

# IL MERCATO DEGLI ALIMENTI BIOLOGICI IN CINA

marzo 2023

0



**ITCA** 

ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e  
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

意大利对外贸易委员会

Ufficio di Pechino

# IL MERCATO DEGLI ALIMENTI BIOLOGICI IN CINA

## INDICE

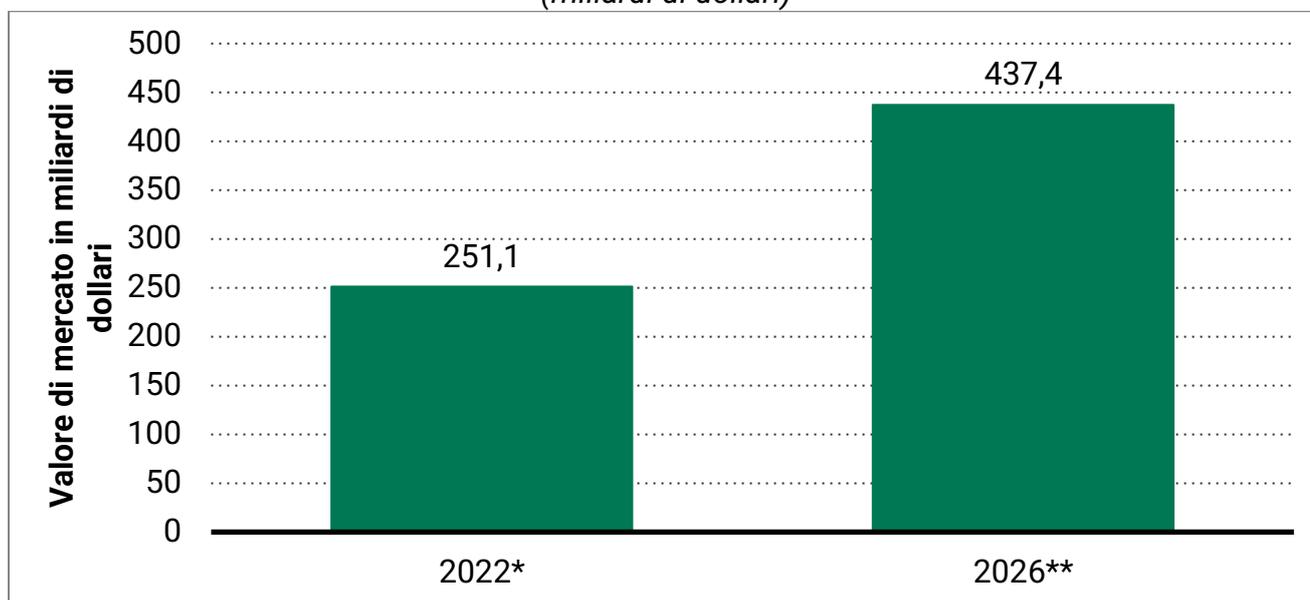
Panorama internazionale	Pag. 2
Il mercato biologico della Cina	8
I canali distributivi	21
Profili e comportamenti dei consumatori cinesi	24
Promozione dei prodotti biologici in Cina	35
Prospettive di sviluppo del mercato	38
Il mercato cinese di prodotti di origine vegetale (" <i>plant-based</i> ")	41
Normativa cinese sugli alimenti biologici	44
Procedure per il commercio di alimenti biologici nella Cina continentale	50
Raccomandazioni e consigli pratici per gli esportatori italiani	54
Principali autorità cinesi di regolamentazione del mercato biologico	59
Principali Associazioni di prodotti biologici in Cina	60
Principali enti di certificazione biologica in Cina	63

## Panorama internazionale

Il mercato dei prodotti biologici è in rapida crescita in tutto il mondo, alimentato dalla crescente domanda di alimenti biologici, cosmetici e prodotti per la cura della persona. I prodotti biologici sono quei prodotti che non prevedono l'uso di fertilizzanti sintetici, pesticidi e organismi geneticamente modificati (OGM) e sono spesso visti come un'alternativa più sana e sostenibile ai prodotti convenzionali.

Per quanto concerne il segmento dei prodotti alimentari biologici, secondo recenti stime del British Retail Consortium, il valore del mercato globale è destinato ad aumentare a 437,4 miliardi nei prossimi cinque anni, con un tasso annuale di crescita (CAGR) del 17,8%. La crescita è guidata da fattori come la crescente consapevolezza dei benefici per la salute e l'ambiente dei prodotti biologici, l'aumento del reddito disponibile e la crescente domanda di prodotti a base vegetale.

**Valore di mercato mondiale degli alimenti biologici - previsioni**  
(miliardi di dollari)



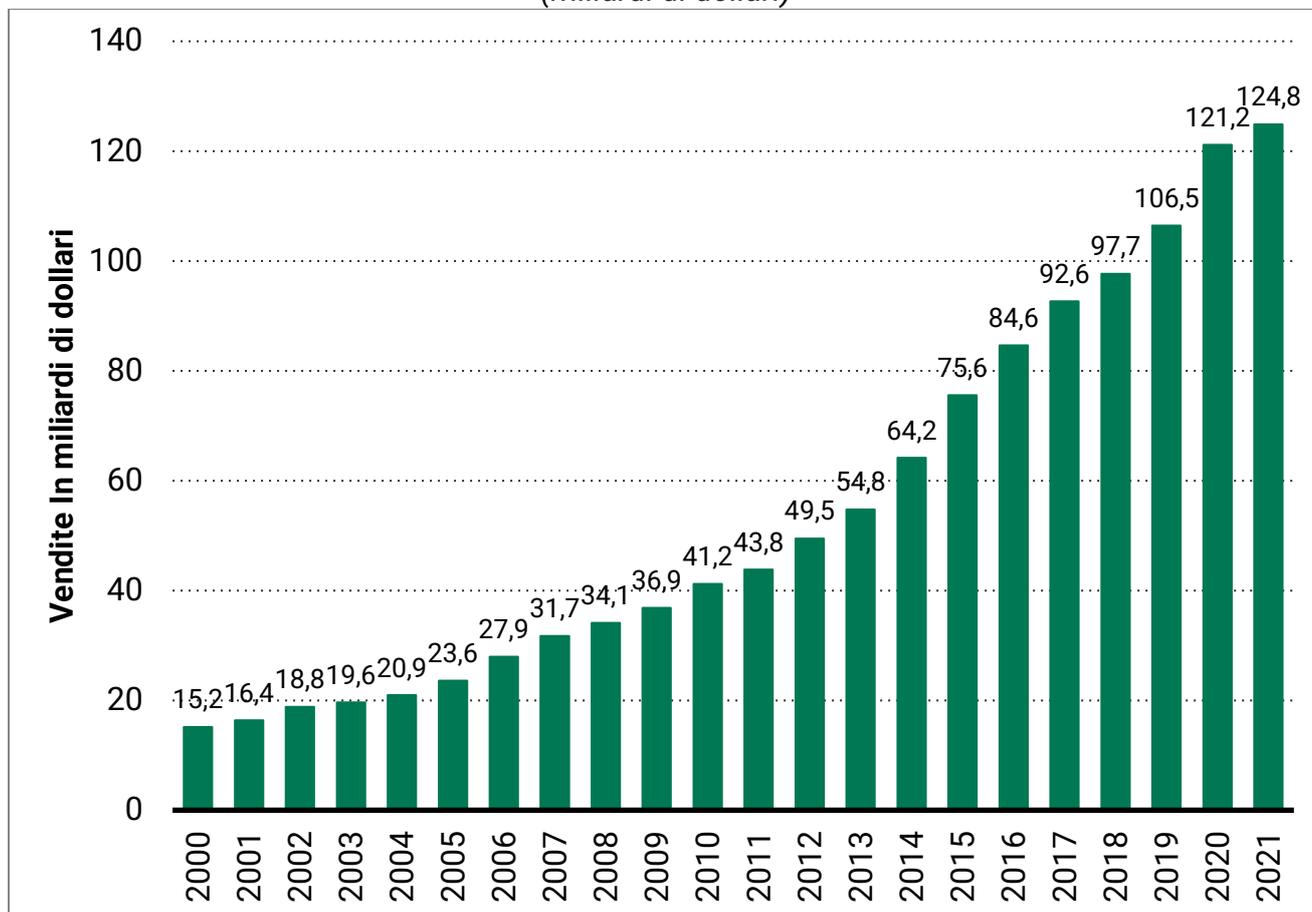
Fonte: BRC

Secondo il recente rapporto annuale "*The World of Organic Agriculture 2023*"<sup>1</sup> pubblicato congiuntamente dall'Istituto di ricerca sull'agricoltura organica FiBL e dalla Federazione internazionale dei movimenti per l'agricoltura biologica IFOAM – Organics International, il valore delle vendite al dettaglio di prodotti biologici nel 2021 è stato pari a circa 125 miliardi di dollari, in aumento di circa il 3% rispetto all'anno precedente. Negli ultimi venti anni, tale valore è cresciuto di circa otto volte. I conflitti geopolitici e l'aumento dei prezzi dei prodotti

<sup>1</sup> <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1254-organic-world-2023.pdf>

alimentari stanno producendo un impatto negativo sul mercato globale dei prodotti biologici. Dopo aver registrato vendite record nel 2020, la crescita del mercato è rallentata al 3% nel 2021. Nel 2022 è prevista una crescita inferiore a causa dell'indebolimento della domanda dei consumatori, dell'inflazione, in particolare i prezzi elevati dei prodotti alimentari, e le preoccupazioni per la sicurezza alimentare che stanno influenzando la domanda per alimenti biologici. Il mercato europeo è risultato il più colpito da questi shock.

### Vendite mondiali al dettaglio di prodotti biologici (miliardi di dollari)



Fonte: FiBL & IFOAM – Organics International, "The World of Organic Agriculture" 24a ediz.

### Vendite al dettaglio e consumi pro-capite di prodotti biologici per continente (milioni di euro)

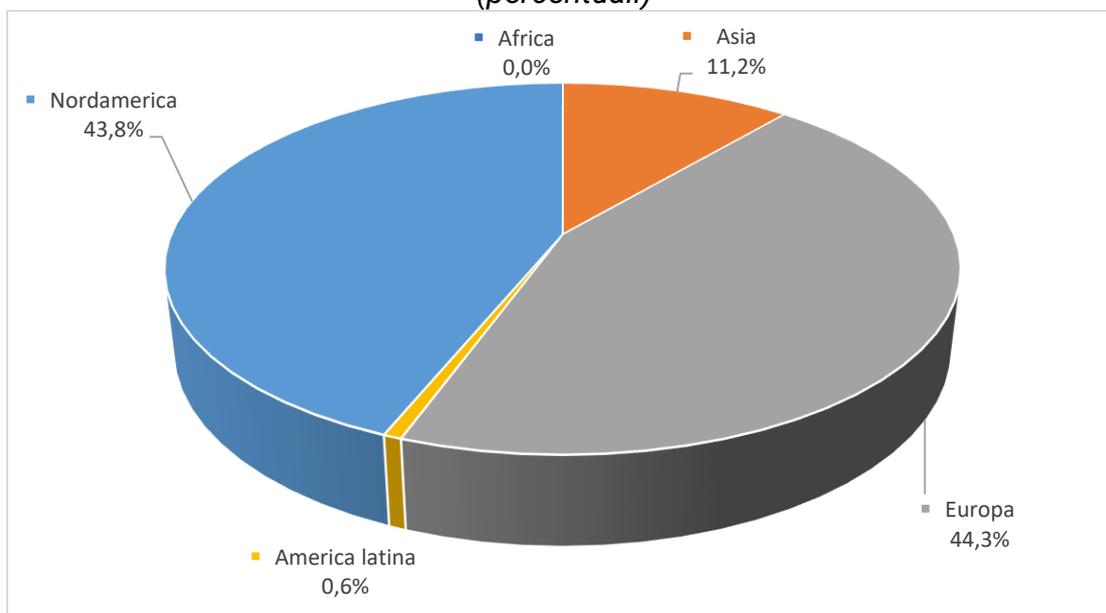
Continente	Vendite al dettaglio (mil. €)	Consumi pro capite (€)
Africa	13,2	non disponibile
Asia	13.747,2	3,0
Europa	54.539,0	65,7
America latina	778,0	1,2
Nordamerica	53.901,3	143,7
Oceania	1.866,3	41,9

Fonte: FiBL & IFOAM

L'articolazione per continenti delle vendite al dettaglio, vede l'Europa quale principale mercato, con 54,5 miliardi di euro ed una quota del 44,5% del totale, seguita dal Nordamerica, con 53,9 miliardi ed una quota del 43,8%. In terza posizione, si colloca l'Asia con 13,7 miliardi ed una quota dell'11,2%, l'America latina con 778 milioni ed una quota dello 0,6% ed infine l'Africa con soli 13,2 milioni di euro. Geograficamente, quindi, l'Europa e il Nord America rappresentano i maggiori mercati per i prodotti biologici, ma si prevede che la regione dell'Asia del Pacifico sia destinata a crescere più rapidamente a causa della crescente consapevolezza dell'importanza dei prodotti biologici e della vivace domanda ad essi associata.

Per quanto concerne i consumi pro-capite, il Nordamerica guida la classifica continentale con 143,7 euro a persona destinati al consumo di alimenti biologici, seguito dall'Europa con 65,7 euro, dall'Oceania con 41,9 euro, dall'Asia con 3 euro e dall'America latina con 1,2 euro.

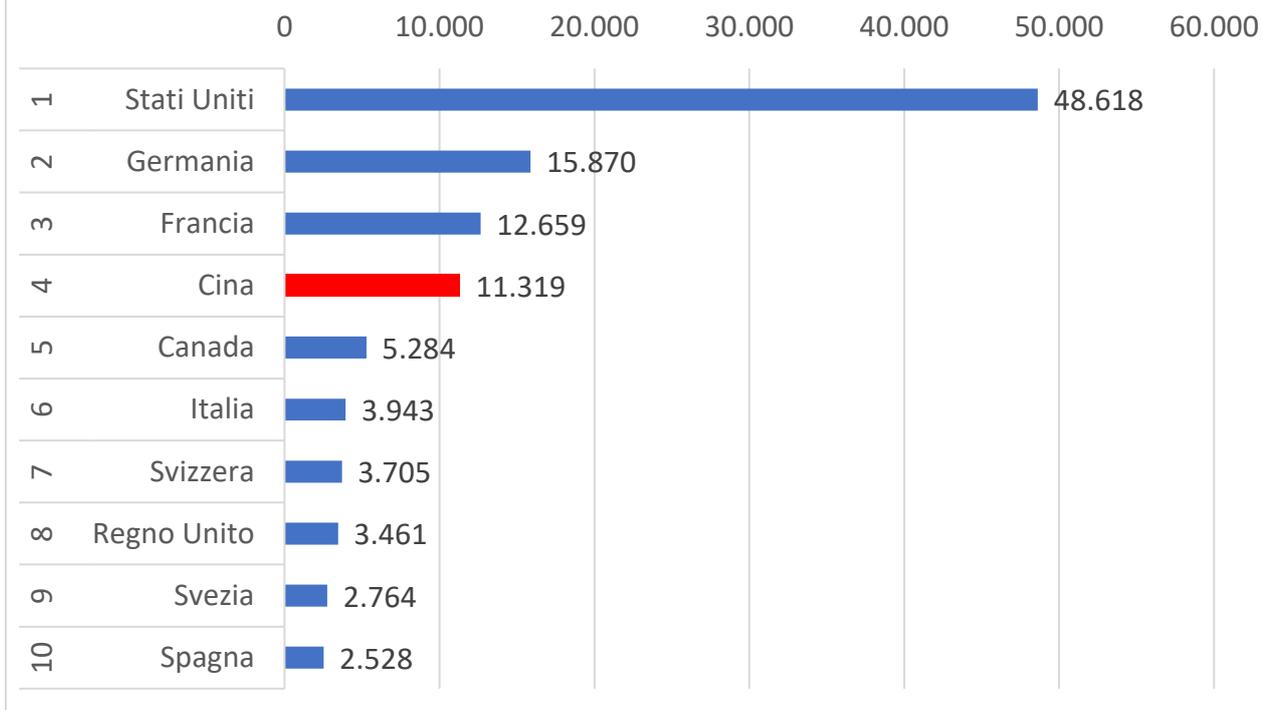
**Vendite al dettaglio di prodotti biologici per continente (percentuali)**



Fonte: FiBL & IFOAM

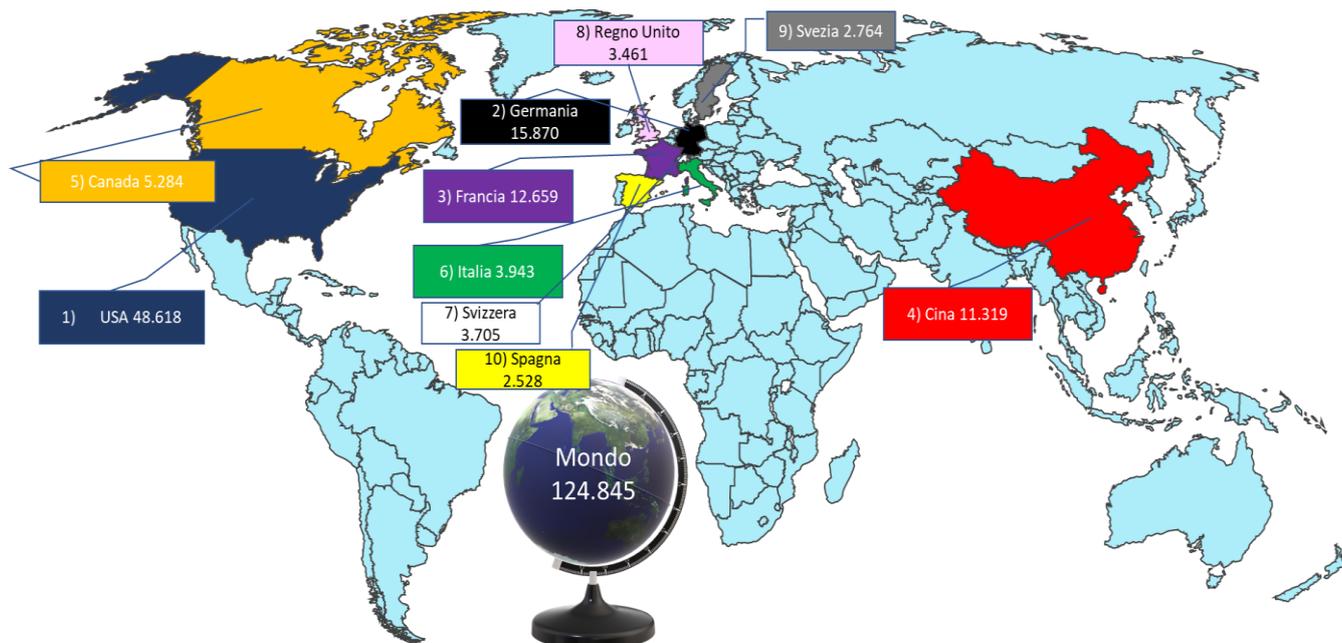
L'articolazione per paese delle vendite al dettaglio di prodotti alimentari biologici vede in prima posizione della graduatoria internazionale gli Stati Uniti con un valore di 48,6 miliardi di euro ed una percentuale del 38,9% del totale, seguiti dalla Germania per un valore complessivo di circa 15,9 miliardi di euro ed una quota del 12,7%, in terza posizione la Francia con circa 12,7 miliardi di euro ed il 10,1% ed in quarta posizione la Cina con 11,3 miliardi di euro ed una quota del 9,1%. L'Italia occupa la sesta posizione in graduatoria con un ammontare di 3,9 miliardi di euro ed una incidenza del 3,2% sul totale.

## Vendite al dettaglio di prodotti biologici per principali paesi (milioni di euro)



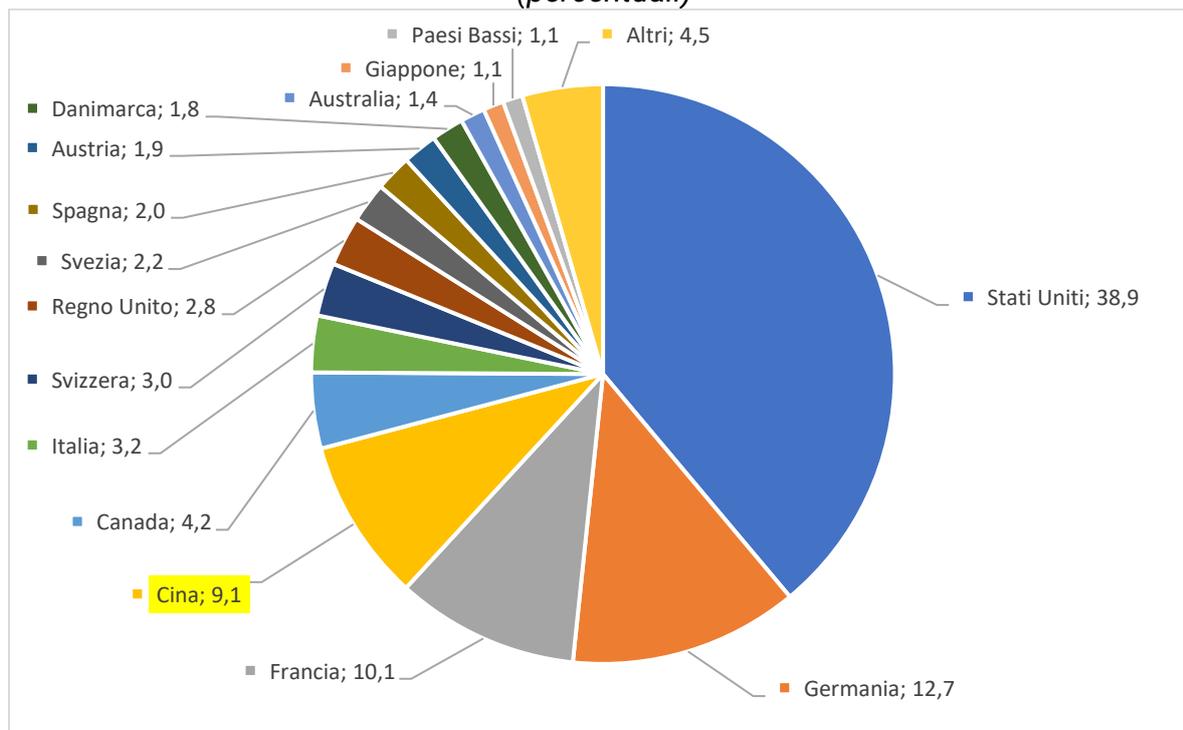
Fonte: FiBL & IFOAM

## I primi dieci paesi per vendite al dettaglio di prodotti alimentari biologici



Fonte: FiBL & IFOAM

## Distribuzione delle vendite di prodotti alimentari biologici per paese - 2021 (percentuali)



Fonte: FiBL & IFOAM

## Consumi pro capite di prodotti alimentari biologici per paese - 2021 (€/persona)

Ord.	Paese	Consumi pro capite (€/persona)
1	Svizzera	424,6
2	Danimarca	383,6
3	Lussemburgo	313,0
4	Austria	268,3
5	Svezia	266,3
6	Liechtenstein	229,8
7	Germania	190,8
8	Francia	187,1
9	Stati Uniti	146,5
10	Canada	138,1
16	Italia	66,6
30	China	7,8

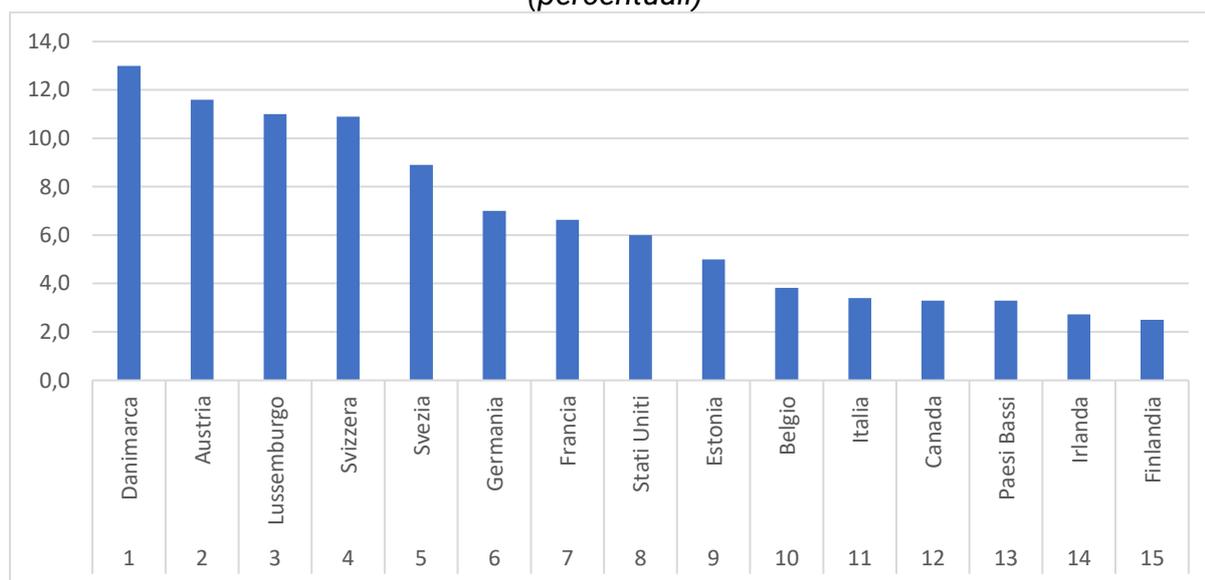
Fonte: FiBL & IFOAM

Relativamente alla graduatoria internazionale dei consumi pro capite, il primo posto è occupato dalla Svizzera con circa 425 euro all'anno, seguita dalla Danimarca con 387 euro, dal Lussemburgo con 313 euro e da Austria e Svezia, rispettivamente con 268 e 266 euro.

L'Italia occupa la sedicesima posizione con circa 67 euro a persona spesi in cibo biologico, mentre la Cina nel 2021 si colloca in trentesima posizione con 7,8 euro.

La Danimarca è il paese che mostra la quota di mercato dei prodotti alimentari biologici più elevata sul totale delle vendite al dettaglio, pari al 13%, seguita dall'Austria con l'11,6%, dal Lussemburgo con l'11%, dalla Svizzera con il 10,9% e dalla Svezia con l'8,9%. Per quanto riguarda l'Italia, in undicesima posizione della graduatoria, la quota è pari al 3,4%. Per la Cina questo dato non viene rilevato.

**Quote del mercato al dettaglio di prodotti alimentari biologici – 2021**  
(percentuali)



Fonte: FiBL & IFOAM

## Il mercato biologico della Cina

La definizione ufficiale di prodotti biologici in Cina è abbastanza ampia ed è la seguente: “Si tratta di articoli prodotti nel rispetto di specifici principi di produzione agricola, senza l'utilizzo di materie prime o prodotti generati dall'ingegneria genetica e di prodotti chimici sintetici come pesticidi, fertilizzanti, regolatori di crescita o additivi per mangimi. La produzione deve anche seguire regole naturali e adottare una serie di tecniche atte ad assicurare una produzione agricola sostenibile”

Come in molti altri paesi asiatici, l'agricoltura biologica cinese si basa sulle pratiche di agricoltura tradizionale sostenibile di origine millenaria. In Cina, ad esempio, i documenti di datazione dell'agricoltura sostenibile antichi di 4.000 anni menzionano diverse pratiche organiche, tra cui la rotazione delle colture, il compostaggio e la diversificazione produttiva. La rivoluzione verde in Cina negli anni '80 è avvenuta molto più tardi che in altri paesi dell'est e del sud-est asiatico, a causa delle sanzioni economiche imposte dai paesi occidentali a seguito dei cambiamenti politici avvenuti in Cina nel 1950. La Rivoluzione Verde è stata guidata dal governo cinese al fine di aumentare la produttività agricola, con l'obiettivo principale di garantire la sicurezza alimentare nazionale. Prodotti agrochimici provenienti da fabbriche cinesi, sussidiate da forti sovvenzioni governative, insieme a migliori tecniche di irrigazione e all'introduzione di varietà ad alto rendimento, hanno permesso alla Rivoluzione Verde di espandersi e penetrare in tutto il paese, anche nelle aree più remote. Tuttavia, nell'arco di un decennio, è immediatamente risultato evidente, l'impatto ambientale causato dai prodotti agrochimici, a causa del forte degrado del suolo e dell'inquinamento delle falde acquifere. Di conseguenza, i residui agrochimici nei prodotti alimentari, in particolare quelli freschi, sono assurti ad una delle principali preoccupazioni tra i consumatori e i responsabili politici cinesi.

Alla fine degli anni '80, alcuni enti governativi locali, preoccupati per il forte deterioramento ambientale, iniziarono a promuovere quella che divenne nota come agricoltura ecologica cinese che successivamente ha dato origine all'agricoltura biologica.

Intravedendo opportunità nella crescente domanda globale di alimenti biologici, altri enti governativi iniziarono a promuovere l'agricoltura biologica. Una di queste agenzie era il settore dell'ecologia rurale dell'Istituto di Scienze Ambientali di Nanchino (NIES) dell'Amministrazione statale per la protezione dell'ambiente (SEPA, ora nota come Ministero della Protezione Ambientale, o MEP che è diventata membro della Federazione internazionale

dei movimenti per l'agricoltura biologica (IFOAM) e ha iniziato a promuovere l'agricoltura biologica nel 1989).

I principali motori della moderna agricoltura biologica nel primo periodo sono state le imprese cinesi, sia statali che private, a cui era stato affidato l'incarico di produrre prodotti biologici come il tè cinese da esportare nei paesi europei. Il primo tè biologico certificato si trovava nella contea di Lin'an, nella Provincia di Zhejiang, ispezionato e certificato dalla società di certificazione olandese SKAL ed esportato in Europa nel 1990. Per la maggior parte, lo sviluppo iniziale dell'agricoltura biologica cinese è stato guidato dalle opportunità di esportazione in Europa Unione e Stati Uniti, e successivamente in Giappone. Ciò ha portato anche alla proliferazione di enti di certificazione biologica sia locali che sedi estere di agenzie straniere. Il primo certificatore biologico locale è stato il *China Organic Food Development Center* (OFDC), istituito nel 1994 dal NIES.

Nel frattempo, le preoccupazioni per la sicurezza alimentare sia per l'esportazione che per i mercati interni hanno indotto il governo cinese ad introdurre sistemi di etichettatura degli alimenti, comprendenti due livelli: cibo non inquinato e cibo verde. I governi locali hanno introdotto per la prima volta tali schemi a metà degli anni '80 e questi sono stati successivamente adottati dal Ministero dell'Agricoltura e degli affari rurali (MoARA). I prodotti privi di inquinamento sono conformi agli standard di sicurezza alimentare di base e il cibo verde, sebbene simile, segue alcuni standard più severi. Il MoARA ha istituito il *China Green Food Development Center* (CGFDC) nel 1992 come organismo pubblico di certificazione. Inizialmente, CGFDC si è concentrato sulle certificazioni di sicurezza per gli alimenti ma ha successivamente esteso il suo campo di applicazione includendo la certificazione biologica.

### Sviluppo storico del mercato di prodotti alimentari biologici in Cina



Un'altra importante svolta per il settore biologico si è verificata nei primi anni 2000, quando sono state introdotte le normative nazionali per la certificazione e l'accreditamento. Nello stesso periodo, il mercato biologico domestico cinese ha iniziato a crescere più rapidamente, con l'emergere di nuovi consumatori di classe media e alta. Tuttavia, è a partire dal 2012 che

si verifica la grande espansione della produzione agricola biologica cinese, quando la superficie è passata da poche centinaia di migliaia a milioni di ettari, con contributi significativi provenienti dai raccolti selvatici e dall'acquacoltura.

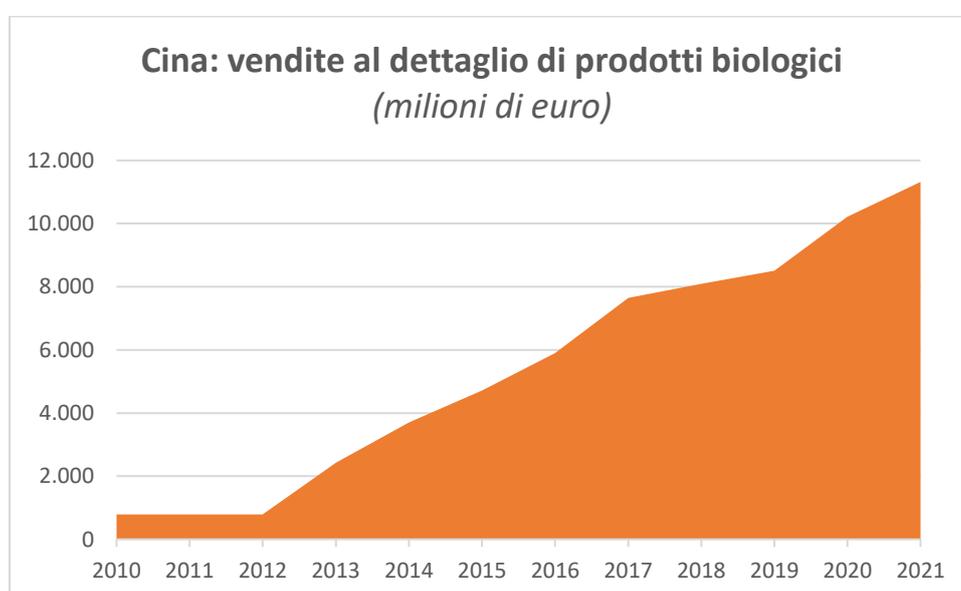
In termini di distribuzione geografica, fin dall'inizio, la maggior parte dell'agricoltura biologica si è concentrata nelle province orientali e nord-orientali della Cina. La più alta concentrazione di aziende agricole biologiche si trova nella Mongolia Interna (regione nord-orientale), Jilin (regione nord-orientale) e Yunnan (regione meridionale). Alla metà degli anni duemila, si sono sviluppati rapidamente nuovi progetti di zootecnia biologica nella parte occidentale della Cina, a seguito dell'iniziativa del governo nota come "grande campagna per lo sviluppo dell'Occidente", anche se con risultati non brillanti.

### Cina: indicatori sintetici industria prodotti alimentari biologici - 2021

Area coltivata a biologico (ha)	% dell'area agricola totale	Produttori biologici	Vendite al dettaglio [milioni €]
2.753.700	0,5	14.847	11.319

Fonte: FiBL & IFOAM

Nel 2021, i prodotti biologici in Cina hanno registrato una dimensione di mercato di 11,3 miliardi di euro, rappresentando oltre il 9% della domanda globale. Gli alimenti e i prodotti biologici stanno diventando sempre più popolari, a causa delle preoccupazioni per la sicurezza alimentare e l'inquinamento ambientale. Il mercato biologico in Cina è cresciuto rapidamente negli ultimi dieci anni, con un tasso di crescita annuo composto del 27,4%.

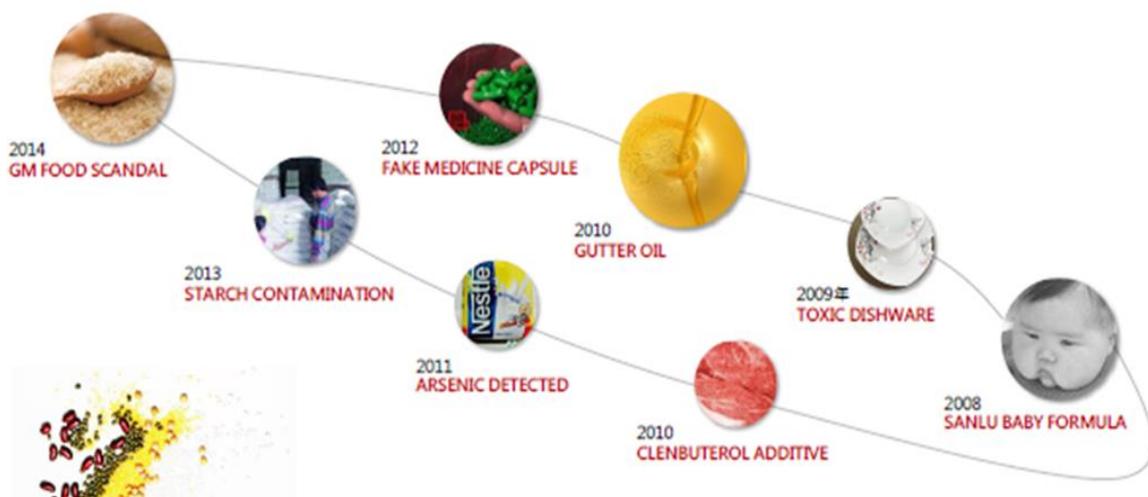


Fonte: The World of Organic Agriculture Statistics 2023 - Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL

Tuttavia, una spesa pro capite di 7,8 euro indica che i prodotti biologici in Cina rappresentano ancora una categoria relativamente di nicchia sebbene ad elevato potenziale nei prossimi anni, con un mercato trainato dall'espansione della domanda dei consumatori di prodotti alimentari sani e sicuri. Con una crescente enfasi sull'importanza dei prodotti biologici tra le giovani generazioni e un aumento della domanda di alimenti biologici per l'infanzia, a causa del crescente numero di madri nella forza lavoro e della maggiore attenzione alla salute e al benessere, nei prossimi anni si prevede che i prodotti biologici saranno destinati a registrare sostenuti tassi di crescita in Cina.

Peraltro, negli ultimi anni, si è verificata una lunga serie di scandali alimentari in Cina, a partire da uno dei più drammatici, nel 2008, che ha riguardato il latte in polvere contaminato con la melamina, prodotto chimico utilizzato per la produzione della plastica che fa apparire il contenuto proteico del latte notevolmente più elevato di quanto non sia in realtà, che causò la morte di quattro bambini ed il ricovero in ospedale per circa 13.000 infanti, provocando una forte reazione dell'opinione pubblica cinese ed internazionale ed inducendo il governo il governo ad introdurre regole più severe e ad adottare molte altre misure per rafforzare i controlli sui prodotti alimentari. A causa di questi eventi, i consumatori cinesi sono diventati estremamente attenti a quello che consumano. La crescente importanza del consumo salubre ha aiutato a trainare le vendite di etichette biologiche, in particolar modo nei segmenti del latte per neonati e nell'ortofrutta, supportando i produttori nei processi di differenziazione della propria offerta grazie agli specifici benefici salutari dei prodotti.

### Alcuni scandali alimentari verificatisi in Cina negli ultimi anni



La "Healthy China 2019-2030 Initiative"<sup>2</sup> della Commissione sanitaria nazionale ha definito un programma per sostenere stili di vita sani. Uno degli elementi del piano è ridurre l'assunzione

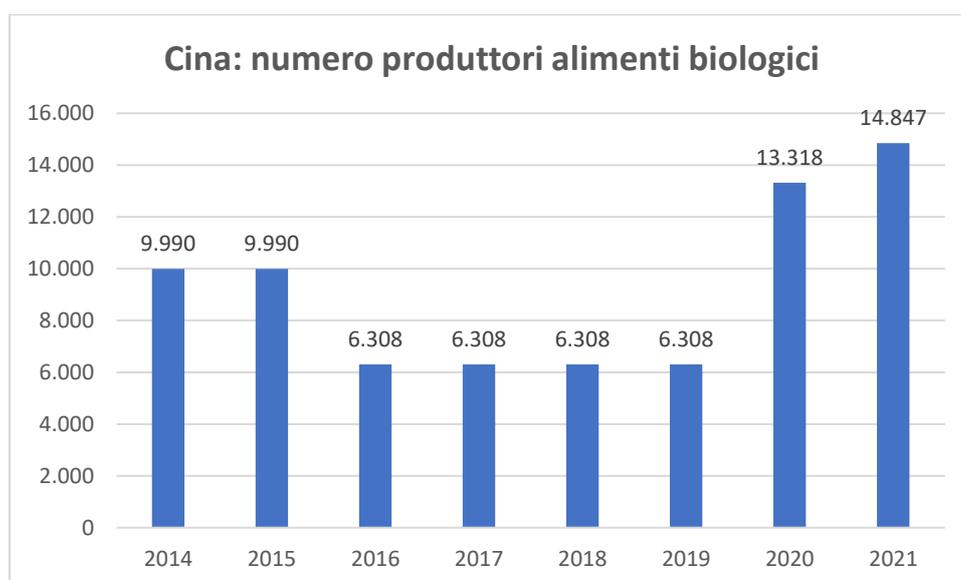
<sup>2</sup> <http://en.nhc.gov.cn/HealthyChinaActionPlan.html>

di zucchero sia negli alimenti confezionati che nelle bevande. Sebbene la Cina non abbia imposto tasse sullo zucchero alle industrie alimentari e delle bevande, a differenza di molti altri mercati, il varo del piano è stato anche visto come un incoraggiamento per i produttori a sviluppare prodotti a ridotto contenuto di zucchero o senza zucchero.

Gli analisti prevedono che il segmento biologico sia destinato ad ottenere risultati particolarmente positivi sia per gli alimenti confezionati che per le bevande nei prossimi anni. I consumatori ad alto reddito sono sempre più alla ricerca di una migliore qualità nei prodotti che acquistano. Tendono a credere che i prezzi più elevati costituiscano indicatori di qualità superiore, e quindi sono portati a scegliere sempre più i prodotti biologici, poiché questi comportano prezzi più alti. Tuttavia, li scelgono per la convinzione che siano di alta qualità, non necessariamente perché sono biologici.

Negli ultimi anni, anche il numero dei produttori cinesi ha fatto registrare un sensibile incremento dopo una vistosa contrazione registrata dal 2016 al 2019, prevalentemente a causa della complessità della nuova legislazione cinese relativa all'implementazione degli standard di certificazione. Nel 2021, sono stati censiti 14.847 produttori, in aumento dell'11,5% rispetto all'anno precedente e del 48,6% rispetto al 2014.

A differenza di altri paesi in via di sviluppo con sistemi di libero mercato, la produzione biologica cinese è principalmente basata su sistemi collettivi organizzati piuttosto che su iniziative imprenditoriali private, e quindi esistono pochissimi agricoltori biologici individuali.



Fonte: *The World of Organic Agriculture Statistics 2023 - Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL*<sup>3</sup>

<sup>3</sup> <https://www.organic-world.net/statistics.html>

Vi sono tre principali modelli di produzione biologica adottati dalle aziende e dalle associazioni di produttori.

Il primo, noto come impresa di gestione in affitto, prevede che un trasformatore biologico o un commerciante prenda in affitto la terra dagli agricoltori e ne gestisca la produzione agricola. Agli agricoltori viene corrisposto un canone ed essi vengono remunerati per diventare braccianti agricoli sui propri terreni concessi in affitto. Il secondo modello è noto come *'Company Plus Production Base Plus Farmer'*, in cui il produttore o il commerciante avvia un progetto di produzione biologica in collaborazione con un agente locale o il governo di un villaggio o di una comune. Gli agricoltori nelle aree di progetto designate vengono invitati a convertirsi alla produzione biologica, in linea con la domanda dell'azienda, e il governo locale firma un contratto a lungo termine con gli agricoltori per l'acquisto della produzione biologica. Il terzo modello è l'associazione di produzione biologica, in base alla quale l'amministrazione del villaggio o gli stessi agricoltori organizzano associazioni di produttori biologici. L'associazione gestisce e fornisce supporto tecnico ai produttori membri e riacquista i loro prodotti, che poi vende a trasformatori o commercianti.

Oltre ai circa 15mila produttori, nel 2021 in Cina si contano circa 4.700 imprese di trasformazione, oltre 2.600 esportatori e soltanto 288 importatori.

### Cina: tipologia e numero di operatori nel settore biologico - 2021



Fonte: *The World of Organic Agriculture Statistics 2023 - Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL*

A causa della disponibilità di vaste aree di coltivazione e dell'ampia varietà di condizioni climatiche, in Cina è possibile coltivare diversi alimenti biologici, ad eccezione di alcuni frutti

ed ortaggi tropicali. I principali prodotti biologici esportati sono ortofrutta trasformata, soia, cereali, tè verde, erbe medicinali e fagioli, greggi o semilavorati.

### Principali categorie di prodotti organici in Cina

Categorie	Tipologie di prodotti
<b>Granaglie</b>	Riso, legumi vari e legumi, arachidi, frumento, grano saraceno, mais, ecc.
<b>Fagioli</b>	Fagiolo mungo (soia verde), fagiolo, ecc.
<b>Oli vegetali</b>	Soia, colza, lino, semi di girasole, semi di zucca, ecc.
<b>Ortaggi</b>	Tutti i tipi di ortaggi a foglia, ortaggi a radice tuberosa, ortaggi a pianta tuberosa, aglio, zenzero, germogli di bambù (per lo più raccolti selvatici), funghi (entrambi da coltivazione e raccolto selvatico), ecc.
<b>Frutta</b>	Mele, pere, fragole, mirtilli, pesche, giuggiole, uva, ecc.
<b>Tè</b>	Tè verde, tè nero, tisane, tè Puer, tè Wuloon, ecc.
<b>Fibre tessili</b>	Cotone, seta, lino, ecc.
<b>Erbe medicinali</b>	Ginseng, varie erbe medicinali cinesi (sia da coltivazione che da raccolto selvatico), ecc.
<b>Prodotti animali</b>	Carne, uova e latticini, ecc.
<b>Acquacoltura</b>	Pesce, gamberi, granchi, ecc.
<b>Alimenti trasformati</b>	Verdure surgelate, frutta secca, verdure e frutta in lattina, ecc.

Il 29 dicembre 2022, la *Certification and Accreditation Administration of China* (CNCA) ha annunciato un emendamento al Catalogo della certificazione dei prodotti biologici in Cina introducendo 121 nuovi prodotti. Il Catalogo comprende 47 Categorie e 133 sottocategorie. Per la consultazione del catalogo si rinvia al seguente link (in cinese):

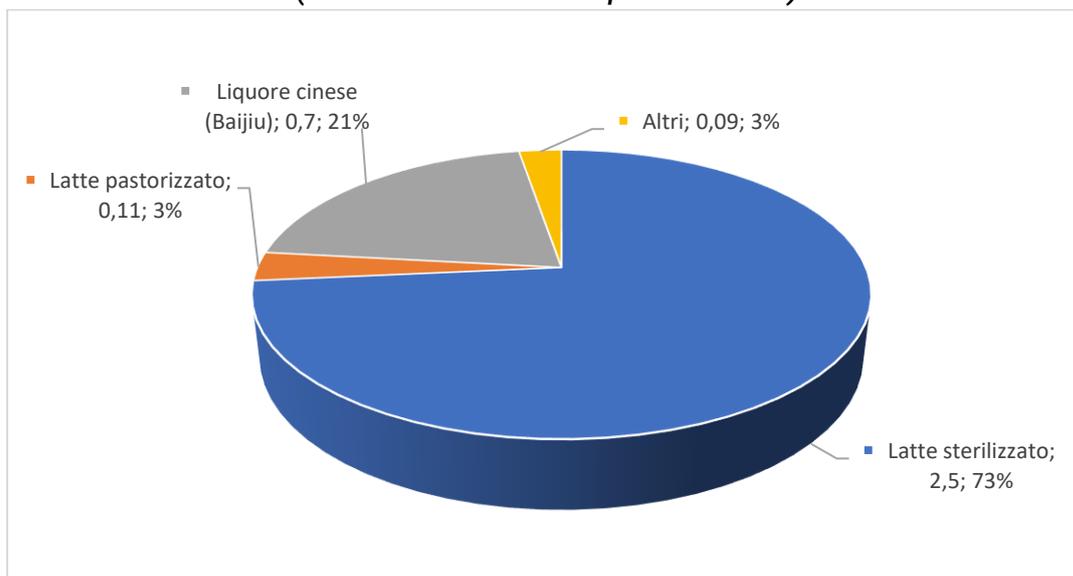
[http://www.cnca.gov.cn/zw/gg/gg2022/202212/t20221229\\_66514.shtml](http://www.cnca.gov.cn/zw/gg/gg2022/202212/t20221229_66514.shtml)

Come rivelato dal rapporto sulla certificazione dei prodotti biologici e sullo sviluppo industriale della Cina 2022, nel 2021 oltre 3,4 miliardi di prodotti sono stati contrassegnati con il logo biologico cinese, di cui 3,3 miliardi (circa il 76%) di prodotti domestici, dei quali 2,5 miliardi sono prodotti lattiero-caseari.

Sebbene l'industria degli alimenti biologici in Cina si stia sviluppando rapidamente, non è ancora matura alla stessa stregua del mercato di altri paesi. Attualmente, vi sono pochi

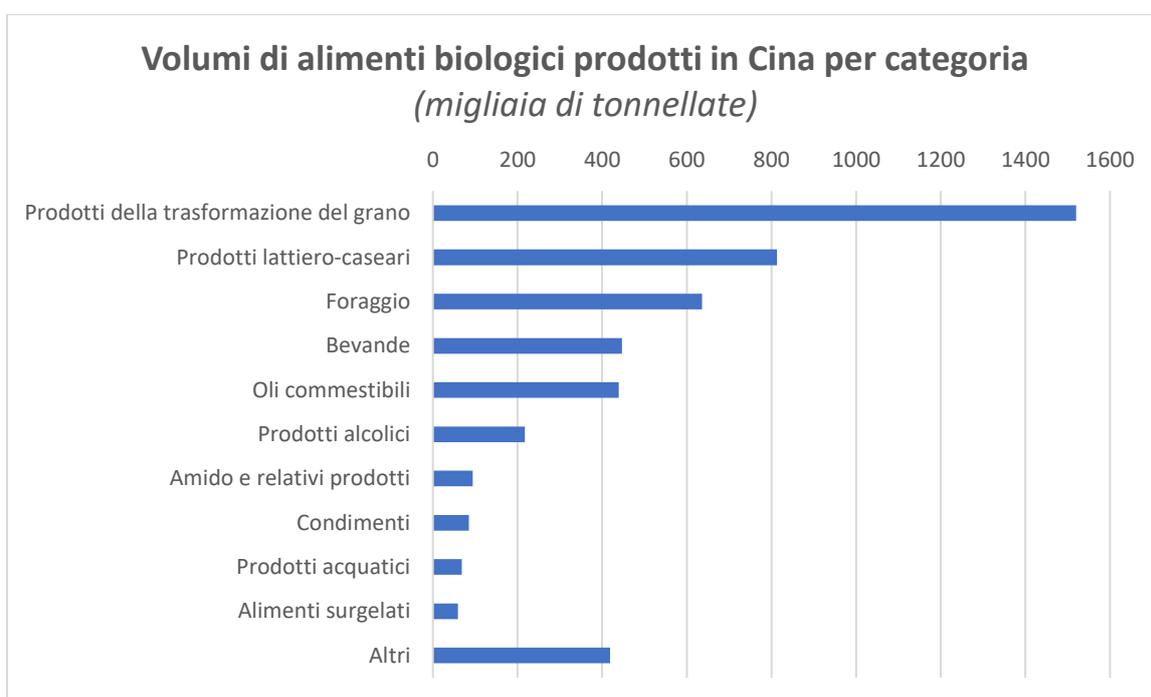
concorrenti noti o di grandi dimensioni nel campo degli alimenti biologici, ad eccezione dell'industria lattiero-casearia, che è affollata sia di colossi cinesi che di attori stranieri.

### Prodotti biologici trasformati in Cina - 2021 (volumi in milioni e percentuali)



Fonte: *China's Organic Product Certification and Industrial Development Report 2022*

Per quanto riguarda la struttura produttiva, la maggior parte dei prodotti biologici prodotti localmente in Cina è costituita da alimenti primari ed i suoi prodotti trasformati sono principalmente cereali trasformati, mangimi, olio commestibile, ecc.



Fonte: *China's Organic Product Certification and Industrial Development Report 2022*

La maggiore attenzione alla sicurezza e agli standard di alta qualità, alimentata dalla diffusione del Covid-19, ha determinato un forte incremento delle vendite di latte biologico. In generale, gli alimenti biologici per bambini sono la categoria più ampia all'interno degli alimenti biologici confezionati in Cina, con il latte biologico che registra le vendite più elevate e robuste dinamiche di crescita. I genitori cinesi sono molto attenti ai prodotti che offrono ai propri figli e sono felici di spendere un *"premium price"*, se necessario. Tuttavia, non è necessariamente la natura organica di questi prodotti che attrae i genitori. Gli alimenti biologici per bambini hanno un vantaggio principalmente dovuto al loro posizionamento premium, perché i genitori si illudono che, pagando un prezzo più elevato, ottengono una qualità migliore. La categoria del latte biologico è stata stimolata anche dall'innovazione di prodotto. L'attore leader Inner Mongolia Yili Industrial Group ha lanciato il latte biologico senza grassi con il suo marchio Satine, soddisfacendo così le esigenze delle giovani mamme cinesi. Inoltre, offre latte biologico per bambini anche in confezioni di piccole dimensioni.

Le bevande biologiche rimangono di gran lunga la categoria più limitata all'interno delle bevande per la salute e il benessere in Cina, principalmente a causa della scarsa consapevolezza dei consumatori. Le vendite di bibite biologiche non raggiungono fatturati notevoli, con le bevande calde biologiche che costituiscono il segmento dominante e, all'interno di questo, le vendite sono rappresentate esclusivamente da tè biologico, principalmente tè verde biologico. Gli elevati costi di produzione, la scarsa consapevolezza dei consumatori e la limitata distribuzione hanno inibito la crescita in valore e in volume dei succhi di frutta o vegetali in Cina e la maggioranza dei produttori locali non mostra ancora interesse all'agricoltura biologica. Sebbene vi sia disponibilità di alcuni prodotti biologici come il succo di bacche di Goji della Damohong, la varietà dell'offerta è molto limitata. Inoltre, il limitato coinvolgimento di attori internazionali nell'ambito della categoria ha contribuito alla sua dimensione molto limitata in Cina.

Uno degli ostacoli alla produzione di bevande biologiche in Cina è rappresentato dai costi elevati. Per ottenere la certificazione biologica, non deve essere utilizzata alcuna sostanza chimica sintetica, come pesticidi, erbicidi, fertilizzanti o altri additivi, nella coltivazione degli ingredienti. Secondo gli standard nazionali, sono necessari tempi molto lunghi per ottenere un certificato. Inoltre, la certificazione è valida solo per un anno e richiede un'ispezione annuale per mantenere la validità dell'etichetta, e la certificazione molte volte viene revocata. La maggior parte degli operatori non ritiene quindi che lo sforzo e i costi valgano la pena di essere affrontati. Peraltro, i consumatori mantengono un relativo scetticismo sull'autenticità delle certificazioni organiche che, in alcune province, possono essere acquistate illegalmente.

Il marchio Inner Mongolia Yili Industrial Group Co. Ltd guida ampiamente il panorama biologico in Cina, con una quota di mercato del 28%. China Mengniu Dairy Co. Ltd detiene un distante secondo posto, con una quota inferiore al 12%. Completa il panorama delle grandi società cinesi la Heilongjiang Feihe Co. Ltd con una quota di mercato dell'8,6%. Oltre alle grandi imprese cinesi, il mercato è caratterizzato dalla presenza di grandi multinazionali che molto spesso possiedono propri stabilimenti produttivi in Cina.



### Quote di mercato dei produttori di prodotti alimentari biologici confezionati

Quote di mercato sulle vendite al dettaglio	2017	2018	2019	2020	2021
Inner Mongolia Yili Industrial Group Co Ltd	28.6	27.9	25.0	27.8	28.3
Inner Mongolia Mengniu Dairy Industry (Group) Co Ltd	14.8	14.5	13.2	12.5	11.9
Shanghai Wyeth Nutritional Co Ltd	1.6	6.3	8.5	9.5	9.6
Heilongjiang Feihe Dairy Co Ltd	0.5	3.1	4.5	6.9	8.6
Abbott Nutrition International (China)	9.2	11.9	13.5	9.4	7.6
Inner Mongolia Shengmu Organic Milk Co Ltd	8.6	4.9	3.6	3.4	3.1
Hain Celestial Group Inc, The	1.6	1.7	1.9	2.1	2.2
Little Freddie Productions Ltd	0.5	1.5	2.3	2.3	2.2
Shijiazhuang Junlebao Milk Co Ltd	0.0	0.0	0.0	1.6	2.0
Ausnutria Dairy (Hunan) Co Ltd	0.8	1.7	2.3	2.0	1.7
Health & Happiness (H&H) International Holdings Ltd	0.5	1.4	1.7	1.5	1.3
Bellamy's Organic Food Trading (Shanghai) Co Ltd	2.3	1.6	1.4	1.3	1.2
Guangzhou Topsunny Bio-Technology Co Ltd	2.1	1.9	1.7	1.3	1.1
Qingdao Changshou Foods Co, Ltd	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
Zhejiang Choisun Tea Development Co, Ltd	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2
Minerva Agricola Alimentare Srl	-	-	-	-	-
Altri	28.4	21.2	20.0	18.1	18.8
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Euromonitor international

Per quanto concerne i marchi, dominano quelli relativi al latte biologico per l'infanzia, con il marchio Satine di Inner Mongolia Yili Industrial Group Co Ltd che nel 2021 detiene una quota del 26,2% sul totale delle vendite al dettaglio, seguito dal marchio Deluxe Organic di China Mengniu Dairy Co. Ltd con una quota di circa il 12%. Segue la Nestlé con il marchio illumina con una quota di mercato del 9,6%.

## Quote di mercato dei marchi di prodotti alimentari biologici confezionati

Quote di mercato sulle vendite al dettaglio	Azienda	2018	2019	2020	2021
Satine	Inner Mongolia Yili Industrial Group Co Ltd	27.9	25.0	26.0	26.2
Deluxe Organic (China Mengniu Dairy Co Ltd)	Inner Mongolia Mengniu Dairy Industry (Group) Co Ltd	14.5	13.2	12.5	11.9
illumina (Nestlé SA)	Shanghai Wyeth Nutritional Co Ltd	6.3	8.5	9.5	9.6
Firmus (Feihe International Inc)	Heilongjiang Feihe Dairy Co Ltd	3.1	4.5	6.9	8.6
Eleva (Abbott Laboratories Inc)	Abbott Nutrition International (China)	11.9	13.5	9.4	7.6
Shengmu	Inner Mongolia Shengmu Organic Milk Co Ltd	4.9	3.6	3.4	3.1
Earth's Best	Hain Celestial Group Inc, The	1.7	1.9	2.1	2.2
Little Freddie (Sunny Fields Enterprise Ltd)	Little Freddie Productions Ltd	1.5	2.3	2.3	2.2
Yili	Inner Mongolia Yili Industrial Group Co Ltd	-	-	1.7	2.1
Jun Le Bao	Shijiazhuang Junlebao Milk Co Ltd	-	0.0	1.6	2.0
Allnutria (Australia Ausnutria Dairy Pty Ltd)	Ausnutria Dairy (Hunan) Co Ltd	1.7	2.3	2.0	1.7
Healthy Times (Healthy Times Inc)	Health & Happiness (H&H) International Holdings Ltd	1.4	1.7	1.5	1.3
Bellamy's Organic (China Mengniu Dairy Co Ltd)	Bellamy's Organic Food Trading (Shanghai) Co Ltd	-	-	1.3	1.2
Hipp (Hipp GmbH & Co Vertrieb KG)	Guangzhou Topsunny Bio-Technology Co Ltd	1.9	1.7	1.3	1.1
Diyifang	Qingdao Changshou Foods Co, Ltd	0.3	0.3	0.3	0.3
Choisun	Zhejiang Choisun Tea Development Co, Ltd	0.2	0.2	0.2	0.2
Bellamy's Organic (Bellamy's Australia Ltd)	Bellamy's Organic Food Trading (Shanghai) Co Ltd	1.6	1.4	-	-
Bellamy's Organic (Tasmanian Pure Foods Group)	Bellamy's Organic Food Trading (Shanghai) Co Ltd	-	-	-	-
Minerva (PZ Cussons Plc)	Minerva Agricola Alimentare Srl	-	-	-	-
Altri	Altri	21.2	20.0	18.1	18.8
<b>Totale</b>	<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Euromonitor international

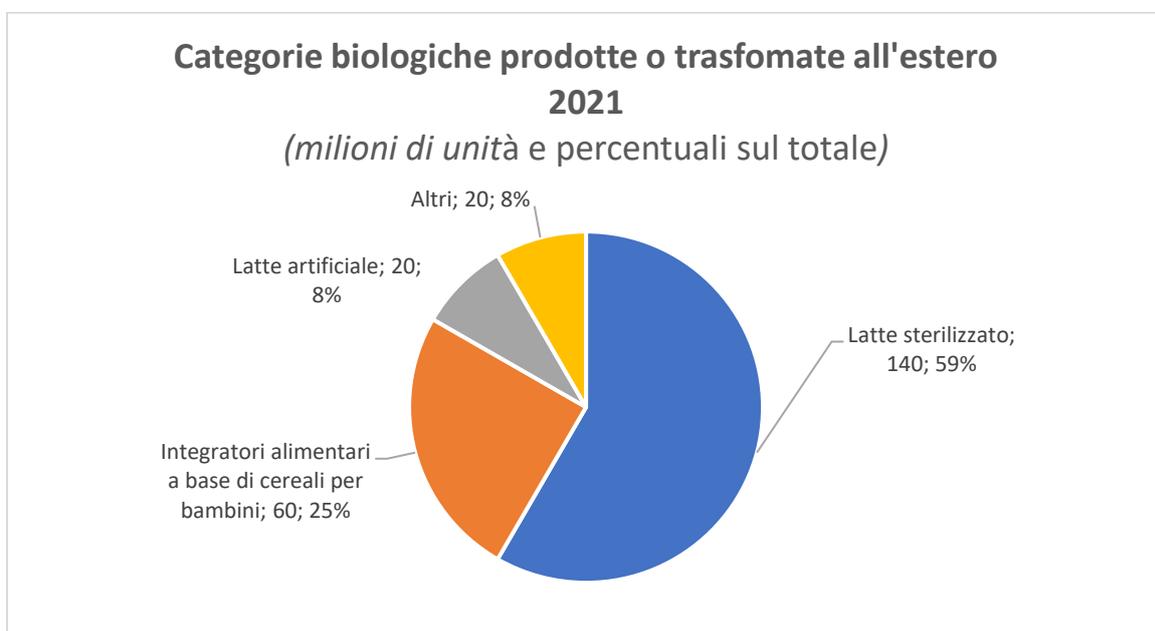


Fino a non molto tempo addietro, l'agricoltura biologica cinese era principalmente orientata all'esportazione. Come in molti altri paesi in via di sviluppo, le esportazioni biologiche cinesi sono concentrate su tre mercati principali: Europa, Nord America e Giappone. I principali prodotti biologici principalmente esportati sono verdure lavorate, soia, cereali, tè verde, erbe officinali e fagioli.

Le industrie biologiche cinesi importano consistenti volumi di prodotti biologici, in particolare materie prime e prodotti semilavorati, come ingredienti per prodotti trasformati, la maggior parte dei quali viene poi esportata. Zucchero organico, frutta secca, noci e miele sono i principali ingredienti importati.

Un'altra categoria di importazioni è destinata al mercato interno, che è in rapida crescita dalla metà degli anni 2000. Si tratta principalmente di merci che non possono essere prodotte all'interno del paese. Inizialmente, tali importazioni consistevano soltanto in prodotti finiti, ma in una fase successiva le importazioni hanno cominciato ad includere prodotti sfusi che vengono riconfezionati in Cina. Le principali importazioni per i consumatori cinesi includono frutta tropicale fresca, frutta secca, noci, spezie, quinoa, miele, caffè e snack.

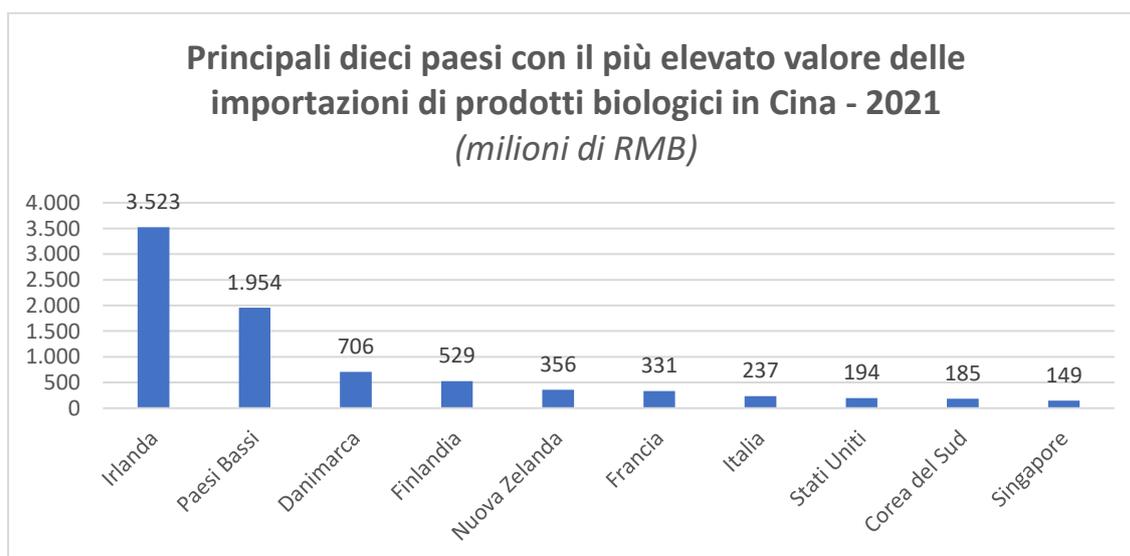
Nel grafico seguente sono rappresentati i volumi complessivi delle merceologie biologiche che hanno ottenuto il logo organico in Cina nel 2021.



Fonte: China's Organic Product Certification and Industrial Development Report 2022

Nel 2021, soltanto 288 imprese straniere provenienti da 53 paesi hanno ottenuto la certificazione biologica per i propri prodotti in Cina. Il paese che ha registrato i valori delle importazioni più elevato è stata l'Irlanda con 3,5 miliardi di yuan, seguita dai Paesi Bassi con circa 2 miliardi, la Danimarca con 706 milioni di yuan e la Nuova Zelanda (356 milioni di RMB). L'Italia si è collocata al settimo posto della graduatoria, dopo la Francia, con 237 milioni di RMB.

Tra le motivazioni che spiegano l'esiguo numero delle certificazioni rilasciate ad imprese straniere vi è il dispendioso processo in termini di costi e tempi che comporta della certificazione organica in Cina che comprende i costi per la costituzione di un'entità legale in Cina ed i costi e tempi per il procedimento di certificazione, tra cui le spese necessarie per inviare gli ispettori locali a controllare le infrastrutture produttive all'estero. Di conseguenza, molti marchi stranieri non optano per l'ottenimento della certificazione prima di entrare nel mercato cinese ma preferiscono introdurre e rafforzare la consapevolezza del proprio marchio presso il mercato al consumo, prima di compiere i passi necessari per l'ottenimento della certificazione. A tal fine, la tecnologia *blockchain* di tracciamento, unitamente ad algoritmi di intelligenza artificiale integrati nella "super-applicazione" cinese WeChat si sono rivelate molto utili per i marchi stranieri che desiderino penetrare nel mercato cinese, come ad esempio Earth's Best e Topfer.

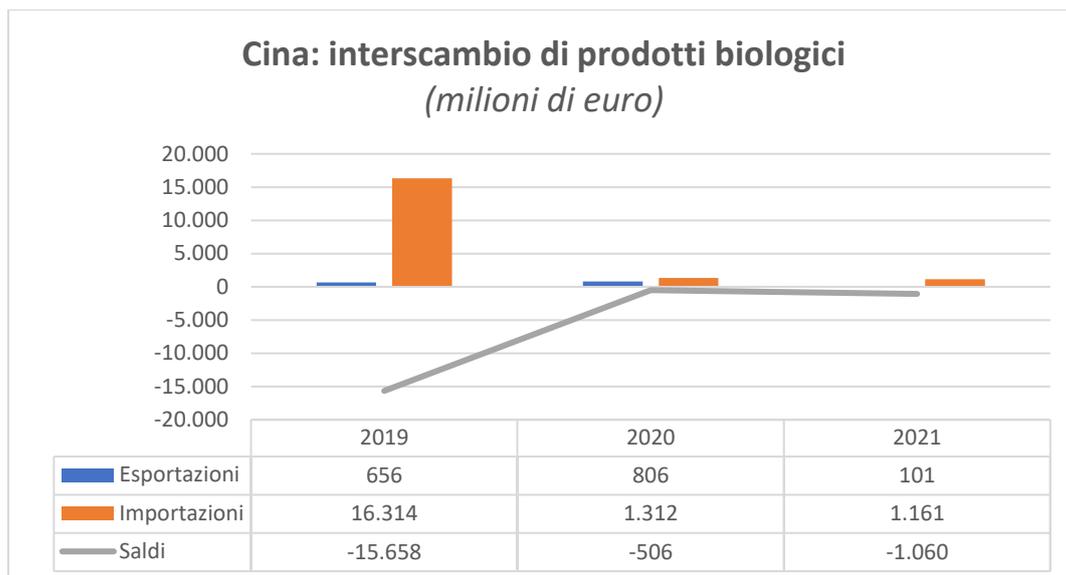


Fonte: *China's Organic Product Certification and Industrial Development Report 2022*

Purtroppo, non esistono specifiche e dettagliate statistiche di commercio estero di prodotti biologici in Cina.

Secondo la recente rilevazione dell'Istituto di ricerca sull'agricoltura biologica FIBI, nel 2021 le esportazioni cinesi sono state pari a 101 milioni di euro, mentre le importazioni hanno

totalizzato un valore di 1,2 miliardi di euro, per un disavanzo complessivo di circa 1,1 miliardi di euro.



Fonte: *The World of Organic Agriculture Statistics 2023 - Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL*

## I canali distributivi

La struttura del mercato al dettaglio biologico cinese è composta principalmente da produttori (inclusi trasformatori e confezionatori), importatori, distributori, dettaglianti e servizi di ristorazione.

I produttori includono i trasformatori e i confezionatori nazionali che gestiscono parte della catena del valore del prodotto biologico. Dato che possiedono prodotti biologici in conversione, che non sono in grado di esportare come biologici, sono alla ricerca di piccoli premi sui prezzi offrendo tali beni sul mercato interno. In generale, quindi, i produttori si concentrano prevalentemente sul mercato interno. Negli ultimi anni, tuttavia, il mercato interno degli alimenti biologici in Cina ha registrato una notevole crescita e i rivenditori sono diventati importanti motori dello sviluppo del mercato, sfidando il tradizionale dominio esercitato dai produttori.

Dei circa 15.000 produttori biologici in Cina, 12.500 vendono solo a livello nazionale, mentre il resto produce per l'esportazione.

I produttori nazionali sono certificati da uno degli oltre cento certificatori approvati a livello locale, mentre la produzione per l'esportazione viene certificata da certificatori stranieri approvati dalle autorità cinesi (come ECOCERT, Agricert, SRS, NASAA Organic).

In Cina esistono due organizzazioni con standard propri approvati dalla Federazione internazionale dei movimenti per l'agricoltura biologica (IFOAM): The Organic Food

Development and Certification Center of China (OFDC) e Sunshine Earth Farm. OFDC ha sviluppato un'etichetta propria che può essere utilizzata solo sui prodotti esportati.

Attualmente sono relativamente poche (circa 300) le aziende che importano prodotti biologici da distribuire sul mercato cinese. Principalmente le importazioni provengono dall'Australia, per lo più latticini e carni biologiche, Stati Uniti, Europa e Giappone. Esse vengono effettuate attraverso canali di importazione ufficiali e i prodotti vengono distribuiti con loghi organici cinesi ufficiali. La maggior parte degli importatori effettua anche la distribuzione interna, tramite diversi rivenditori, ma alcuni di essi si occupano solo delle importazioni finalizzate ad alimentare le proprie vendite al dettaglio. Vi sono anche alcuni importatori che importano prodotti biologici come prodotti convenzionali e li vendono senza il logo biologico cinese. Alcuni consumatori cinesi riconoscono le etichette estere su tali prodotti (ad es. sigilli biologici Ue o USDA) e li acquistano con la consapevolezza che si tratti di prodotti biologici. Tuttavia, a rigore, se i prodotti vengono importati come biologici, dovrebbero venire ricertificati in Cina. Secondo le normative cinesi, tutte le importazioni devono essere etichettate in cinese prima di poter essere distribuite sul mercato interno.

Attualmente, esistono pochi distributori specializzati per i prodotti biologici, essendo la distribuzione effettuata principalmente dagli stessi produttori e trasformatori.

Tutti i distributori hanno copertura cittadina, provinciale o regionale e possono collaborare con distributori in altre aree perché il paese è troppo grande perché i distributori abbiano una propria rete di distribuzione nazionale.

La vendita al dettaglio di prodotti biologici in Cina avviene principalmente attraverso sette diversi canali: supermercati, ipermercati, negozi specializzati, canali e-commerce, vendite dirette, servizi di ristorazione e mercati degli agricoltori.

I supermercati alimentari costituiscono il principale canale di vendita per i prodotti biologici. I supermercati di fascia alta, come HK Citysuper, Hema, CityShop, Parksons, Nextage, operano esclusivamente nelle grandi città, mentre gli ipermercati, come Carrefour, Wal-Mart, Metro, Jusco, Tesco, Lotus e Tops hanno maggiore diffusione sul territorio. Questi supermercati dominano le vendite al dettaglio dei prodotti biologici in Cina, rappresentando oltre il 90% della distribuzione di prodotti biologici.

In alcune grandi città, i prodotti biologici sono venduti anche attraverso la vendita diretta (consegna a domicilio) e i servizi di ristorazione (ristoranti e caffè). Inoltre, sono anche venduti attraverso negozi specializzati, sia gestiti da rivenditori professionali sia dai produttori stessi. Il primo gruppo offre ovviamente una gamma più ampia di prodotti rispetto ai produttori con vendita diretta. Tra i principali negozi specializzati si citano: Lohao City

Organic Shop (Pechino), Lukasu Organic Shop (Pechino), Crab Island Organic Shop (Pechino), Diandian Green Organic Food Shop (Pechino), Haikele Organic Food Chain Shops (Shanghai), Tongmai Food (Shanghai) and Planck Organic Food Shops (Nanchino).

La crescente varietà di prodotti offerti dalle vendite al dettaglio su Internet rappresenta un fattore determinante delle preferenze dei consumatori per i prodotti biologici. Inoltre, con una crescente attenzione alla salute e al benessere e con l'aumento del reddito disponibile, le vendite al dettaglio online di alimenti confezionati biologici stanno sperimentando una forte crescita, in particolare tra i giovani consumatori. Nell'ambito degli alimenti confezionati biologici, l'utilizzo del canale di vendita al dettaglio su Internet rappresenta un fattore cruciale per poter offrire una selezione più ampia e promuovere piattaforme transfrontaliere per i consumatori che acquistano prodotti biologici importati.

Considerando la rapida crescita delle vendite al dettaglio su Internet in Cina, questo canale dovrebbe diventare sempre più di notevole importanza nella distribuzione di prodotti biologici, favorendone la crescita.

#### Distribuzione di prodotti biologici confezionati per tipologia di canale

Quote % sul totale delle vendite al dettaglio	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Negozi al dettaglio	94.7	93.6	92.5	91.7	90.8	90.2
- Negozi alimentari	94.7	93.6	92.5	91.7	90.8	90.2
-- Alimentari moderni	58.4	57.7	57.2	56.8	56.3	55.9
--- Minimarket	-	-	-	-	-	-
--- Discount	-	-	-	-	-	-
--- Negozi di piazzale (ad es. distributori di carburante)	0.8	0.7	0.6	0.5	0.3	0.3
--- Hypermarket	29.0	28.8	28.5	28.3	28.0	27.8
--- Supermarket	28.6	28.2	28.1	28.0	27.9	27.8
-- Alimentari tradizionali	36.3	35.9	35.3	34.9	34.5	34.3
--- Specialisti di cibo/bevande/tabacco	-	-	-	-	-	-
--- Piccoli alimentari indipendenti	10.1	9.5	9.3	9.0	8.7	8.4
-- Altri negozi alimentari	26.2	26.4	26.0	25.9	25.9	25.8
- Specialisti non alimentari	-	-	-	-	-	-
- Dettaglianti misti	-	-	-	-	-	-
Distribuzioni al dettaglio non in negozio	5.3	6.4	7.5	8.3	9.2	9.8
- Distributori automatici	-	-	-	-	-	-
- Homeshopping	-	-	-	-	-	-
- E-Commerce	5.3	6.4	7.5	8.3	9.2	9.8
- Vendite dirette	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fonte: Euromonitor international

In alcune grandi città i prodotti biologici vengono venduti anche tramite vendita diretta (consegna a domicilio), servizi di ristorazione (ristoranti e caffè) e mercati degli agricoltori.

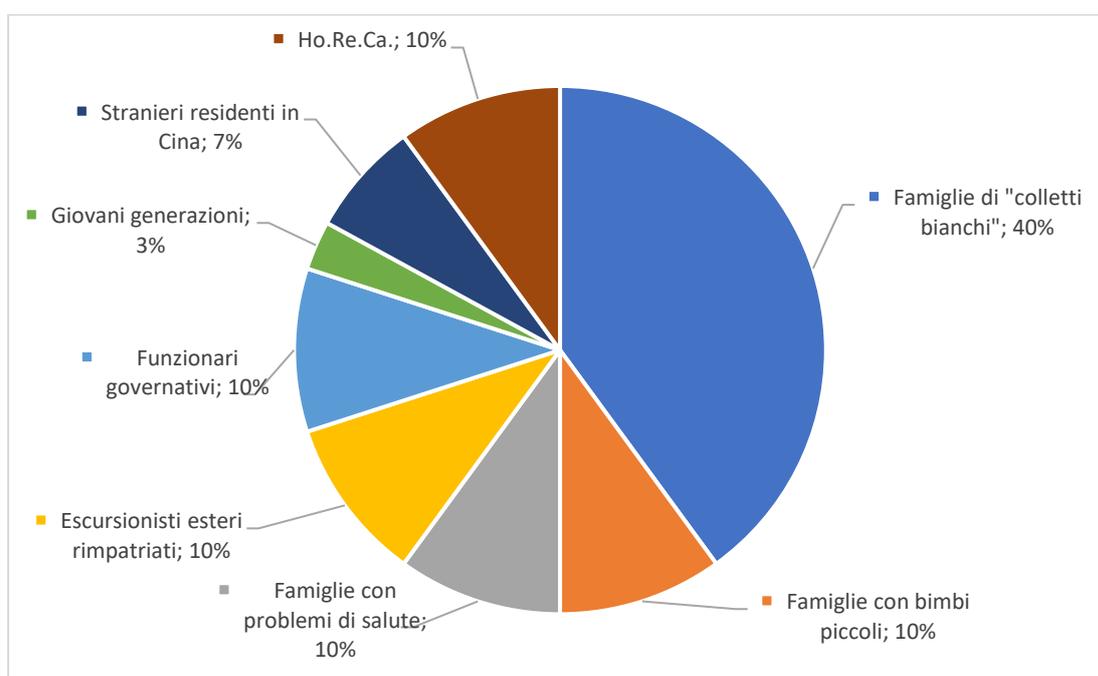
## Profili e comportamenti dei consumatori cinesi

Come in molti altri paesi, i prodotti biologici sono relativamente costosi e i consumatori che li acquistano provengono principalmente da famiglie benestanti con elevati livelli di istruzione. Includono persone che lavorano per grandi imprese cinesi o società estere, personale dirigente, famiglie espatriate ed alti funzionari governativi.

Tuttavia, la maggior parte dei consumatori cinesi è molto sensibile ai prezzi e cerca un buon rapporto qualità-prezzo quando acquista alimenti.

Mentre, in generale, i consumatori preferiscono tradizionalmente acquistare cibi cinesi, lo stile di vita e il consumo di cibo occidentali stanno diventando sempre più popolari, soprattutto tra le giovani generazioni che hanno viaggiato all'estero per motivi di studio o lavoro.

### Segmentazione dei consumatori cinesi di prodotti biologici



Fonte: elaborazioni da Daxue Consulting

È possibile quindi suddividere i consumatori di prodotti biologici in Cina in otto gruppi principali:

- famiglie di "colletti bianchi";
- famiglie con bimbi piccoli;
- famiglie con problemi di salute;
- "escursionisti" esteri rimpatriati e manager delle società di Taiwan e Hong Kong;
- funzionari governativi;
- giovani generazioni (millennial e Gen Z)
- stranieri che vivono in Cina;

- canali Ho.Re.Ca.

Ciascuno di questi gruppi possiede preferenze e comportamenti di consumo differenziati.

### 1) Famiglie di colletti bianchi

Questo è il principale gruppo di consumatori di prodotti biologici in Cina. Con elevati livelli di istruzione e redditi disponibili, le persone in questo gruppo sono diventate sempre più preoccupate per la propria salute e sempre più interessate anche alla protezione ed alla conservazione dell'ambiente. Questo gruppo rappresenta circa il 40% di consumatori biologici della Cina.

### 2) Famiglie con bimbi piccoli

Questo gruppo detiene una quota di mercato di circa il 10%. La politica " *One Child One Family*", una delle politiche di controllo delle nascite attuata dal governo cinese dal 1980 al 2016, nell'ambito della pianificazione familiare per contrastare il fortissimo incremento demografico del paese, ha creato milioni di famiglie con un figlio unico, soprattutto nelle grandi città. In queste famiglie, fino a sei adulti (padre, madre, due nonni e due nonne) accudiscono un solo bambino. Sono quindi interessati a fornire il miglior cibo possibile per questo bambino. In molte di queste famiglie, i genitori sono giovani, altamente istruiti e conoscono i benefici per la salute degli alimenti biologici. Scelgono quindi alimenti biologici per se stessi e i loro figli. I consumatori di questo gruppo di solito possiedono redditi medio-alti, avendo spesso sia il marito che la moglie che lavorano. Acquistano principalmente da negozi specializzati e supermercati e hanno accesso ad un'intera gamma di prodotti biologici, come alimenti biologici per bambini, latticini biologici, prodotti biologici per la cura della pelle, frutta e verdura biologica ed altri alimenti funzionali. C'è una certa sovrapposizione tra questo e il primo gruppo. Ma c'è anche una differenza fondamentale: il primo gruppo è composto principalmente da consumatori che acquistano biologico a tempo indeterminato, mentre alcune famiglie con bambini piccoli sono solo consumatrici temporanee di prodotti biologici e successivamente possono anche cessare di acquistarli, man mano che i loro figli crescono.

### 3) Famiglie con problemi di salute

Questo gruppo comprende famiglie con membri, spesso anziani, che soffrono di problemi di salute, come ipertensione, colesterolo o glicemia o malattie cardiache. Queste persone sono sotto controllo e trattamento medico o in convalescenza e hanno bisogno di consumare pasti sani. Tali famiglie acquistano alimenti biologici per i propri componenti con problemi di salute

così come per gli altri membri della famiglia. Consumano anche altri integratori alimentari salutari. Questo gruppo di consumatori, sia gli anziani che i loro figli, di solito costituiscono coorti a reddito medio-alto. Acquistano vari tipi di alimenti biologici e costituiscono acquirenti abituali. Preferiscono acquistare prodotti biologici presso i negozi specializzati ed i loro acquisti principali consistono in alimenti naturali poco lavorati e di alimenti funzionali.

Si stima che la rispettiva quota di mercato sia all'incirca pari al 10% del mercato biologico totale in Cina.

#### 4) Escursionisti esteri rimpatriati e manager delle aziende di Hong Kong e Taiwan

Negli ultimi venti anni, ma soprattutto durante il Covid-19, molti giovani cinesi che hanno studiato o lavorato all'estero sono ritornati in patria. Durante il loro soggiorno all'estero, sono stati esposti agli stili di vita occidentali, compresa l'acquisizione delle conoscenze relative al cibo biologico. Questi rimpatriati ora svolgono un ruolo importante nell'ambito dello sviluppo economico e tecnico cinese poiché la maggior parte di essi occupa posizioni manageriali o di alto livello in organizzazioni pubbliche e private, dislocate nei maggiori centri urbani del Paese. Ad essi si possono aggiungere anche i numerosi manager delle aziende taiwanesi e di Hong Kong, presenti in Cina continentale con i propri investimenti, con elevati livelli salariali e disponibili a pagare prezzi più elevati per garantirsi sicurezza e salubrità negli alimenti. Rappresentano circa il 10% dei consumatori biologici. È probabile che questo gruppo continui ad espandersi rapidamente nei prossimi anni, dal momento si prevede un ulteriore incremento nel numero di rimpatriati.

#### 5) Funzionari governativi

Ci sono circa 10,5 milioni di funzionari governativi a vari livelli di uffici amministrativi e di partito. Qualora si prendessero in considerazione tutti i dipendenti remunerati con risorse pubbliche, inclusi insegnanti, dipendenti di istituti di ricerca, magistrati, alti funzionari militari e di polizia, ecc. il numero potrebbe superare i 40 milioni. Oltre al loro stipendio base, questi funzionari ricevono vari bonus o benefici. Negli ultimi anni, alcuni uffici governativi hanno introdotto il cibo biologico come bonus per i propri dipendenti. Anche se non è ancora molto popolare, il gran numero di funzionari di governo rende la rispettiva quota di mercato piuttosto significativa, stimata a circa il 10%.

#### 6) Giovani generazioni (millennial e Gen Z)

Le nuove generazioni cinesi, composte da millennial e generazione Z, al pari dei propri omologhi negli altri paesi, sono particolarmente esposte ai concetti di sostenibilità ambientale e supportano l'impegno sociale finalizzato alla lotta al cambiamento climatico. Queste tendenze ne stanno influenzando e modificando anche le abitudini di consumo e gli stili di vita, sospingendo l'acquisto ed il consumo di alimenti biologici per motivi di salubrità e di protezione ambientale. I giovani di questa coorte socioeconomica di solito non dispongono di redditi elevati, ma sono disposti a pagare un premio per acquistare alimenti biologici. La quota di mercato di questo gruppo è stimata intorno al 3% ma in progressiva espansione.

#### 7) Stranieri residenti in Cina

Questo gruppo di consumatori proviene principalmente da Europa, Nord America, Giappone e Repubblica di Corea ed è concentrato nelle grandi città, soprattutto Shanghai. Tuttavia, il loro numero ha subito una pesante contrazione a causa del Covid-19 e delle restrizioni all'ingresso in Cina. Ciò premesso, la maggior parte delle persone straniere che lavorano in Cina dispone di un reddito relativamente elevato che le pone in grado di permettersi l'acquisto di alimenti biologici, di cui sono consumatrici consapevoli nei propri paesi d'origine. Con un reddito disponibile piuttosto elevato, questo gruppo di espatriati acquista una vasta gamma di prodotti biologici, in particolare quelli importati dai propri paesi di origine. Composto da circa il 7% di mercato, acquistano da negozi specializzati, supermercati e vendite dirette.

#### 8) Ho.Re.Ca.

L'ulteriore 10% del mercato è composto da alberghi e ristoranti di alto livello che acquistano prodotti biologici saltuariamente quali ingredienti utilizzati nei menu elaborati dai propri chef.

Uno studio sul comportamento di acquisto dei consumatori condotto tra 204 consumatori biologici cinesi a Pechino e Shanghai ha rivelato che il 98% degli intervistati possiede un diploma universitario o superiore e il 67% lavora in ufficio. Nel sondaggio, i ricercatori hanno anche scoperto che quasi i tre quarti di essi, ovvero il 71%, è disposto a pagare un sovrapprezzo pari al 20-50% per gli alimenti biologici e quasi un quarto, ovvero il 21%, non sarebbe disposto a pagare alcun sovrapprezzo.

I supermercati sono il luogo preferito per gli acquisti (74,5% degli intervistati). Alla domanda sul perché acquistano alimenti biologici, i primi cinque motivi espressi sono stati i seguenti:

1) Applicazione delle norme di qualità;

- 2) Qualità intrinseca;
- 3) Certificazione di qualità;
- 4) Sicurezza alimentare;
- 5) Informazioni sul valore nutrizionale.

I problemi di cui i consumatori cinesi appaiono meno preoccupati sono:

- 1) Promozione e pubblicità di alimenti biologici;
- 2) Aspetto esteriore;
- 3) Se il cibo biologico sia stato prodotto in Cina;
- 4) Status sociale delle persone che acquistano alimenti biologici;
- 5) L'idea di salvare la faccia (*mianzi*) quando si acquista cibo biologico.

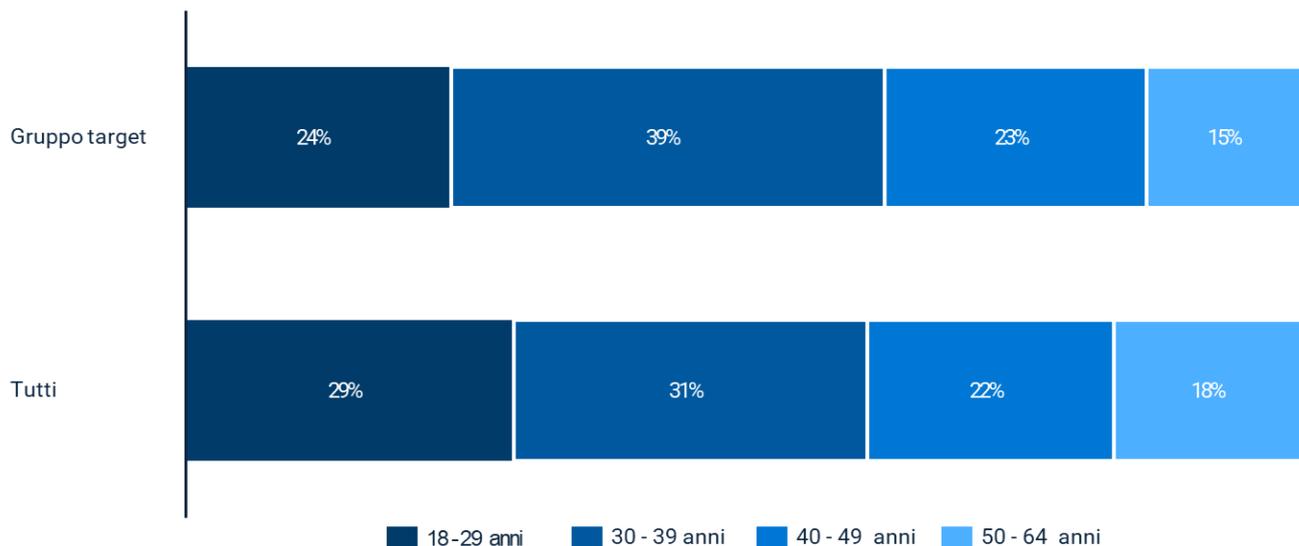
Questi risultati indicano che i consumatori cinesi sono molto preoccupati per la qualità del cibo che definiscono meno in termini di aspetto esteriore e più in termini di proprietà nutritive e di sicurezza. Una certificazione affidabile assume maggiore importanza della pubblicità e della promozione. I consumatori sono anche indifferenti alla circostanza secondo cui i prodotti biologici siano prodotti in Cina o importati.

Qui di seguito si rappresentano i risultati di una ricerca annuale, realizzata dalla società internazionale di indagini statistiche Statista, che offre una panoramica del profilo degli acquirenti dei negozi di alimenti biologici in Cina: chi sono, i loro gusti, i loro valori e come raggiungerli. Fornisce approfondimenti sui loro dati demografici, stili di vita, opinioni e punti di contatto di marketing.

Inoltre, il rapporto consente al lettore di confrontare gli acquirenti dei negozi di alimenti biologici in Cina ("gruppo target") con la media cinese online, etichettata come "tutti gli intervistati". Qui di seguito si fornisce un sintetico quadro degli indicatori rilevanti.

**Età dei consumatori:** il 39% degli acquirenti dei negozi di alimenti biologici ha un'età compresa tra i 30 e i 39 anni

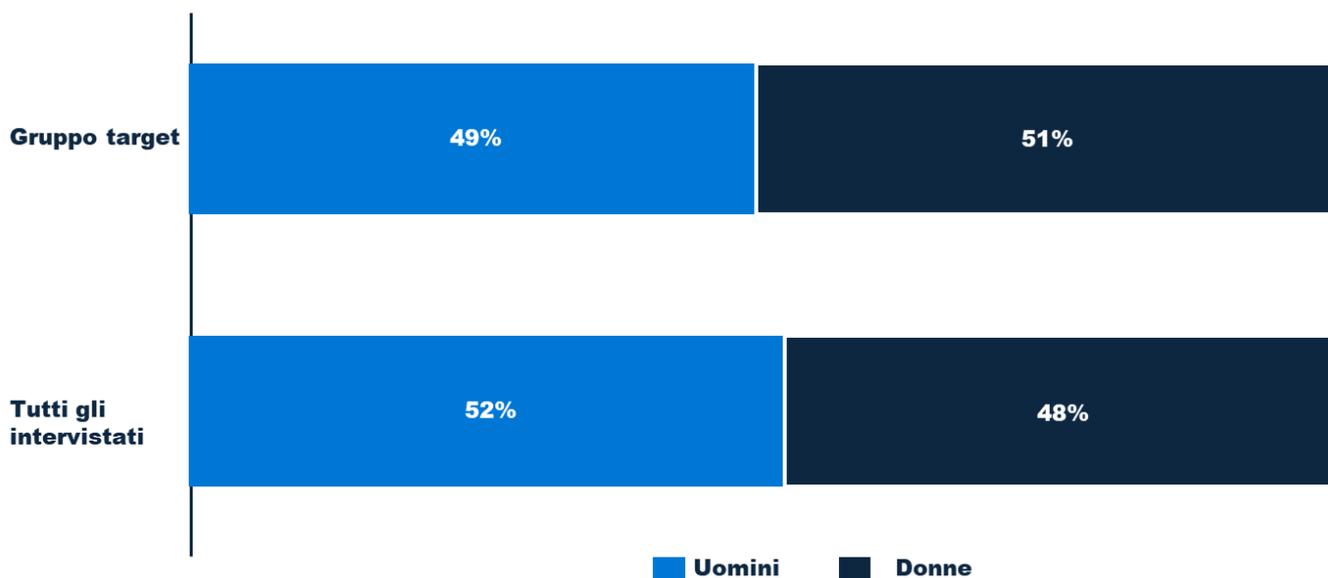
**Età dei consumatori in Cina**



Fonte: Statista

**Profilo demografico (genere):** il 51% degli acquirenti nei negozi di alimenti biologici è costituito da donne

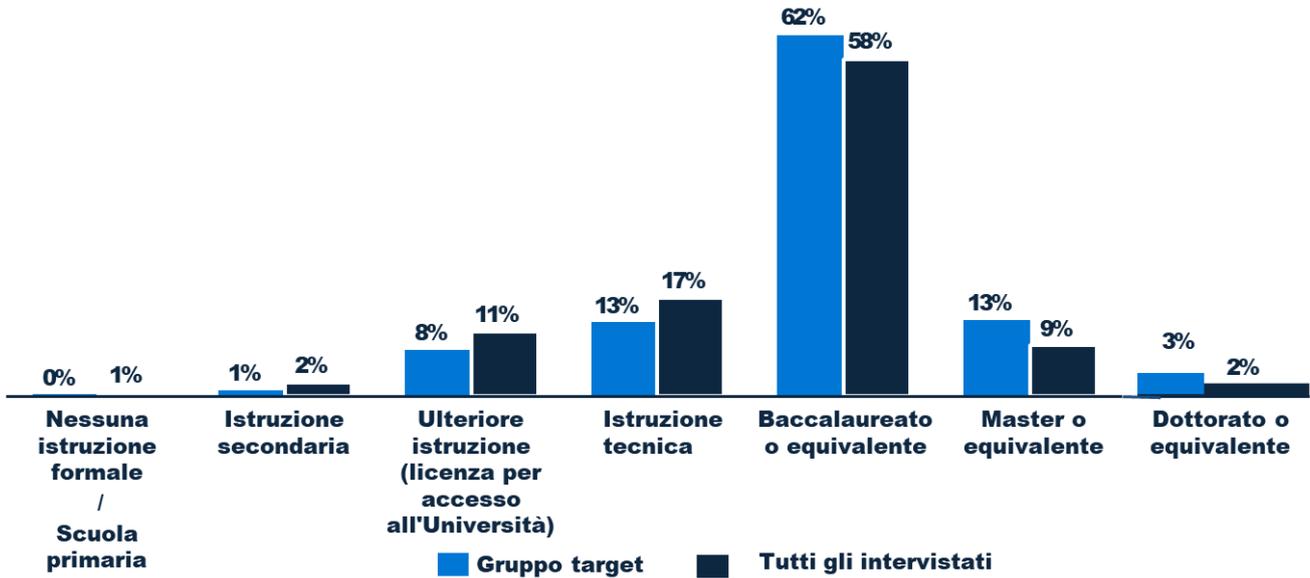
**Genere dei consumatori in Cina**



Fonte: Statista

**Profilo demografico (istruzione):** una quota relativamente elevata di acquirenti nei negozi di alimenti biologici possiede una laurea

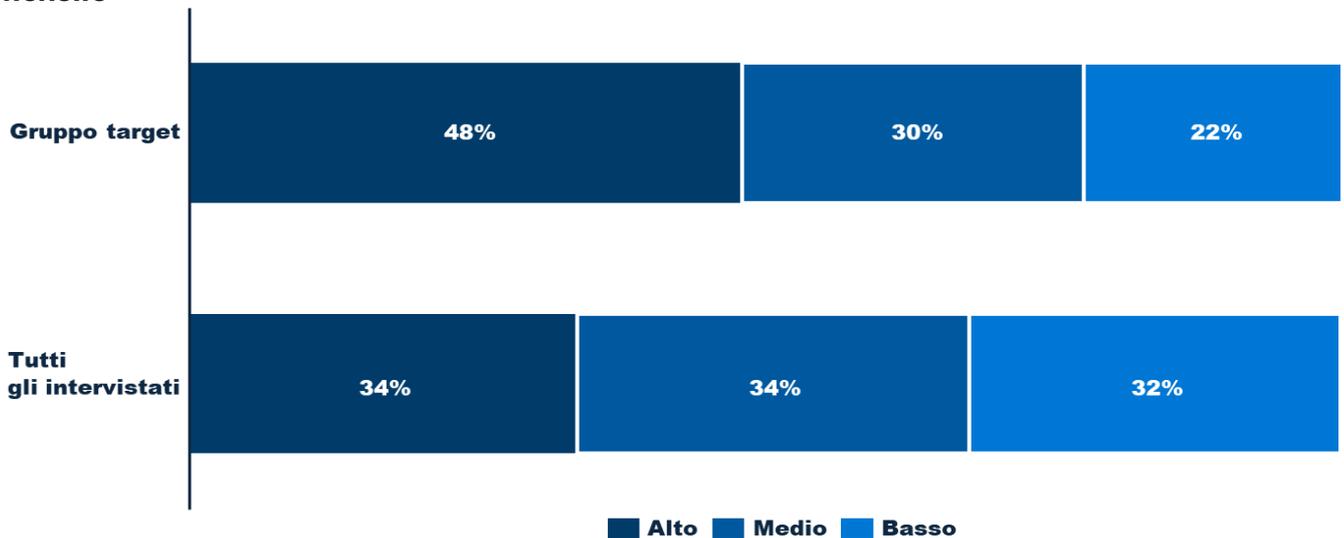
**Livelli di istruzione dei consumatori cinesi**



Fonte: Statista

**Profilo demografico (reddito):** molti acquirenti di negozi di alimenti biologici possiedono un reddito familiare annuo elevato

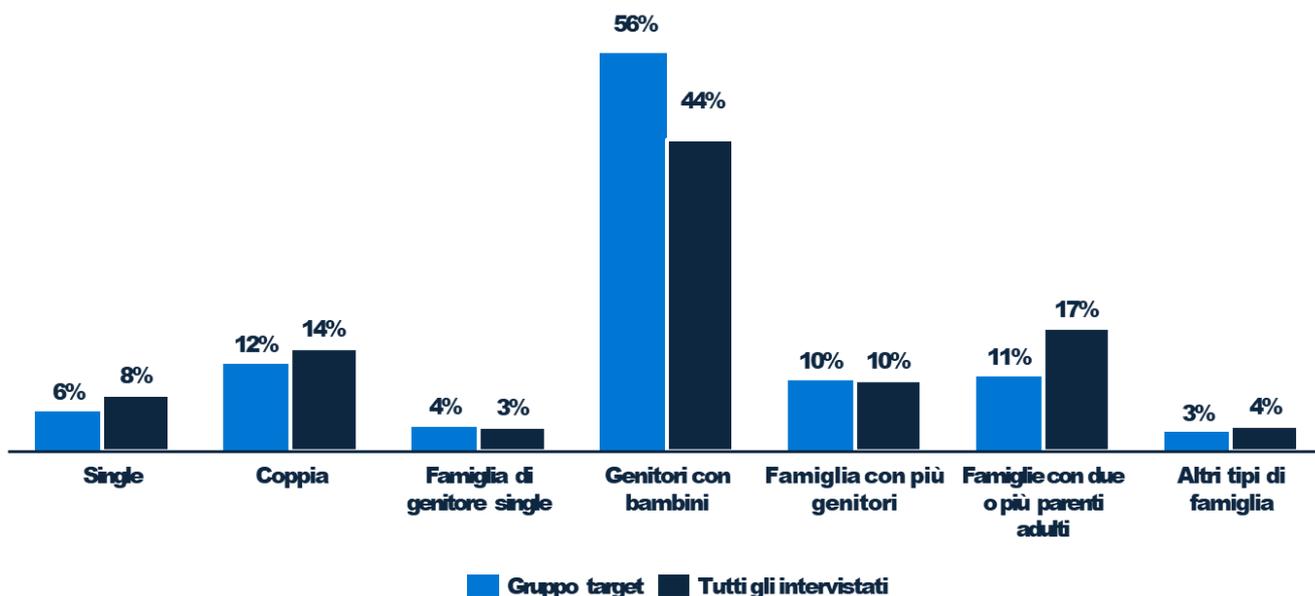
**Quota di consumatori in Cina nei livelli alto, medio e basso del reddito lordo familiare mensile**



Fonte: Statista

**Profilo demografico (classificazione delle famiglie):** una percentuale relativamente elevata di acquirenti di prodotti biologici vive in famiglia con partner e figli

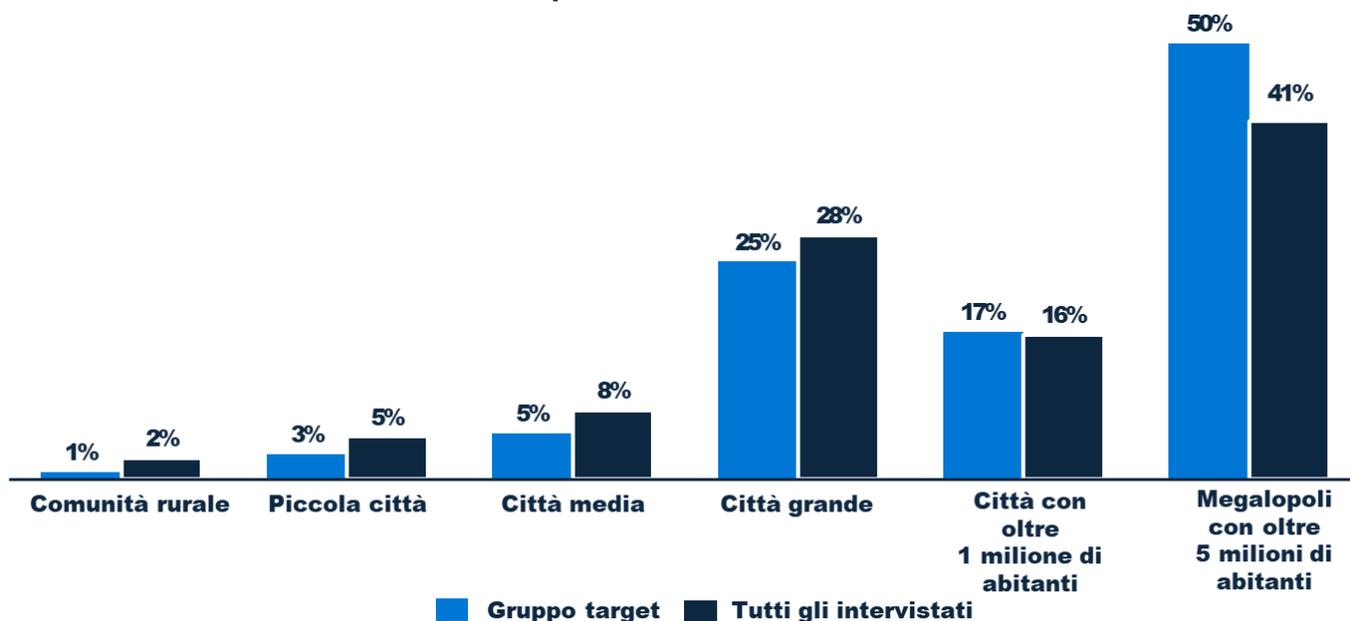
**Tipologia di famiglie in cui vivono i consumatori cinesi**



Fonte: Statista

**Profilo demografico (tipologia di comunità):** gli acquirenti dei negozi di alimenti biologici hanno maggiori probabilità di vivere in città e aree urbane rispetto alla media

#### Comunità dove vivono prevalentemente i consumatori in Cina



Fonte: Statista

**Stili di vita dei consumatori (valori della vita):** sicurezza e protezione sono i valori più apprezzati da parte del 43% dei consumatori di prodotti organici

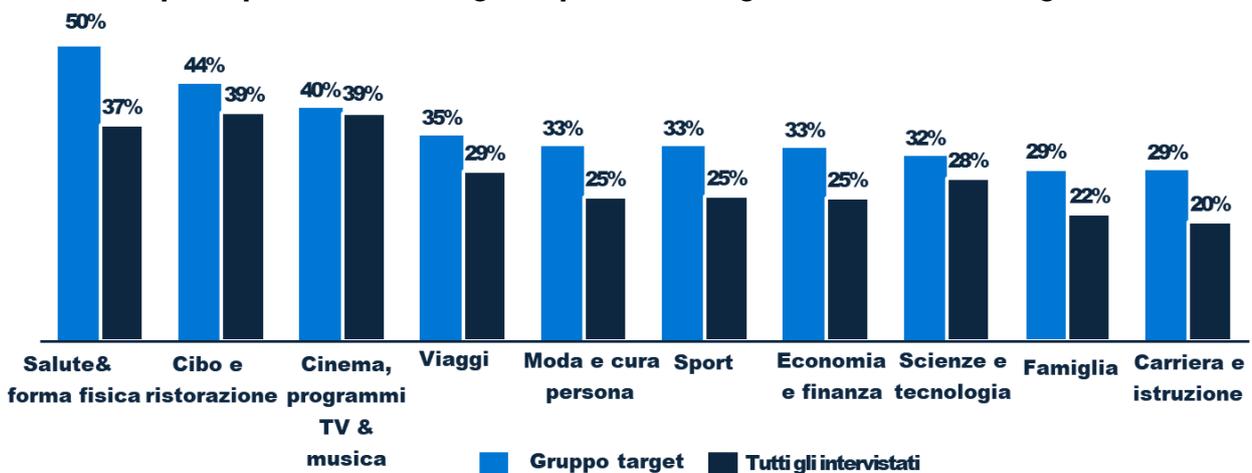
#### Aspetti più importanti della vita per i consumatori in Cina



Fonte: Statista

**Stili di vita dei consumatori (principali interessi):** salute e forma fisica sono gli interessi relativamente prevalenti da parte degli acquirenti dei negozi di alimenti biologici

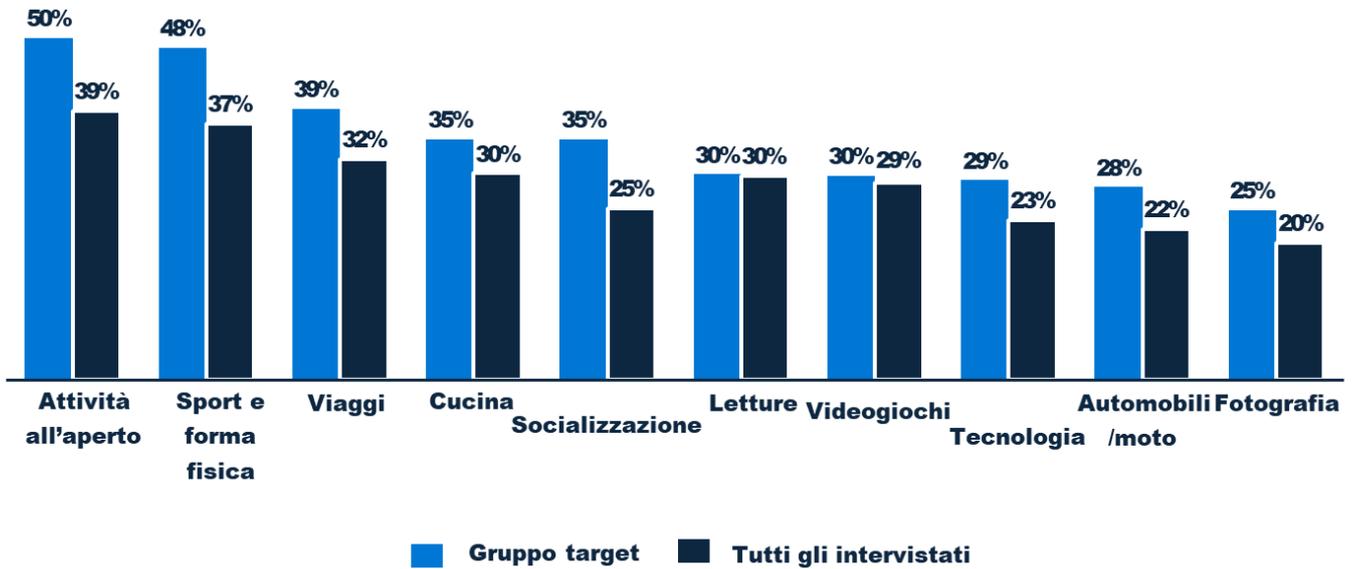
### I 10 principali interessi degli acquirenti di negozi di alimenti biologici in Cina



Fonte: Statista

**Stili di vita dei consumatori (hobby e attività di tempo libero):** gli acquirenti dei negozi di alimenti biologici indicano sport e fitness come principali hobby rispetto alla media

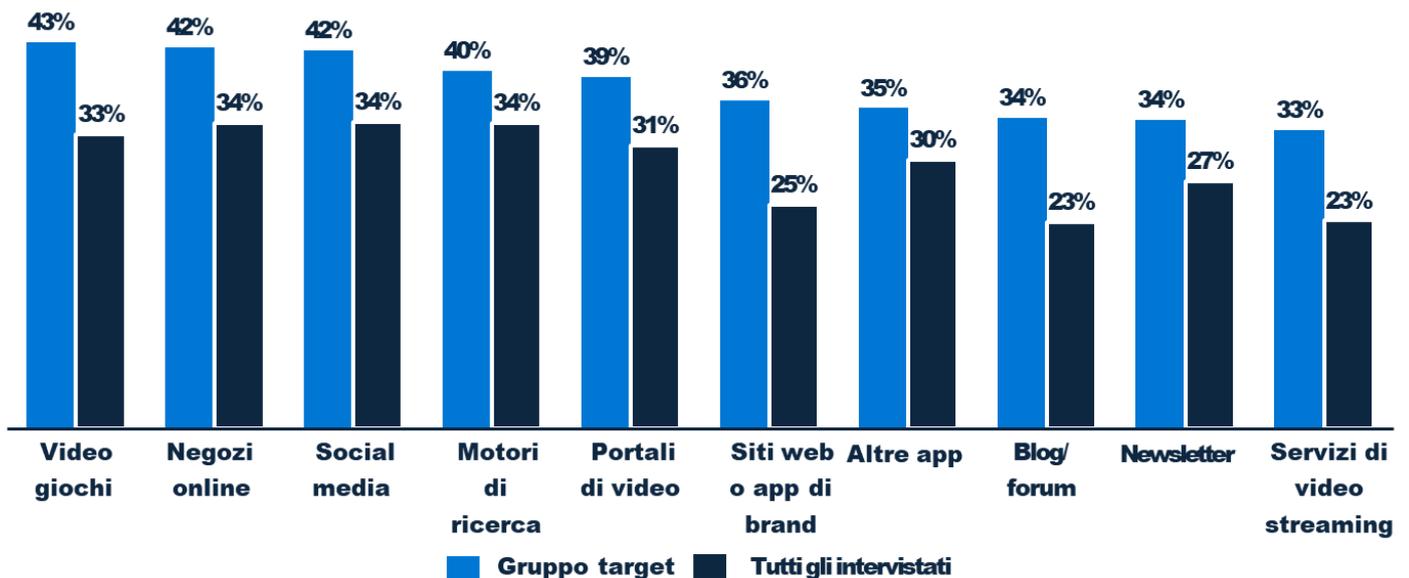
**Principali dieci hobby o attività di tempo libero dei consumatori di prodotti organici in Cina**



Fonte: Statista

**Punti di contatto marketing (pubblicità digitale):** gli acquirenti dei negozi di alimenti biologici ricordano di aver visualizzato annunci su videogiochi, negozi online e social media più spesso rispetto alla media online

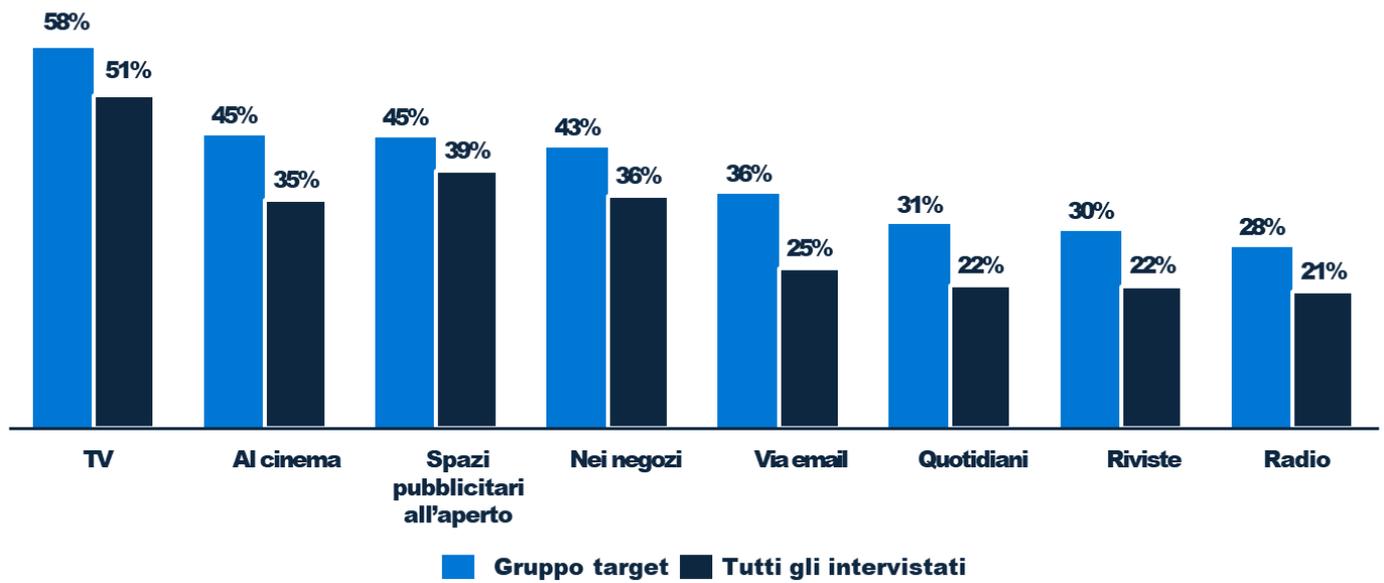
### I 10 luoghi principali in cui gli acquirenti di negozi di alimenti biologici in Cina si sono imbattuti in pubblicità digitale nelle ultime 4 settimane



Fonte: Statista

**Punti di contatto marketing (pubblicità non digitale):** gli acquirenti dei negozi di alimenti biologici ricordano di aver visualizzato annunci in televisione o al cinema, ma anche per e-mail, più spesso rispetto alla media

## Luoghi in cui i consumatori in Cina si sono imbattuti in pubblicità non digitale nelle ultime 4 settimane



Fonte: Statista

## Promozione dei prodotti biologici in Cina

Generalmente, le promozioni B2C dei prodotti biologici in Cina coinvolgono il settore privato piuttosto che le autorità governative. Il governo centrale non possiede attualmente una politica nazionale per la promozione dell'agricoltura biologica e degli alimenti biologici. Tuttavia, alcuni rapporti annuali del governo, inclusi quelli pubblicati dal governo centrale, negli ultimi anni si sono concentrati sull'agricoltura biologica e sugli alimenti biologici. Sebbene tali circostanze esercitino una limitata influenza diretta sui consumatori, contribuiscono a creare un ambiente favorevole per il settore biologico cinese. Anche il coinvolgimento del governo nell'aiutare i consumatori a comprendere la differenza tra i prodotti falsamente etichettati e quelli legittimi ha contribuito allo sviluppo generale del mercato.

Come in altri paesi in via di sviluppo, dove il mercato biologico ha recentemente iniziato a svilupparsi, sono i commercianti e, più in particolare, i dettaglianti, piuttosto che i produttori biologici, gli attori maggiormente attivi nella promozione presso i punti vendita.

Ciò è dovuto principalmente al fatto che i singoli produttori sono troppo piccoli per investire nella promozione, mentre i commercianti gestiscono fatturati molto più ampi e si trovano quindi in una posizione finanziaria migliore per investire. I trader con più risorse possono investire in pubblicità sui mass media in televisione e sulla carta stampata, come giornali e riviste. Sebbene tali media tendano ad avere copertura locale, sono in grado di raggiungere grandi gruppi di consumatori con efficacia relativamente buona.

Le pubblicità televisive possono durare da uno a tre mesi, o anche un anno, mentre le campagne sui giornali tendono ad essere molto più brevi e durare fino a pochi giorni.

I commercianti con minori risorse ed alcuni produttori si impegnano in promozioni di mercato utilizzando metodi a basso costo come Internet e sistemi di adesione con registrazione da parte degli utenti. Internet, ma soprattutto i social media, sono la via più popolare per la promozione dei prodotti biologici in Cina perché moltissimi cinesi a reddito medio e alto ne sono utenti. Infatti, quasi tutti i produttori, trasformatori e commercianti dispongono di propri siti web ma specialmente di miniprogrammi sulla "super applicazione" cinese per cellulari WeChat o una loro presenza su altri diffusissimi social media del vastissimo eco-sistema digitale del paese (Weibo, Little Red Book, Douyin, Kuaishou, Zhihu, Bilibili, per citare i più diffusi che contano decine di milioni di utenti registrati), allo scopo di promuovere i propri prodotti. Questi canali forniscono informazioni ai consumatori sui tipi di prodotti biologici e i relativi prezzi. Alcuni commercianti, in particolare importatori di piccole e medie dimensioni, vendono i propri prodotti esclusivamente attraverso Internet e le piattaforme e-commerce,

fornendo ai consumatori un servizio di consegna a domicilio. La popolarità dell'e-commerce non solo riflette il costo-contatto relativamente ridotto per i commercianti, che non devono investire in spazi fisici dei negozi, ma anche il fatto che vi sono minori controlli amministrativi da parte delle autorità locali.

I sistemi di abbonamento per utenti registrati, inoltre, consentono ai consumatori interessati di godere di una varietà di privilegi e servizi, comprese le diffusissime promozioni di vendita. Ad esempio, i membri iscritti ottengono buoni sconto e sono invitati a visite nelle fattorie biologiche o ad altre attività ed eventi speciali.

Negli ultimi anni, il *"live streaming"* in Cina ha rivoluzionato il panorama digitale. Questa crescita esponenziale non ha potuto che accentuarsi con il *lockdown* dovuto all'emergenza Coronavirus. È così che il *live streaming* è divenuto un vero e proprio fenomeno di massa, sfruttato ampiamente da marchi e KOL (*Key Opinion Leader*) che sono ormai fra gli elementi trainanti del mercato digitale cinese. Le loro dirette vengono seguite da migliaia o anche milioni di utenti e rappresentano un canale pubblicitario di fortissimo impatto sui consumatori. Frequenti sono anche le fiere, sia per i prodotti convenzionali che per i prodotti biologici. Vi è una serie di mostre di prodotti biologici e naturali nelle principali città cinesi ogni anno, con eventi organizzati in particolare nelle cd "città di prima fascia" (Pechino, Shanghai, Guangzhou, Hong Kong, tra le altre). Queste fiere prevedono giorni lavorativi in cui sono ammessi solo gli acquirenti business e giorni pubblici in cui la fiera è aperta a tutti consumatori.

La più importante è la BioFach China a Shanghai, organizzata congiuntamente dalla Nürnberg Messe China Co., Ltd., con il patrocinio di IFOAM-Organics International ed il supporto della Chinese Academy of Inspection and Quarantine. Fondata nel 2007, è la fiera "sorella" della Biofach tedesca organizzata dalla Nürnberg Messe. Nel 2023 è prevista dal 19 al 21 settembre, congiuntamente con la Natural Expo China, ed ogni anno attira più di 300 espositori e più di 11.000 visitatori. Nel 2022, si è svolta a Nanchino, a causa delle restrizioni Covid che hanno influenzato negativamente il programma fieristico della città di Shanghai.

**BIOFACH**CHINA  
into organic  
2023.9.19-21  
Shanghai New International  
Expo Center

Together with  
**NATURAL**  
**EXPO**CHINA  
2023.9.19-21  
Shanghai New International  
Expo Center

<http://www.biofachchina.com/en>

Tuttavia, la maggior parte delle fiere dedicate ai prodotti alimentari convenzionali attualmente prevede sezioni dedicate ai prodotti biologici ed esse rappresentano sicuramente un'opzione alternativa rispetto alle fiere specializzate di settore.

Tra queste, si citano, in particolare:



<https://www.anufoodchina.com/>

Shenzhen, 10-12 maggio 2023



<https://www.sialchina.com/>

Edizione di Shanghai: 18-20 maggio 2023

Edizione di Shenzhen: 28-30 agosto 2023



FHC 2023 Shanghai Global Food Trade Show

- Data prossima edizione: Nov.8-10, 2023
- Luogo: National Exhibition and Convention Center (Shanghai)
- Indirizzo: Longyang Road, Pudong, Shanghai
- Organizzatori: Shanghai Cuisine Association, Shanghai Sinoexpo Informa Markets International Exhibition Co.,Ltd.
- Frequenza: annuale

<https://www.fhcchina.com/en>

## Prospettive di sviluppo del mercato

Sebbene il mercato cinese sia relativamente ermetico rispetto ad altri paesi, appare in costante e rapida crescita, grazie alla forte espansione economica del Paese negli ultimi decenni ed ai significativi investimenti effettuati nello sviluppo del mercato nazionale. Molti esperti si attendono quindi che il mercato biologico cinese continui a mostrare un forte potenziale di crescita, almeno nel breve termine. Le prospettive a medio e lungo termine, tuttavia, dipendono non solo dagli sviluppi macroeconomici ma soprattutto dalla velocità di evoluzione delle normative cinesi per facilitare l'aumento delle importazioni invece di bloccarle *de facto*, come avviene attualmente. Questo processo consentirebbe ai consumatori cinesi di godere di una gamma più ampia di prodotti biologici a prezzi inferiori che incoraggerebbe l'ulteriore espansione del mercato interno. Inoltre, il mantenimento di regolamentazioni di importazione restrittive potrebbe mettere a rischio le esportazioni biologiche cinesi qualora i paesi importatori decidessero di reagire. È probabile che le autorità cinesi siano già consapevoli di queste implicazioni e potrebbero essere indotte ad allentare le regole di importazione.

Un altro elemento importante nello sviluppo del mercato biologico cinese riguarda la percezione dei consumatori. Dato il profilo dei consumatori cinesi di prodotti biologici, il mercato appare in sistematica rapida evoluzione, caratterizzato da una sempre maggiore domanda di prodotti di qualità e convenienza, non solo la qualità fisica dei prodotti, come la freschezza, la sicurezza e la funzionalità, ma anche una certificazione affidabile. Le attuali tendenze per quanto riguarda la convenienza includono la possibilità di acquistare nei supermercati prodotti facili da preparare e in quantità non eccessive, date le dimensioni delle famiglie e i vincoli di conservazione.

Gli scandali alimentari in Cina hanno prodotto un forte impatto sulla fiducia dei consumatori cinesi relativamente alla sicurezza e alle garanzie relative al cibo domestico, con particolare riferimento alla certificazione. Alcuni consumatori preferiscono acquistare prodotti importati con certificazione estera perché considerati più affidabili. I consumatori biologici sono quindi impegnati a prestare maggiore attenzione ai marchi e ai fornitori. Nel frattempo, il governo cinese ha cercato riconquistare la fiducia dei consumatori introducendo norme e regolamenti più severi, con particolare attenzione alla supervisione della gestione della produzione, in cui le autorità cinesi hanno una forte esperienza. Tale supervisione tende a concentrarsi sulle pratiche burocratiche, come la registrazione e la tracciabilità, che comportano costi addizionali per i produttori di alimenti e i trasformati, sia convenzionali che biologici. Dall'altro lato, le autorità mancano ancora di esperienza consolidata per le ispezioni sul

campo, in quanto le persone più qualificate tendono a lavorare per gli enti di certificazione, le agenzie di consulenza o le aziende produttrici alimentari. Ciò comporta un evidente freno allo sviluppo del mercato interno, almeno nel breve-medio periodo.

Per quanto concerne il potenziale del mercato, occorre osservare che attualmente esiste già una relativa saturazione per quanto concerne alcuni prodotti organici, quali riso, verdure fresche, frutta fresca, carne e tè verde. A meno che non vi siano caratteristiche di qualità uniche, in termini di benefici speciali per la salute o di innovazioni di prodotto, tali beni detengono generalmente un basso potenziale di mercato.

I prodotti biologici che continuano ad avere buone prospettive includono i latticini, gli alimenti per neonati e bambini e i cibi gourmet trasformati.

Qui di seguito vengono descritte le potenziali nicchie di mercato nelle principali categorie di prodotti.

#### (a) Frutta e verdura biologica

Le opportunità di mercato per le verdure fresche biologiche, sia temperate che tropicali, sono relativamente scarse in Cina perché esistono già molti produttori nazionali in competizione tra loro per la conquista di quote di mercato. Inoltre, il trasporto su lunghe distanze rappresenta un aggravio di costi e rischia di comprometterne la qualità, in particolare la freschezza.

I segmenti della frutta biologica appaiono più promettenti, in particolare quelli della frutta tropicale, in quanto in Cina la sua produzione è relativamente scarsa. I frutti provenienti da zone climatiche temperate, con qualità speciali, potrebbero essere in grado di penetrare nel mercato in quanto i consumatori cinesi tendono ad apprezzare cibi esotici o atipici.

Tuttavia, come accennato in precedenza, la qualità, sia fisica che estetica, è un fattore chiave per il successo, ed in particolare le caratteristiche organolettiche in termini di valori nutrizionali e/o di funzionalità salutistica. Anche l'affidabilità e una buona logistica rappresentano punti di forza importanti.

#### (b) Riso e cereali

Le opportunità di mercato per riso e cereali biologici appaiono limitate perché esistono molti produttori nel paese. Tuttavia, riso e cereali speciali potrebbero trovare sbocchi di nicchia. Ad esempio, esiste una forte domanda di riso fragrante a chicco lungo, riso nero e quinoa.

#### (c) Alimenti trasformati

Gli alimenti trasformati rappresentano la categoria di prodotti maggiormente promettente per il mercato biologico cinese. Alimenti per bambini, latticini, prodotti e cibi gourmet sono di

grande interesse per i consumatori cinesi. Buon gusto, valore per la salute ed un packaging accattivante rappresentano importanti attributi del prodotto.

Dal citato scandalo della melamina dei primi mesi del 2009, i prodotti importati registrano crescenti quote del mercato lattiero-caseario biologico cinese. Le famiglie con bambini piccoli sono disposte a pagare prezzi molto più elevati per acquistare latte in polvere considerato più sicuro. Anche le famiglie a reddito medio sono desiderose di selezionare prodotti lattiero-caseari biologici importati. Le importazioni provengono principalmente dall'Australia e dalla Nuova Zelanda. Ciò ha aumentato la concorrenza locale e le principali aziende lattiero-casearie cinesi, ad esempio come Yili e Mengniu, hanno ormai convertito la propria produzione casearia al biologico, attestandosi su posizioni preminenti del mercato, come analizzato precedentemente.

#### d) Integratori alimentari

Questo gruppo di prodotti sta crescendo rapidamente di pari passo con il cambiamento degli stili di vita soprattutto dei consumatori urbani. La tradizionale fiducia cinese negli alimenti funzionali fornisce una solida base per gli integratori, come i prodotti pro e prebiotici e le erbe curative. Tuttavia, mentre esistono alcuni prodotti convenzionali di tale tipologia già ampiamente disponibili sul mercato, i prodotti biologici sono ancora piuttosto rari.

#### e) Materie prime e semilavorati

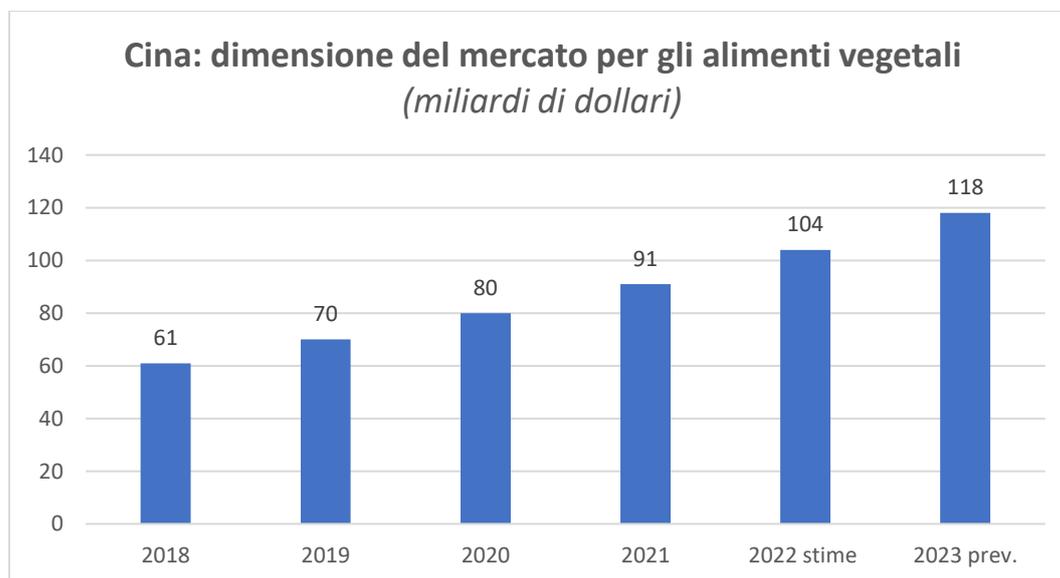
Il potenziale di mercato per le materie prime e i prodotti semilavorati utilizzati dai trasformatori è relativamente limitato, a meno che le importazioni non siano più economiche degli equivalenti prodotti già disponibili, circostanza altamente improbabile, o non possano essere prodotti in Cina. Mentre talune carenze temporanee di materie prime potrebbero indurre i trasformatori cinesi a rivolgersi ai prodotti di importazione, la rapida crescita della produzione agricola biologica in Cina colmerebbe rapidamente il divario.

Inoltre, i livelli di importazione di materie prime e intermedie risultano fortemente correlate all'evoluzione delle esportazioni di prodotti biologici cinesi. Qualora le esportazioni cinesi aumentino, potrebbe sussistere un maggiore fabbisogno di importazioni di materie prime e prodotti intermedi utilizzati nei prodotti trasformati destinati all'esportazione.

## Il mercato cinese di prodotti di origine vegetale (“*plant-based*”)

La dimensione del mercato cinese dei prodotti vegetali cinesi è passata da 61 miliardi di dollari a 104 miliardi di dollari tra il 2018 e il 2022, con un incremento aggregato del 70,5% ed un incremento medio composto annuale (CAGR) del 14,5%.

Nel 2023, si stima che la dimensione del mercato potrebbe raggiungere i 118 miliardi di dollari. I prodotti a base vegetale in Cina sono costituiti principalmente da prodotti lattiero-caseari e carne di origine vegetale.



Fonte: Chemlinked

La dimensione del mercato dei prodotti lattiero-caseari cinesi a base vegetale nel 2020 era di circa 55 miliardi di RMB, con un tasso di crescita composto stimato al 2,4% dal 2019 al 2024. I prodotti lattiero-caseari di origine vegetale sul mercato cinese contengono un'ampia gamma di categorie, come latte di avena, latte di soia, latte di cocco, latte di noci, latte di mandorle, ecc.

Latte di soia



Latte di avena

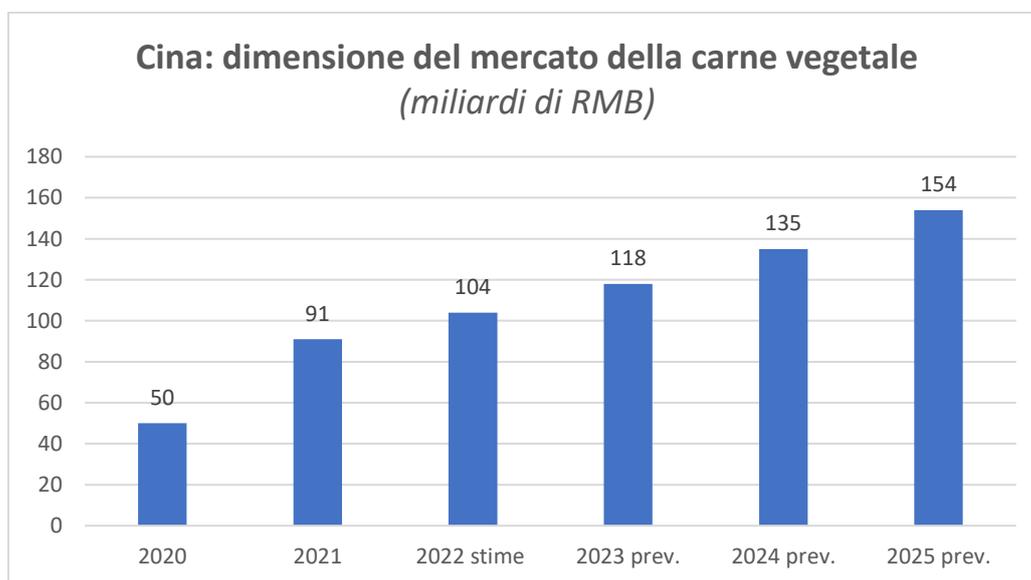


Latte di cocco



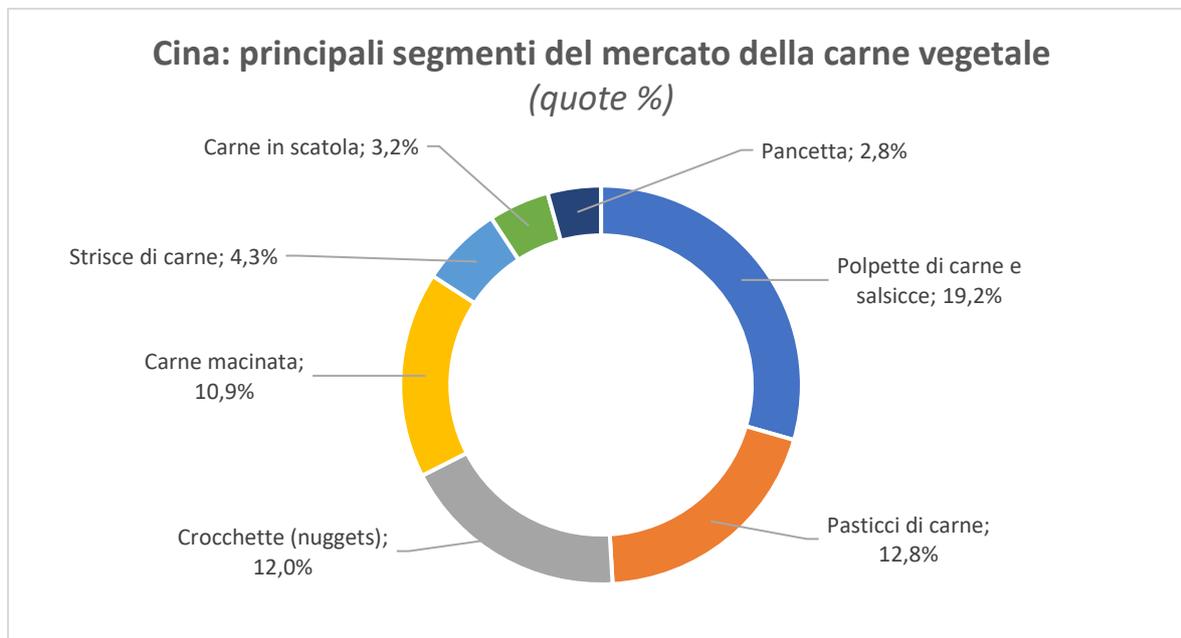
In particolare, il latte di avena è tra le tipologie a più intensa dinamica di crescita nell'ambito dei prodotti lattiero-caseari a base vegetale. Nel 2020, la dimensione del suo mercato ha raggiunto 1,75 miliardi di RMB (circa 240 milioni di euro), con un tasso di crescita del 153,6% rispetto all'anno precedente. Nel 2021, le dimensioni del mercato sono ulteriormente più che raddoppiate con un tasso di crescita annuale del 141,7%. Si prevede che le dimensioni del mercato per il latte d'avena continueranno ad aumentare nei prossimi quattro anni, con un tasso di crescita annuale tendenziale di circa il 50%.

La dimensione del mercato cinese della carne di origine vegetale nel 2021 era pari a circa 9,1 miliardi di RMB (circa 1,25 miliardi di euro al cambio attuale), con un CAGR stimato del 14% dal 2021 al 2025. La dimensione del mercato nel 2025 è prevista in 15,4 miliardi di RMB (2,10 miliardi di euro). Molti marchi di carne a base vegetale si sono diffusi rapidamente in Cina negli ultimi anni, compresi marchi nazionali, come Starfield, Xinmeat, Zhenmeat, Protein Meat, ecc., unitamente a marchi stranieri come Beyond Meat, Alpha Foods, Harvest Gourmet, ecc. Molti marchi famosi come KFC, Tims, Luckin e Hey Tea hanno anche lanciato alcuni prodotti a base di carne a base vegetale in collaborazione con i principali marchi di settore.



Fonte: Chemlinked

Salsicce e polpette sono i prodotti a base di carne vegetale più venduti in Cina, rappresentando il 19,8% del mercato. Altri articoli, come il pasticcio di carne, le crocchette (*nuggets*) e la carne macinata, hanno rispettivamente quote pari al 12,8%, 12,0% e 10,9% del mercato.



Fonte: Chemlinked

Attualmente, la percentuale di consumatori con conoscenza dei prodotti a base di carne vegetale è relativamente elevata. L'accesso principale all'informazione avviene attraverso i social media online (72,9%). Altri canali di diffusione sono il "passaparola" tra parenti e amici (31%), le raccomandazioni da parte dei ristoranti (25,8%), la promozione offline (17,4%) ed i prodotti in co-branding (16,1%). Un notevole stimolo al mercato proviene dalla pubblicizzazione di questi prodotti da parte delle persone celebri o degli influencer cinesi (*Key Opinion Leader -KOL- and Key Opinion Consumers – KOC*) che sortisce un forte impatto sulle decisioni di acquisto dei consumatori cinesi.

## Normativa cinese sugli alimenti biologici

Gli alimenti biologici si riferiscono a prodotti o alimenti trasformati in modo biologico come da normative pertinenti.

Per gli alimenti prodotti biologicamente,

- è vietato utilizzare organismi e/o loro prodotti ottenuti mediante ingegneria genetica, nonché pesticidi derivanti da sintesi chimica, fertilizzanti, regolatori di crescita e additivi per mangimi durante la produzione;
- devono seguire la legge naturale e principi ecologici.

Per gli alimenti trasformati biologicamente,

- è vietato utilizzare organismi e/o loro prodotti ottenuti mediante ingegneria genetica;
- il contenuto degli ingredienti biologici (esclusi acqua e sale) nell'alimento deve essere pari o superiore al 95% e l'alimento deve avere ottenuto la certificazione di prodotto biologico;
- è possibile utilizzare additivi, coadiuvanti tecnologici, coloranti e altri input sintetizzati chimicamente, ma la quantità deve essere la minore possibile.

I suddetti alimenti prodotti o trasformati in modo biologico possono essere venduti come alimenti biologici dopo aver ottenuto il certificato biologico cinese.

### Logo biologico



Il certificato biologico copre i prodotti elencati nell'Elenco di certificazione dei prodotti biologici (compresi altri prodotti come mangimi, cotone, ecc.).

Proprio come la definizione di alimenti biologici, anche questo elenco divide l'ambito della certificazione degli alimenti biologici in due tipi, segnatamente alimenti prodotti in modo biologico e alimenti trasformati in modo biologico.

## Copertura del certificato biologico

Alimenti prodotti biologicamente	Alimenti trasformati biologicamente	
Cereali & grano	Prodotti lavorati a base di cereali	Surgelati
Verdure	Prodotti vegetali	Patate e cibo soffiato
Frutta	Prodotti a base di frutta	Caramelle
Animali e piante acquatiche	Prodotti acquatici	Tè e prodotti a base di tè
Bestiame	Prodotti lattiero-caseari	Bevande alcoliche
Pollame	Carne e prodotti a base di carne	Semi tostati e prodotti a base di noci
Fagioli, oli e patate	Prodotti a base di uova	Prodotti in cacao e in caffè tostato
Noccioline; frutta oleosa; piante profumate e colture per bevande	Olio commestibile, grassi e loro prodotti	Zucchero
Coltivazioni di spezie	Condimenti	Amido e prodotti in amido
Funghi commestibili e piante orticole	Bevande	Alimenti per usi dietetici speciali
Medicina tradizionale cinese	Prodotti della medicina cinese trasformati	Alimenti per lattanti
Raccolti selvatici		
Altri		

Quattro principali autorità sono coinvolte nel settore degli alimenti biologici in Cina. Si tratta dell'Amministrazione statale per la regolamentazione del mercato (SAMR)<sup>4</sup>, della Commissione sanitaria nazionale (NHC)<sup>5</sup>, del Ministero dell'agricoltura e degli affari rurali (MoARA)<sup>6</sup> e dell'Amministrazione generale delle dogane cinesi (GACC)<sup>7</sup>.

L'autorità più importante è SAMR, che supervisiona il mercato ed è autorizzata a organizzare l'applicazione mirata della legge in tutta la Cina. Il suo ambito di supervisione comprende la concorrenza, i monopoli, la proprietà intellettuale, la sicurezza alimentare, la gestione della qualità, le registrazioni delle entità di mercato, le transazioni e-commerce, la pubblicità, ecc. Inoltre, dispone di un dipartimento dedicato, che è stato fuso in SAMR nel 2018, chiamato Certification and Accreditation Administration of China (CNCA)<sup>8</sup>. È un organo di governo per la gestione dei certificati biologici, compresa la supervisione sulla concessione dei certificati, la formulazione e la revisione degli strumenti legali relativi alla certificazione degli alimenti biologici, lo sviluppo di relazioni internazionali per il raggiungimento del riconoscimento reciproco delle certificazioni con altri paesi, ecc.

NHC si occupa principalmente del lavoro relativo alla sicurezza alimentare, inclusa la formulazione e la promulgazione di standard di sicurezza alimentare, la revisione degli stessi

<sup>4</sup> <https://www.samr.gov.cn/>

<sup>5</sup> <http://www.nhc.gov.cn/>

<sup>6</sup> <http://www.moa.gov.cn/>

<sup>7</sup> <http://english.customs.gov.cn/>

<sup>8</sup> <http://www.cnca.gov.cn/>

relativamente a nuove varietà di materie prime alimentari/additivi alimentari/prodotti correlati agli alimenti (come, ad esempio, i materiali a contatto con gli alimenti), ecc.

Il MoARA supervisiona la sicurezza dei prodotti agricoli e degli organismi geneticamente modificati (OGM), formula gli standard nazionali circa il livello massimo di residui di pesticidi e veterinari, nonché i pertinenti metodi di test, propone misure commerciali tecniche relative ai prodotti agricoli durante i negoziati multilaterali, lancia allarmi globali sulle malattie degli animali , eccetera.

Il GACC controlla la sicurezza dei prodotti nei porti ed è responsabile della formulazione di regolamenti nonché di altre attività relative allo sdoganamento, alla riscossione delle tariffe, all'ispezione e alla quarantena, alla registrazione dei produttori, alla registrazione degli importatori e degli esportatori, alle misure di contrasto al contrabbando, alla costruzione della valutazione del rischio alimentare e del relativo sistema di monitoraggio, ecc.

Per quanto riguarda le principali normative, le parti interessate devono innanzitutto garantire la reale natura dei propri prodotti e produrli secondo le normative pertinenti. Nel frattempo, i prodotti devono soddisfare le normative ulteriori previste per gli alimenti biologici. Ad esempio, una formula per lattanti biologica deve soddisfare sia gli standard nazionali per la formula per lattanti che i seguenti regolamenti per gli alimenti biologici.

### 1. Provvedimenti amministrativi sulla certificazione dei prodotti biologici

Le misure amministrative sulla certificazione dei prodotti biologici sono state promulgate nel 2013<sup>9</sup>. L'ultima versione è stata modificata nel settembre 2022<sup>10</sup> ed include 58 articoli in totale. Questo regolamento mira a migliorare la qualità dei prodotti biologici, rafforzare la supervisione del processo di certificazione biologica e facilitare la protezione dell'ambiente e lo sviluppo sostenibile. Si applica alla certificazione biologica ed alla produzione, trasformazione, importazione e vendita di prodotti biologici certificati.

I contenuti principali comprendono i seguenti aspetti:

- Il prodotto biologico deve contenere non meno del 95% di ingredienti biologici.
- Il responsabile della certificazione dei prodotti biologici importati deve presentare all'agenzia di certificazione i materiali e i documenti relativi alla domanda in conformità con i regolamenti relativi all'implementazione della certificazione dei prodotti biologici.

---

9

[https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Revised%20Administrative%20Measures%20for%20Organic%20Product%20Certification%20\\_Beijing\\_China%20-%20Peoples%20Republic%20of\\_1-7-2014.pdf](https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Revised%20Administrative%20Measures%20for%20Organic%20Product%20Certification%20_Beijing_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_1-7-2014.pdf)

10

[https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Organic%20Product%20Certification%20Administrative%20Measures%20Amended\\_Beijing\\_China%20-%20People%27s%20Republic%20of\\_CH2022-0132](https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Organic%20Product%20Certification%20Administrative%20Measures%20Amended_Beijing_China%20-%20People%27s%20Republic%20of_CH2022-0132)

I materiali e i documenti per la domanda di certificazione quali il modulo di domanda, il questionario, il flusso di processo, la formulazione del prodotto e il processo di produzione nonché gli input utilizzati devono essere presentati insieme in cinese.

- Nel dichiarare l'ispezione all'ingresso e la quarantena dei prodotti biologici importati, l'impresa deve presentare le copie del certificato del prodotto biologico cinese e il certificato di vendita del prodotto biologico, il marchio di certificazione, il logo del prodotto, ecc.
- Le parti interessate devono indicare il marchio di certificazione del prodotto biologico cinese, il codice biologico e il nome dell'agenzia di certificazione sul prodotto certificato o sulla confezione minima di vendita dei prodotti certificati.



## 2. Norme di implementazione della certificazione dei prodotti biologici

Le norme di attuazione (modificate da ultimo nel 2019) specificano i requisiti per la procedura e la gestione della certificazione dei prodotti biologici. Si compone delle seguenti dieci parti:

- Finalità e ambito di applicazione;
- Requisiti per l'agenzia di certificazione;
- Requisiti per il personale di certificazione;
- Requisiti di base per la certificazione;
- Procedura di certificazione;
- Gestione post certificazione;
- Ricertificazione;
- Gestione del certificato e del marchio;
- Relazione informativa;
- Tassa di certificazione.

### 3. GB/T 19630-2019 Prodotti biologici<sup>11</sup> - Requisiti per la produzione, la lavorazione, l'etichettatura e il sistema di gestione

Lo standard GB/T 19630-2019 è il documento di maggiore utilizzo pratico per le imprese. Descrive in dettaglio tutti i requisiti che comprendono la produzione, la lavorazione, l'etichettatura e i sistemi di gestione. Nel documento, le imprese possono rinvenire l'elenco degli input consentiti, l'elenco degli additivi alimentari consentiti per l'utilizzo nella lavorazione degli alimenti biologici, ecc. Pertanto, è necessario che le imprese conoscano il contenuto di questo standard.

I tre regolamenti di cui sopra possono risolvere quasi tutte le questioni relative ai certificati di alimenti biologici. Per esempio,

- L'etichettatura biologica si applica solo ai prodotti biologici prodotti o trasformati in conformità con i requisiti della norma GB/T 19630 e certificati. Ciò spiega perché i prodotti non possono dichiararsi biologici se abbiano ottenuto il certificato biologico esclusivamente in altri paesi.
- Viene specificato il processo di conversione da convenzionale a biologico per diversi prodotti. Ad esempio, di solito occorrono due anni per le piante annuali e le colture foraggere perenni.

La domanda per ottenere un certificato biologico può essere suddivisa in tre fasi.

In primo luogo, i clienti di alimenti biologici importati (produttori, venditori, importatori o agenti di prodotti importati) devono presentare il modulo di domanda, insieme ai materiali pertinenti come il flusso di processo, ecc., agli organismi di certificazione approvati dal CNCA. Quindi l'ente di certificazione esaminerà i materiali secondo lo standard GB/T 19630.

Se la documentazione è in ordine, si passerà alla seconda fase, l'ispezione in loco. In questa fase, gli ispettori dell'ente di certificazione condurranno l'ispezione in loco. Il principio di ispezione si basa sul fatto che il gruppo di ispezione verificherà le condizioni da cui proviene la materia prima fino alla lavorazione finale dei prodotti finali. Per l'autenticazione biologica all'estero, di solito, l'organismo di certificazione invierà un team dalla Cina per condurre l'ispezione in loco. Confermeranno preventivamente alle imprese il piano di ispezione e verificheranno se le condizioni dell'azienda biologica corrispondono a quanto dichiarato nei documenti presentati. Ad esempio, controlleranno lo stabilimento e l'ambiente in loco. Inoltre,

---

<sup>11</sup>

<https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=China%20Publishes%20New%20Organic%20Standard%20and%20Certification%20Rules%20Beijing%20-%20Peoples%20Republic%20of%2012-02-2019>

affideranno alle istituzioni di controllo il compito di eseguire l'ispezione, il campionamento e il collaudo dei prodotti. Da ultimo, verrà compilato un rapporto.

Infine, qualora venga ottenuta l'approvazione, l'organismo di certificazione rilascerà il certificato e sarà responsabile della gestione del follow-up, come ad esempio l'effettuazione di regolari ispezioni in loco. Il certificato per gli alimenti biologici sarà valido per un anno.

Per i paesi o le regioni che esportano prodotti biologici in Cina il cui sistema di certificazione è accettato come equivalente al sistema cinese di certificazione dei prodotti, l'Amministrazione cinese per la certificazione e l'accreditamento (CNCA) può firmare un accordo di cooperazione o un memorandum con l'autorità competente del paese. I prodotti biologici esportati in Cina da questi paesi o regioni devono essere gestiti in conformità con i requisiti stabiliti nell'accordo di cooperazione o nel memorandum. Finora solo la Nuova Zelanda ha firmato un accordo di equivalenza con la Cina che non è ancora in vigore. Con altri paesi sono in corso trattative.

I prodotti importati da paesi o regioni senza accordo di equivalenza devono rispettare le normative cinesi sulla produzione biologica.

# Procedure per il commercio di alimenti biologici nella Cina continentale

## 1. Procedure via “*general trade*”

La conformità della vendita di alimenti biologici alla Cina attraverso le procedure di commercio generale può essere rappresentata come segue.

In primo luogo, le imprese devono verificare se i propri prodotti possano essere esportati in Cina. La maggior parte degli alimenti preconfezionati può essere venduta in Cina purché soddisfi le normative e gli standard pertinenti. Tuttavia, per le seguenti otto tipologie di alimenti, ovvero prodotti a base di carne, latticini, prodotti acquatici, nido di rondine (ingrediente della cucina cinese tradizionale), budella, alimenti di origine vegetale, fitoterapia cinese e prodotti dell'apicoltura, oltre a soddisfare le normative e gli standard pertinenti, le imprese devono anche controllare che siano prodotti inclusi nella lista degli alimenti ammessi all'importazione in Cina dai singoli paesi, al fine di verificare se abbiano ottenuto il permesso di importazione a livello bilaterale. Per questi otto tipi di alimenti, solo il paese esportatore di tipologie specifiche può vendere i relativi prodotti in Cina.

In secondo luogo, i produttori di alimenti importati devono completare la registrazione dei produttori di alimenti all'estero con GACC, che è applicabile a tutte le imprese alimentari a partire dal 1° gennaio 2022.

Infatti, con notifica al WTO del 16 novembre 2020, la Repubblica Popolare Cinese ha annunciato l'entrata in vigore, a partire dal 1 gennaio 2022, dei Decreti 248 e 249 che introducono nuovi principi e requisiti in materia di prodotti alimentari importati da Paesi stranieri. Tutti i produttori esteri di alimenti importati nella R.P.C. devono ottenere l'approvazione all'esportazione da parte dell'Amministrazione Generale delle Dogane della Repubblica popolare Cinese (GACC) con apposita registrazione degli stabilimenti. In mancanza di tale registrazione, i prodotti alimentari non potranno essere esportati in Cina.

Per una rassegna completa delle procedure, si prega di far riferimento ai seguenti link del Ministero della Salute in Italia:

[https://www.salute.gov.it/portale/temi/p2\\_6.jsp?lingua=&id=5761&area=sicurezzaAlimentare&menu=esportazione#:~:text=La%20procedura%20di%20registrazione%20dipende,sanitaria%20competente%20del%20proprio%20Paese.](https://www.salute.gov.it/portale/temi/p2_6.jsp?lingua=&id=5761&area=sicurezzaAlimentare&menu=esportazione#:~:text=La%20procedura%20di%20registrazione%20dipende,sanitaria%20competente%20del%20proprio%20Paese.)

[https://www.salute.gov.it/imgs/C\\_17\\_pagineAree\\_5761\\_5\\_file.pdf](https://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pagineAree_5761_5_file.pdf)

Oltre ai produttori, anche gli esportatori e gli importatori in Cina devono registrarsi presso GACC. Rispetto alla registrazione del produttore, questa registrazione è relativamente più semplice.

Inoltre, le imprese devono garantire la conformità del prodotto e ottenere il certificato biologico come specificato in precedenza. Per alcuni prodotti di origine vegetale o animale, devono anche seguire i requisiti di ispezione e quarantena e devono richiedere in anticipo i relativi permessi di quarantena.

L'intera procedura è fondamentalmente la stessa di quella degli alimenti normali prevista dalle norme di conformità per l'importazione di alimenti preconfezionati in Cina. Il requisito speciale che si applica per gli alimenti biologici è che GACC condurrà la verifica all'ingresso dei prodotti biologici importati. Pertanto, le imprese devono preparare i seguenti documenti: copie del certificato biologico cinese, il certificato di transazione del prodotto biologico, il logo di certificazione e l'etichetta del prodotto. Se necessario, saranno effettuate ispezioni a campione nei porti.

Per una rassegna completa delle regolamentazioni in vigore circa le importazioni di prodotti alimentari e bevande in Cina, si prega di far riferimento al recente Rapporto pubblicato a cura dell'ufficio ICE di Pechino, disponibile al seguente link:

[https://www.ice.it/it/sites/default/files/inline-files/ITA%C2%A0report%C2%A0DEF-IT%2004.08.2022\\_0.pdf](https://www.ice.it/it/sites/default/files/inline-files/ITA%C2%A0report%C2%A0DEF-IT%2004.08.2022_0.pdf)

## **2. Procedure via *cross-border e-commerce* (CBEC)**

L'esercizio della supervisione per i prodotti CBEC è relativamente flessibile poiché i prodotti CBEC sono riconosciuti come prodotti per uso personale. Pertanto, non è obbligatorio che i prodotti soddisfino gli standard di prodotto in Cina. Invece, dovrebbero soddisfare solo gli standard e le normative del paese esportatore. Attualmente, alcune piattaforme CBEC, come Tmall Global, hanno aumentato il livello dei propri requisiti di ammissione. Pertanto, per le imprese che intendano vendere alimenti su queste piattaforme, devono essere soddisfatti i requisiti della piattaforma.

Occorre notare che solo i prodotti inclusi nell'elenco delle merci di importazione attraverso il commercio elettronico transfrontaliero possono essere venduti tramite CBEC.

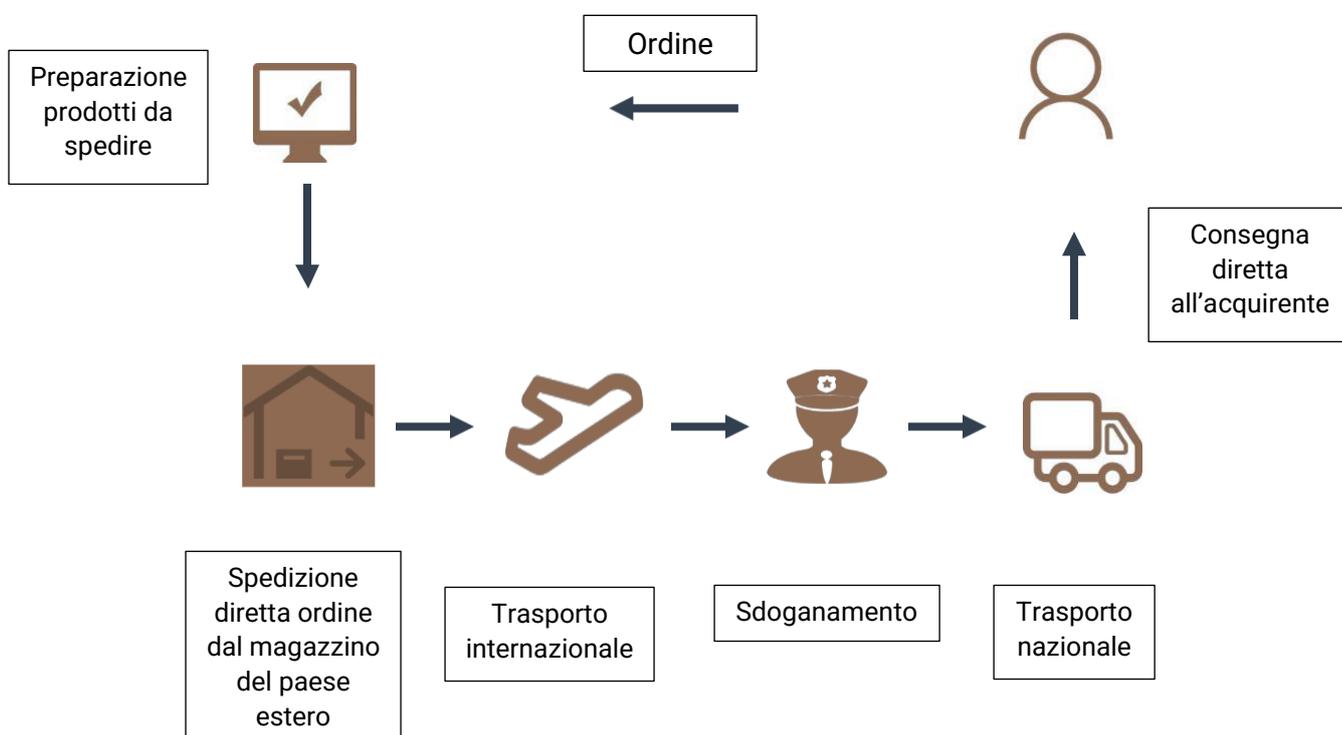
La modalità CBEC può essere ulteriormente suddivisa in due modalità, ovvero la modalità "*bonded warehouse*" (deposito doganale) e la modalità "*direct shipping*" (spedizione diretta).

In sintesi, la modalità tramite deposito in un magazzino doganale richiede alle imprese di spedire prima le merci ai magazzini doganali in Cina, circostanza che farà ridurre notevolmente i tempi di trasporto. La spedizione diretta, in alternativa, si riferisce alla modalità che permette di spedire le merci dall'estero direttamente ai consumatori cinesi.

### Modalità "bonded warehouse"



### Modalità "direct shipping"



Per una panoramica completa del mercato cinese dell'e-commerce si prega di far riferimento alla Guida, recentemente pubblicata a cura dell'ufficio ICE di Pechino, disponibile al link:

[https://www.ice.it/it/sites/default/files/inline-files/E%20commerce%20in%20Cina\\_0.pdf](https://www.ice.it/it/sites/default/files/inline-files/E%20commerce%20in%20Cina_0.pdf)

## Raccomandazioni e consigli pratici per gli esportatori italiani

Qui di seguito si intende fornire alcune sintetiche raccomandazioni per gli esportatori italiani di prodotti biologici, seguendo il classico schema delle leve del *marketing mix*.

<b>Prodotto</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dato che i consumatori cinesi nutrono serie preoccupazioni circa l'integrità dei prodotti biologici, e alcuni potrebbero persino dubitare dell'efficacia della certificazione biologica cinese, le esportazioni dovrebbero recare il sigillo di un organismo di certificazione riconosciuto a livello internazionale;</li><li>• Le normative cinesi stabiliscono che anche i prodotti importati rechino un sigillo biologico cinese;</li><li>• I prodotti dovrebbero essere di qualità ragionevole, avere un buon sapore, soddisfare le preferenze di gusto cinesi ed essere venduti in confezioni attraenti;</li><li>• Catene di fornitura costanti e stabili costituiscono un fattore importante di successo sul mercato;</li><li>• Il mercato biologico cinese è già saturo di alcuni prodotti di produzione locale, come verdure, riso, grano ed erbe officinali;</li><li>• L'immagine e la reputazione dell'origine di un prodotto dovrebbero essere buone, in particolare per quanto riguarda le problematiche ecologico-ambientali;</li><li>• Gli esportatori dovrebbero verificare i requisiti specifici di sicurezza alimentare delle autorità cinesi per valutare se questi differiscono dagli standard utilizzati nella produzione e lavorazione del prodotto di esportazione;</li><li>• I prodotti dovrebbero avere una durata di conservazione ragionevole a causa del tempo che può richiedere la loro importazione e distribuzione.</li></ul>
<b>Prezzo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• I consumatori cinesi sono generalmente sensibili al prezzo;</li><li>• I prezzi dovrebbero essere competitivi per i prodotti di massa e ragionevoli per i prodotti di alta qualità;</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gli oneri di importazione, compreso lo sdoganamento, sono piuttosto significativi, rendendo preferibile la spedizione di grandi volumi per ottimizzare i costi e realizzare economie di scala.</li> </ul>
<b>Distribuzione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La maggior parte dei prodotti biologici viene venduta negli ipermercati, mentre i prodotti premium sono venduti in supermercati e negozi specializzati di fascia alta;</li> <li>• I distributori hanno generalmente copertura regionale, piuttosto che nazionale;</li> <li>• È fondamentale selezionare come partner un importatore-distributore cinese valido ed affidabile che si assuma l'impegno di introdurre, distribuire e commercializzare il prodotto.</li> </ul>
<b>Promozione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dovrebbe concentrarsi sull'integrità organolettica e sulla qualità del prodotto, soprattutto se esso possiede valore nutrizionale o funzionale unico;</li> <li>• Dovrebbe rispecchiare l'ambiente sano e l'ecosistema sostenibile del luogo di origine;</li> <li>• Confezioni attraenti, non necessariamente lussuose, con chiari caratteri identitari dell'Italia, rappresentano un punto di forza molto apprezzato dai consumatori cinesi;</li> <li>• Fondamentale progettare una strategia di marketing digitale, anche considerando la potenzialità dei canali e-commerce, tenendo ben presente la vastità e complessità dell'eco-sistema digitale cinese.</li> </ul>

Sulla base di queste raccomandazioni generali, è possibile formulare una serie di consigli pratici che vengono riportati qui di seguito, distinti in quattro tematiche: preparazione preliminare prima della stipula di un contatto commerciale; scelta del partner commerciale; introduzione sul mercato; innovazioni di prodotto, atte a garantire continuità all'azione di proiezione sul mercato.

### **1) Preparazione del prodotto**

Pur se la disponibilità di offerta un "buon" prodotto rappresenti il fattore di successo più importante nel marketing, quello che viene considerato un buon prodotto può assumere importanza diversa a seconda del mercato di riferimento. Sondaggi di importatori e distributori cinesi mostrano che le caratteristiche principali di buoni prodotti biologici sono, in ordine di citazione più frequente, "non costoso", "integrità organica", "buona qualità" e

“buon gusto”. Altre qualità desiderate da importatori e distributori cinesi includono confezioni attraenti, ragionevole durata di scadenza (“*shelf-life*”), origine nota e stabilità negli approvvigionamenti.

Come accennato in precedenza, i consumatori cinesi sono piuttosto sensibili al prezzo. Inoltre, le complicate procedure burocratiche di sdoganamento e gli elevati costi di trasporto implicano che i prodotti importati vengano offerti generalmente ad un prezzo più elevato rispetto ai prodotti locali. Dovrebbero quindi essere compiuti sforzi per ridurre i costi della logistica, come la spedizione di grandi volumi oppure mediante l’esportazione di prodotti sfusi da confezionare in Cina. Per quanto riguarda l’integrità organica, il prodotto dovrebbe recare certificazioni biologiche associate ad un sistema di garanzia riconosciuto, come l’IFOAM Accreditation Program, l’Unione europea, la USDA e la JAS. Apporre un tale sigillo organico sulla parte visibile del prodotto può aiutare i consumatori a identificarlo più agevolmente. Oltre a questo, è fortemente consigliabile detenere la certificazione biologica cinese in modo tale che i prodotti possano recare anche il sigillo biologico cinese.

La coerenza della qualità del prodotto è un’altra aspettativa tipica presso i consumatori. Pertanto, anche i prodotti di livello medio e low-premium dovrebbero offrire una qualità coerente. Il buon gusto, tuttavia, è un aspetto più complicato perché le preferenze di gusto in Cina possono variare da regione a regione. Detto questo, i prodotti che incorporano fragranze profumate tendono ad attrarre molto i consumatori cinesi.

Oltre a preparare i prodotti, gli esportatori dovrebbero formarsi accuratamente per affrontare il mercato. I commercianti cinesi hanno oggettive difficoltà con le lingue straniere, a volte anche il solo inglese. E’ quindi utile tradurre le descrizioni dei prodotti in cinese, in particolare le informazioni di carattere tecnico, sia a favore degli importatori che dei consumatori. L’accuratezza e la precisione di tali traduzioni costituiscono dettagli molto importanti. Si consiglia di chiedere ad esperti cinesi di correggere le bozze della traduzione, in particolare l’etichetta, prima della stampa, poiché molti cinesi d’oltremare potrebbero non avere familiarità con alcune delle espressioni attualmente utilizzate nella Cina continentale.

Gli esportatori dovrebbero acquisire conoscenza delle regole di importazione cinesi, compresi i requisiti doganali e di sicurezza alimentare.

Si rammenta che l’ufficio ICE di Pechino dispone di un Desk di assistenza agli ostacoli al commercio e alla proprietà intellettuale nella R.P.C. che offre un servizio gratuito di primo livello agli operatori italiani interessati a conoscere la regolamentazione e l’evoluzione della normativa cinese per le importazioni. Per ottenere tale supporto, l’e-mail del Desk è la seguente: [ipr.pechino@ice.it](mailto:ipr.pechino@ice.it).

## **2) Organizzazione dell'accesso al mercato tramite importatori-distributori**

Per i produttori con prodotti di alta qualità e offerta limitata, potrebbe essere più appropriato lavorare con rivenditori selezionati di fascia alta che dispongano di un proprio sistema di importazione e distribuzione. Per gli esportatori con offerta in grandi volumi, tuttavia, è consigliabile lavorare con importatori-distributori cinesi perché molti rivenditori dipendono da loro per la selezione di nuovi prodotti e l'organizzazione della logistica, l'importazione all'ingrosso, l'eventuale ri-confezionamento, l'etichettatura e la distribuzione. È molto probabile che gli importatori conoscano meglio le richieste del mercato, comprese le sue lacune, e sono quindi in grado aiutare a promuovere la vendita di prodotti attraverso diversi canali al dettaglio. Inoltre, alcuni grandi importatori-distributori possono disporre di una rete di distribuzione con ramificazioni oltre la propria regione di appartenenza. Di conseguenza, instaurare una partnership con tali importatori-distributori può essere sicuramente più efficace per conquistare il mercato piuttosto che lavorare direttamente con i rivenditori.

## **3) Introduzione di un prodotto in Cina**

Gestire bene questo passaggio è fondamentale se il prodotto non è molto conosciuto nel mercato cinese. Una volta che l'esportatore identifichi l'importatore-distributore con cui desidera lavorare, dovrebbe invitare l'importatore a visionare i siti di produzione e gli impianti di lavorazione. La visita ha il vantaggio di aiutare l'importatore a comprendere e apprezzare l'integrità e la qualità del prodotto. Questa è anche una buona opportunità per entrambe le parti di conoscersi meglio e coltivare la loro relazione, soprattutto perché la cultura cinese attribuisce un valore significativo all'amicizia personale e alla rete relazionale (concetto confuciano di *guanxi*). La visita offre inoltre all'esportatore maggiori opportunità di fornire informazioni tecniche dettagliate sul prodotto e convincere l'importatore della sua particolare qualità o funzionalità. Inoltre, possono essere discusse e concordate le attività di promozione del prodotto, soprattutto se si prevede una condivisione dei costi di promozione. Le attività di promozione che l'esportatore dovrebbe esplorare con l'importatore-distributore dovrebbero includere la produzione di una brochure dei prodotti in cinese, la redazione di articoli su riviste e applicazioni digitali specializzate o di utilizzo comune tra gli utenti cinesi, i test dei prodotti e la fornitura di campioni gratuiti.

## **4) Garantire il successo sul mercato attraverso l'innovazione di prodotto**

Dopo aver stabilito con successo l'accesso al mercato, l'esportatore deve continuare l'attività di innovazione di prodotto. Questo aspetto è importante per garantire il successo sul mercato

in quanto aiuta ad espandere le quote di mercato aggiungendo valore ed aumentando progressivamente le vendite. L'innovazione dovrebbe concentrarsi sulla qualità e sulla confezione del prodotto, rendendolo più attraente ai consumatori cinesi. La collaborazione con l'importatore-distributore cinese dovrebbe aiutare l'esportatore a comprendere le esigenze specifiche dei consumatori mirati ed a veicolare loro la propria "proposizione di valore".



**国家市场监督管理总局**

State Administration for Market Regulation

<https://www.samr.gov.cn/>



**National Health Commission of the People's Republic of China**

中华人民共和国国家卫生健康委员会

<http://en.nhc.gov.cn/index.html>



**MINISTRY OF AGRICULTURE AND RURAL AFFAIRS  
OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA**

<http://www.moa.gov.cn/>



**国家认证认可监督管理委员会**

Certification and Accreditation Administration of the P. R. C

<http://www.cnca.gov.cn/>



**GENERAL ADMINISTRATION OF CUSTOMS  
PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA**

<http://english.customs.gov.cn/>

## Principali Associazioni di prodotti biologici in Cina

### 1. 中国绿色食品协会

*China Green Food Association*

#### **Presentazione:**

China Green Food Association (CGFA), registrata presso il Ministero degli Affari Civili il 10 ottobre 1995, è un'organizzazione nazionale senza scopo di lucro non settoriale che ha qualifica di persona giuridica ed è composta da individui ed entità su base volontaria che condividono gli stessi obiettivi e che sono impegnati nella gestione, ricerca, istruzione, produzione, stoccaggio, distribuzione, vendita, monitoraggio, consultazione, divulgazione ed attività correlate nei settori dell'agroindustria sicura, dell'alimentazione verde, del prodotto biologico e dell'indicazione geografica dell'agricoltura -prodotti. CGFA è insignita del titolo di organizzazione sociale modello, svolge ruoli di coordinamento e fornisce servizi per promuovere il cibo verde in Cina. Si compone di sei comitati specializzati: Comitato per il materiale di produzione alimentare verde, Comitato per l'agricoltura biologica, Comitato per le Indicazioni Geografiche dei prodotti agricoli, Comitato per la teoria fondamentale, Comitato per la distribuzione del mercato e Comitato per i prodotti della zona fredda della Glebe nera. Il suo organo di funzionamento è la segreteria.

#### **Contatti:**

Add: No.59, Xueyuannanlu, Haidian District, Beijing, China

Tel: 86-10-59193773

Fax: 010-59193774

P.C: 100081

E-mail: [xhmssc@greenfood.org](mailto:xhmssc@greenfood.org)

Website: <http://www.greenfood.agri.cn/>

### 2. 生态环境部有机食品发展中心 (简称 OFDC-MEE)

*Organic Food Development Center of MEE, China (OFDC-MEE)*

#### **Introduction:**

Il Centro per lo Sviluppo degli Alimenti Biologici del Ministero dell'Ecologia e dell'Ambiente della Cina (OFDC-MEE), fondato nel 1994, è il pioniere del movimento biologico in Cina. OFDC-MEE è da tempo impegnato in ricerche su politiche, standard, tecnologia pratica, pianificazione della base produttiva, pubblicità, formazione e controllo di qualità dell'agricoltura biologica e dell'eco-agricoltura, fornendo supporto tecnico ai decisori governativi.

#### **Contatti:**

Add: 8 Jiang-Wang-Miao Street, Nanjing 210042, P.R.China

Tel: +86-(0)25-85287249

Fax: +86-(0)25-85287242 / 85420606

Email: [info@ofdc.org.cn](mailto:info@ofdc.org.cn)

Website: <http://www.ofdc.org.cn/en/>

Pubblcazioni biologiche: **Organic Food times**

*Organic Food Times*, pubblicato trimestralmente da OFDC, è la prima fonte di informazioni sull'agricoltura biologica e gli alimenti biologici in Cina. Sin dal suo inizio, nel 1997, questa pubblicazione ha svolto un ruolo attivo nello sviluppo dell'industria biologica cinese ed è piuttosto popolare tra il settore biologico e i consumatori.

Organic Food Times riporta principalmente gli ultimi sviluppi del paese nell'agricoltura biologica, nella lavorazione e nel commercio, nonché le tecniche per l'agricoltura biologica. Presenta anche gli sviluppi del settore biologico mondiale. Organic Food Times non è solo popolare tra produttori, trasformatori e commercianti biologici, ma è anche un utile strumento per educatori e studiosi, nonché di consumatori e altre persone che si preoccupano dell'agricoltura biologica, del cibo biologico e di altri prodotti biologici. *Organic Food Times* è diventato anche un buon riferimento per i decisori delle competenti autorità.



3. 中国绿色食品发展中心

China Green Food Development Center

#### **Introduction:**

Fondato nel 1992, il China Green Food Development Center è un'agenzia specializzata responsabile delle licenze per il marchio alimentare verde e della certificazione dei prodotti agricoli biologici, che si occupa della gestione delle autorizzazioni e del monitoraggio e dell'ispezione della qualità dei prodotti di alimenti verdi e dei prodotti agricoli biologici, occupandosi dell'introduzione, della promozione della tecnologia e della formazione relativa agli alimenti verdi, intraprendendo la diffusione del marchio di prodotti agricoli, lo sviluppo del mercato e la promozione fieristica, coordinando e guidando la coltivazione, l'identificazione e la promozione di marchi di prodotti agricoli biologici.

#### **Contatti:**

Add: No.59,Xueyuannanlu,Haidian District, Beijing, China

Email: [cgfdc@greenfood.org](mailto:cgfdc@greenfood.org)

Website: <http://www.greenfood.org.cn/>

4. 云南省绿色（有机）食品产业协会

Yunnan Green (Organic) Food Industry Association (YGOIFA)

#### **Presentazione:**

Yunnan Green (Organic) Food Industry Association è un gruppo sociale senza scopo di lucro formato volontariamente da unità e individui impegnati nella produzione e gestione

dell'industrializzazione agricola, della ricerca scientifica, della consulenza e da altre attività associate ad alimenti verdi ed alimenti biologici nella provincia dello Yunnan.

#### 5. 辽宁省绿色食品协会

Liaoning Green Food Association

##### **Presentazione:**

Liaoning Green Food Association è un'organizzazione sociale senza scopo di lucro formata volontariamente da unità impegnate nella gestione del cibo verde, nella ricerca scientifica, nell'istruzione, nella produzione, nello stoccaggio e nel trasporto, nelle vendite, nel monitoraggio, nella consulenza e in altre attività nella provincia di Liaoning.

E' diventata un ponte e un collegamento tra il governo e le imprese e le istituzioni del cibo verde, contribuendo allo sviluppo degli alimenti verdi, promuovendo lo sviluppo sociale ed economico sostenibile della Cina.

##### **Contatti:**

Add: 39 Changjiang North Steet, Huanggu District, Shenyang, Liaoning, China

Tel: +86 15998260169

Email: LVX2020127@163.com

Website: <http://www.lsln.org.cn/>

#### 6. 湖南省绿色食品协会

Hunan Province Green Association

##### **Presentazione:**

Hunan Green Food Association è un gruppo sociale senza scopo di lucro formato volontariamente da unità e individui impegnati nella gestione, ricerca scientifica, istruzione, produzione, certificazione di alimenti verdi e alimenti biologici. È un ponte e un collegamento tra il governo e "tre prodotti e uno standard" imprese e istituzioni.

##### **Contatti:**

Add: No. 154 Jianxiang Road, Furong District, Changsha, Hunan, China

Tel: +86 (0)731-89723699

Website: <http://www.food.cnhnb.com/sassociation>

## Principali enti di certificazione biologica in Cina

	Certifier	Approval number	Tel.	Web	E-mail	Contact person
1	CQC China Quality Certificat ion Center	CNCA-R- 2002-001	010-83886666/86-10-83886608	<a href="https://www.cqc.com.cn/www/english/">https://www.cqc.com.cn/www/english/</a>	<a href="mailto:cqcsc@cqc.com.cn">cqcsc@cqc.com.cn</a>	Ling Yang
2	Fangyua n Organic Food Certificat ion Centre	CNCA-R- 2002-002	(86 10) 68711360	<a href="http://www.cqm.com.cn/english/">http://www.cqm.com.cn/english/</a>	<a href="mailto:cqmgjb@cqm.com.cn">cqmgjb@cqm.com.cn</a>	Cui Wei
3	Zhongjia n Certificat ion Co.,Ltd.	CNCA-R- 2002-007	020-66390952	<a href="http://www.gzcc.org.cn">www.gzcc.org.cn</a>	<a href="mailto:gdgacc@pub.guangzhou.gd.cn">gdgacc@pub.guangzhou.gd.cn</a>	Wu Shanga o
4	Gainshin e Assessm ent Co.,Ltd.	CNCA-R- 2002-013	0571-85175507, 85067851, 85067854, 85067848, 85067842	<a href="http://www.gac.org.cn">www.gac.org.cn</a>	<a href="mailto:gubeili@gac.org.cn">gubeili@gac.org.cn</a>	Li Yixin
5	WIT Assessm ent Co.,Ltd.	CNCA-R- 2002-015	0571-87711560/13656651812	<a href="http://www.wit-int.com">www.wit-int.com</a>	<a href="mailto:info@wit-oversea.com">info@wit-oversea.com</a>	Guo Jingjing
6	BCC Inspectio n and Certificat ion	CNCA-R- 2002-016	400-016-9000	<a href="http://www.bcc.com.cn">www.bcc.com.cn</a>	N/A	Zhang Meijuan
7	Beijing ZhongDa HuaYuan Certificat ion Center Co.,Ltd.	CNCA-R- 2002-020	10-68396633 / 68396636	<a href="http://www.zdhy.net">www.zdhy.net</a>	<a href="mailto:zdhy@zdhy.net">zdhy@zdhy.net</a>	Wang Xiaoyu
8	Beijing Zhongan zhihuan Certificat ion Co., Ltd.	CNCA-R- 2002-028	010-58673068	<a href="http://www.zazh.com">www.zazh.com</a>	<a href="mailto:za@paimai.com">za@paimai.com</a>	Li Wenjing
9	WSF Co.,Ltd.	CNCA-R- 2002-038	010-82293800/2800/2838	<a href="http://www.wsf.cn">www.wsf.cn</a>	<a href="mailto:wsf@wsf.cn">wsf@wsf.cn</a>	Guo Hong
10	United Intelligen ce Co.,Ltd.	CNCA-R- 2002-043	010-84850008	<a href="http://www.uicec.com">www.uicec.com</a>	<a href="mailto:vip-market@uiiso.com">vip-market@uiiso.com</a>	Song Bin



BEIJING OFFICE

Room 1-61, Office Building, Sanlitun DRC-Diplomatic Residence Compound, No.1, Gongrentiyuchang North Road, Chaoyang District, 100600, Beijing, P. R. China

北京办事处

北京朝阳区工人体育场北路1号，三里屯外交公寓办公楼 1-61 室，邮编100600

Tel/电话: 010 65973797

Email/邮箱: pechino@ice.it

[www.ice.it](http://www.ice.it)

Italian Trade Agency 

@ITAPechino 

ITA - Italian Trade Agency 

@itatradeagency 