials (18-35 anni) più abituali all'acquisto sul canale digitale che rappresentano oltre il 72% degli acquirenti di fascia alta.

Il gigante asiatico è un mercato estremamente interessante per l'Italia, non solo per la sua notevole popolosità, ma anche perché questa nazione ha sempre dimostrato di apprezzare il Made in Italy in maniera particolare, considerandolo un'autentica garanzia di qualità e di salubrità.

I principali prodotti "Made in Italy" esportati in Cina nel 2018 sono stati: il vino che, con 127 milioni di euro, ha occupato la prima posizione tra i prodotti italiani più apprezzati sulle tavole dei consumatori cinesi, rappresentando il 29%; a seguire, il comparto lattiero-caseario per più di 33 milioni di euro con l'8% e l'olio d'oliva con il 6% del totale per 26,5 milioni di euro. Tè e caffè hanno rappresentato il 6%, ortofrutta trasformata e pasta, il 5%, mentre la carne trasformata il 4%.

L'export del vino italiano continua a crescere e nel 2019 vale 6,4 miliardi di euro (+3,2% sul 2018). L'incremento maggiore si riscontra sui volumi, che sfiorano i 22 milioni di ettolitri (+10% sul 2018) che permettono all'Italia di riconquistare il primato mondiale in volume. La Cina ha messo a segno un +10% nella domanda di vini italiani, attestata a 364 mila ettolitri per un valore di 134 milioni di euro con un aumento del 5%.

Nel 2019 le cose sono rimaste sostanzialmente stabili, con una leggera flessione dell'export italiano, passato nello stesso periodo di tempo da 9,65 miliardi a 9,43 miliardi di euro, e un discreto aumento dell'import cinese in Italia, cresciuto da 23 miliardi a 24,25 miliardi di euro.



Balzo record del Made in Italy alimentare in Cina che segna un aumento del 20% delle esportazioni nel 2019. È quanto emerge da una analisi della Coldiretti sulla base dei dati Istat relativi al mese di gennaio divulgata in occasione della visita del presidente cinese Xi Jinping in Italia. Una tendenza in atto da anni con le esportazioni di prodotti agroalimentari Made in Italy in Cina che hanno raggiunto nel 2018 il record storico di 439 milioni di euro, un valore che è più che triplicato negli ultimi 10 anni (+254%) con la progressiva apertura del gigante asiatico a stili di vita occidentali.

A frenare le spedizioni agroalimentari Made in Italy sono le barriere tecniche ancora presenti per le produzioni nazionali.

Se infatti è stato rimosso nel 2016 il bando sulle carni suine italiane e nel 2018 le frontiere si sono aperte in Cina per l'erba medica italiana, al momento per quanto riguarda la frutta fresca l'Italia può esportare in Cina solo kiwi e agrumi mentre sono ancora bloccate le mele e le pere oggetto di uno specifico negoziato. La Cina è peraltro al secondo posto a livello mondiale tra i Paesi che hanno fatto scattare maggiori allarmi alimentari nell'Unione Europea nel corso del 2018 ed è per questo importante garantire la sicurezza e il rispetto dei diritti dei lavoratori dei prodotti che varcano la frontiera.

In base ai dati Eurostat, nel 2019 l'interscambio tra Italia e la Repubblica popolare cinese è stato di 44,6 miliardi di euro con un +1,46%, di cui 13 miliardi (-1,02%) dovuti all'export italiano verso la Cina e 31,7 (2,5%) all'import cinese in Italia.

Il saldo negativo è di 18,7 miliardi con un incremento di circa 911 milioni (+5,13%) rispetto all'anno precedente.

La composizione dell'export italiano verso la Cina nel 2019 ha mantenuto la stessa struttura degli anni precedenti con uno sviluppo nel settore agroalimentare.

Nel 2019 l'Italia si conferma il quarto paese come cliente della Cina.

Nel corso del primo semestre 2019 l'export italiano totale di beni e servizi si è attestato 237,8 miliardi di euro, con una variazione del 2,7% rispetto a quanto realizzato durante i primi sei mesi del 2018. Questo incremento, in termini monetari, equivale ad un aumento di 6,2 miliardi di euro.

Le esportazioni italiane di beni in valore hanno chiuso il 2019 con una crescita del 2,3% rispetto all'anno precedente, superando i 475 miliardi di euro.

Secondo Eurostat, nel 2018 l'Italia ha esportato in Cina beni per poco più di 13 miliardi di euro. Allo stesso tempo ha importato beni dal Paese asiatico per circa 31 miliardi di euro.

Come risulta dalle tabelle del Ministero per lo Sviluppo economico (Mise), la Cina nel 2018 era nona nella classifica dei Paesi destinatari del nostro export sul cui totale pesa per il 2,8%, ed era terza in quella dei Paesi di provenienza del nostro import con un peso pari al 7,3%.

## **II.2 L'IMPATTO DEL COVID-19 SULL'EXPORT AGROALIMENTARE**

L'Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo (ISMEA) dei dati Istat, nonostante l'emergenza sanitaria mondiale da Covid-19, ha determinato un forte rallentamento degli scambi commerciali, e l'adozione delle misure restrittive adottate per contrastare la pandemia, evidenzia come la bilancia agroalimentare italiana ha registrato un aumento, passando da 21,4 miliardi di euro nei primi sei mesi del 2019 a 22,1 miliardi di euro tra gennaio e giugno del 2020, con una crescita del 3,5% su base annua. La positiva performance del primo semestre dell'anno in corso è quindi da ricondurre alla forte crescita congiunturale delle esportazioni nei primi due mesi dell'anno, con un saldo positivo del 10,8% e ad un aumento registrato a giugno del 3%, dopo un significativo arretramento nei mesi più critici, ad aprile, con una diminuzione del 14% nei confronti di marzo e una contrazione dell'1,5% rispetto ad aprile 2019, e maggio con una riduzione del 4,5% in rapporto ad aprile e un saldo negativo del 10,2% rispetto a maggio 2019. Le esportazioni italiane, già in crescita nel mese di luglio e, in media, nel trimestre precedente, sono aumentate anche ad agosto di 3,3% nei confronti di luglio e un +26,3% nel trimestre giugno-agosto rispetto a quello precedente.

L'aumento dell'export di prodotti agroalimentari è da imputare in maggior misura all'industria alimentare che ne esprime l'84% e che ha mostrato, nel primo semestre del 2020, un incremento annuo del 4,0%; più modesto, invece, il

risultato osservato per il settore agricolo, con un aumento dell'1,1%, come mostrato nella tabella III.1.

LA BILANCIA AGROALIMENTARE ITALIANA NEL I SEMESTRE 2020				
Export (mln €)	2019	I sem. 2019	I sem. 2020	Var %
Totale	475.848	237.778	201.413	-15,3
Settore Agroalimentare:	44.580	21.377	22.128	3,5
- Agricoltura	6.769	3.427	3.466	1,1
- Industria Alimentare	37.810	17.951	18.662	4,0

*Fonte: elaborazioni ISMEA su dati ISTAT*

*Tabella III.1: La bilancia agroalimentare italiana nel I semestre 2020*

Le importazioni dei prodotti agroalimentari, invece, sono scese a - 5,1% per 21,4 miliardi di euro rispetto al primo semestre del 2019.

L'andamento contrapposto tra l'aumento delle vendite all'estero e il calo degli acquisti ha determinato un netto miglioramento del saldo commerciale agroalimentare, passato da un deficit di 1,2 miliardi di euro nel primo semestre del 2019 ad un surplus di 710 milioni di euro nei primi sei mesi del 2020.

Il principale mercato di destinazione dell'export dei prodotti agroalimentari è l'UE che, con circa 14,3 miliardi di euro nel primo semestre 2020, ha assorbito

più del 64% delle esportazioni nazionali, mentre le esportazioni verso i paesi extra-UE sono cresciute del 4,6% su base annua per 7,9 miliardi di euro.

Nei confronti della Cina, l'Italia ha registrato un aumento del 13,3% per 214 milioni di euro. I maggiori incrementi riguardano i seguenti prodotti alimentari: le carni suine congelate che hanno raggiunto 11,4 milioni di euro mentre nel 2019 erano ferme a soli 32 mila euro, la pasta di semola con un incremento del 32,3% per 14,5 milioni di euro e i formaggi freschi con un aumento del 10% per 6,5 milioni di euro. Ciò è stato possibile grazie all'accordo tra il Ministero della salute italiano e l'Amministrazione generale delle dogane della Repubblica popolare cinese in materia di requisiti sanitari veterinari per l'esportazione di carne suina congelata; di fatto, è stato approvato il certificato sanitario per l'esportazione in Cina di carni suine congelate di provenienza italiana e definita una prima lista di macelli italiani abilitati a esportare.

## CONCLUSIONI

L'analisi ha messo in luce come i rapporti tra l'Italia e la Cina si siano evoluti grazie ai numerosi accordi di tipo politico, economico, commerciale, culturale instauratisi tra i due paesi; ha evidenziato come negli ultimi anni le esportazioni italiane nel settore agroalimentare hanno fatto passi da gigante e come i prodotti con il marchio Made in Italy sono oramai apprezzati a livello mondiale. Sono state normate tutte le fasi procedurali del prodotto dal momento in cui lascia il paese di origine al paese di destinazione. Permangono però alcune barriere che limitano l'ingresso dei prodotti nel mercato cinese, come obblighi di etichettatura, registrazione e i ritardi nelle procedure doganali. È stato evidenziato che nel corso degli anni l'aumento generale delle esportazioni ha permesso l'intensificarsi dei rapporti sempre più stretti tra le due nazioni.

L'effetto del blocco del commercio a causa della pandemia ha inciso negativamente sulle esportazioni portando ad un blocco del commercio a livello generale, dopo l'interruzione dei flussi commerciali con la chiusura delle frontiere e l'adozione di misure di contenimento tra i due paesi. Nonostante l'impatto del Covid-19, i dati registrano un aumento nei primi sei mesi dell'anno in corso delle esportazioni nel settore agroalimentare rispetto a quelle nel primo semestre dello scorso anno.

Quindi, per poter continuare a conquistare sempre di più il mercato cinese ed aumentare le esportazioni verso la Cina occorre abbattere gli ostacoli che sono ancora presenti, come ad esempio il blocco all'export di mele, pere e uva, effettuare pratiche doganali più veloci, incrementare gli accordi commerciali tra le due nazioni e promuovere il marchio *Made in Italy*. Il governo italiano, infatti, sta preparando il suo rilancio in Cina tramite uno stanziamento di 1,15 miliardi di euro per sostenere gli agricoltori ma questo sicuramente non basterà, in quanto saranno necessarie di sicuro più risorse per aiutare l'Italia alla ripresa dai danni economici causati dal lockdown derivati dalla pandemia mondiale da Covid-19. Gli analisti del settore dicono che le esportazioni rappresentano una parte essenziale per tale ripresa e un ruolo chiave è senza dubbio quello del commercio con la Cina.

## SITOGRAFIA

MERCATI ESTERI: <https://www.infomercatiesteri.it>

ISTITUTO NAZIONALE PER IL COMMERCIO ESTERO: <https://www.ice.it>

ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA: <https://www.istat.it>

ISTITUTO DI SERVIZI PER IL MERCATO AGRICOLO ALIMENTARE:

<http://www.ismeamercati.it>

MERCATO GLOBALE: <https://www.mglobale.it>

MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO: <https://www.mise.gov.it>

MINISTERO DELL'ECONOMIA E DELLE FINANZE: <https://www.mef.gov.it>

CONFEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTORI: <https://www.cia.it>

CONFEDERAZIONE GENERALE DELL'AGRICOLTURA ITALIANA:

<https://www.confagricoltura.it>

ASSOCIAZIONE DI RAPPRESENTANZA E ASSISTENZA

DELL'AGRICOLTURA ITALIANA: <https://www.coldiretti.it>

AGRIFOOD.TECH: <https://www.agrifood.tech>

AGENZIA NAZIONALE STAMPA ASSOCIATA: <https://www.ansa.it/>

AGENZIA GIORNALISTICA ITALIA: <https://www.agi.it>

PICCOLE E MEDIE IMPRESE ITALIANE: <https://www.pmi.it>

QUOTIDIANO "IL SOLE 24 ORE": <https://www.ilsole24ore.com>

RIVISTA "ITALIA A TAVOLA": <https://www.italiaatavola.net>