

Un incredibile potenziale di crescita. Il VA per addetto è 325 \$; negli USA è 72.000 \$.

Tra i punti di forza vi è il settore **ortofrutticolo**.

Nel 1988 è stato varato un programma per l'incremento della produzione ortofrutticola. 350.000 ha di serre e 850.000 ha di colture protette (nell'UE 100.000 ha di serre).

L'obiettivo era soddisfare la crescente domanda interna. Una produzione scarsamente orientata all'export.

Un altro settore promettente è quello **vitivinicolo**. 210.000 ettari in produzione, +38% nel 1997. la domanda interna è in forte crescita, +15-20% l'anno.

Forte importazione di prodotto sfuso di qualità media. Primo esportatore il Cile, l'Italia al terzo posto.

Nel settore sono presenti investitori italiani. Ma il prodotto non appare concorrenziale con quello italiano di qualità superiore.

È indicativo questo dato in controtendenza con la scarsa presenza di IDE in Cina: gli IDE del settore agroalimentare rappresentano il 20% degli IDE italiani; in Cina solo il 5%.

La Cina è il quarto paese produttore di **OGM** dopo USA, Argentina e Canada. 2,8 ml/ha, +33% nel 2003. In particolare cotone Bt, ma anche pomodoro.

Tra il 1995 ed il 1999 le spese per ricerche biotecnologiche in agricoltura sono più che raddoppiate, da 40 a 112 ml/\$. Il 10% della spesa mondiale per la ricerca in agricoltura è attribuibile alla Cina.

Dal gennaio 2002 è obbligatoria una certificazione di garanzia per tutti i prodotti contenenti o derivati da OGM introdotti in Cina.

La politica di sostegno

A partire dal 1995 la politica agricola ha aumentato i prezzi di conferimento dei cereali collocandoli al di sopra di quelli mondiali.

All'atto di adesione alla WTO, la Cina ha ottenuto di mantenere il commercio di stato per alcune produzioni sensibili (tra cui tabacco e cereali).

Nel 2001 le tariffe sulle importazioni agricole oscillavano tra il 40 ed il 60%. Molto inferiori di quelle praticate dai paesi industrializzati. L'accordo di adesione stabilisce che dal 2004 le tariffe medie si allineeranno a quelle dei prodotti industriali (17%).

Attualmente il livello dei sussidi è pari al 2% del valore della produzione. In base all'accordo di adesione, i sussidi non potranno superare l'8% del valore della produzione.

Quindi la Cina potrà aumentare molto i sostegni all'agricoltura rientranti nella scatola gialla.

Essa, inoltre potrà sostenere lo sviluppo rurale. Nel 2004 sono stati stanziati 15 mld/\$ per il sostegno dell'agricoltura.

Cresce il reddito disponibile e la domanda alimentare

Per il momento l'agricoltura cinese è scarsamente orientata all'esportazione.

Il commercio totale è aumentato in venti anni alla media del 13%; quello agricolo del 2%.

La quota del commercio agricolo sul totale è scesa dal 33 al 7%.

L'aumento della popolazione urbana ed il miglioramento dei redditi porteranno ad un alto tasso di crescita dei consumi. Finora la popolazione rurale ha basato la sua dieta sull'autoconsumo. Nel 2000 i rurali hanno acquistato sul mercato cibi per 56\$ l'anno, rispetto a 236\$ delle popolazioni urbane.

La Cina ha un quinto dei consumatori mondiali ed un'economia che cresce al ritmo del 7-8% l'anno.

L'urbanizzazione in Cina avrà un effetto dirompente sui modelli e sulla domanda alimentare.

L'aumento dei consumi alimentari in Cina avrà un significativo impatto sulla domanda mondiale.

Quando le popolazioni si spostano verso le città, aumentano i consumi di carne, derivati del latte, grassi, frutta. Diminuisce il consumo di cereali. Il consumo di carne nelle città è superiore del 40% rispetto alle aree rurali.

Il consumo pro capite di carne e derivati del latte dovrebbe aumentare, tra il 2002 ed il 2008 rispettivamente del 15 e del 40%.

Inizialmente l'aumento della domanda sarà coperto dalle importazioni. Successivamente dall'incremento della produzione interna. Le importazioni, quindi, si rivolgeranno prevalentemente ai prodotti per l'alimentazione del bestiame.

Già ora l'import agroalimentare della Cina rappresenta il 4% del totale e si riferisce a commodity di base (mangimi e semi di soia). La Cina resterà un forte importatore di soia gm.

Finora la Cina ha sostenuto la produzione di cereali con l'obiettivo di raggiungere un adeguato livello di autosufficienza alimentare.

Col tempo essa tenderà alla specializzazione produttiva orientandosi verso i prodotti per il quali ha vantaggi competitivi: innanzitutto gli ortofrutticoli. I vantaggi sono il costo del lavoro e la dimensione territoriale che permette produzioni destagionalizzate rispetto i nostri climi.

Quindi la Cina può essere in prospettiva un grande mercato e un forte concorrente per le produzioni ad alta intensità di lavoro (già lo è per alcune produzioni)

Una minaccia o un'opportunità?

Non avere paura. Non sono pensabili nuove barriere tariffarie o non tariffarie.

La quota dell'Italia nel commercio mondiale rimane costante nei 10 anni trascorsi (4,2-4,3%). Abbiamo un buon grado di impermeabilità rispetto alla concorrenza cinese. Il suo incremento di quota (1,9-5,3%) non è andato a discapito della presenza italiana.

Il problema non sono tanto le importazioni italiane dalla Cina ma il fatto che i prodotti cinesi sostituiscono quelli italiani sui nostri mercati tradizionali dell'UE e degli USA. Lo spiazzamento, attualmente, interessa alcuni comparti forti del made in Italy, a partire dalla moda.

Quali strade percorrere?.

1. la dichiarazione di origine è stata più volte richiamata anche nel corso delle precedenti audizioni

Poiché è un tema di attualità, un breve approfondimento.

Non è ammessa una decisione unilaterale dei singoli stati membri che impone l'indicazione di origine perché essa "mira di fatto e per natura a consentire al consumatore di distinguere le due categorie di prodotti, il che può indurlo a dare la preferenza alle merci nazionali..." (la sentenza della Corte di Giustizia dell'aprile 1985).

È stata in più occasioni richiamata la legge USA, approvata nel 2002, che entrerà in vigore dal settembre 2006.

Essa stabilisce, tra l'altro, che se un bene importato è destinato ad un trasformatore e subisce una "trasformazione sostanziale", lo stesso non è tenuto all'etichettatura di origine, ed è quindi considerato prodotto nazionale, cioè made in USA.

Quindi nemmeno la legge USA affronta il problema della origine delle materie prime che entrano come componente in un prodotto trasformato negli USA.

Ma il problema (visto che parliamo di fattori di competitività) è: **quanto interessa al consumatore l'origine del prodotto?** Non parlo solo del consumatore italiano (più legato alle tradizioni alimentari)

Secondo un'indagine Doxa, il consumatore riconosce nella marca il primo segnale distintivo del prodotto che acquista. In un elenco di otto fattori, il luogo di provenienza si colloca al penultimo posto.

Ancora, la qualità delle materie prime e la fiducia nel produttore costituiscono, per i consumatori, i principali fattori di affidabilità del prodotto alimentare. Anche in questo caso il luogo di provenienza si trova in fondo alla classifica.

Anche puntando l'attenzione sui consumatori di prodotti a denominazione, le risposte non cambiano. Alla domanda: quali sono le motivazioni che spingono all'acquisto di prodotti a denominazione, il 38% degli intervistati risponde "la qualità superiore della materia prima"; solo il 13% risponde "il processo produttivo in una determinata zona".

Alla domanda: sui quali aspetti dovrebbe far leva la campagna informativa dei prodotti a denominazione di origine, il 25% delle risposte è "sulla qualità del prodotto"; solo il 15% risponde "la tipicità della zona di produzione".

Solo un italiano su tre ritiene giusta l'indicazione obbligatoria sull'etichetta dell'origine geografica delle materie prime utilizzate nei prodotti alimentari.

L'esaltazione dell'origine può anche avere effetti indesiderati, come quando sul New York Times un giornalista accusa l'Italia di ingannare i consumatori quando "spacciano" per italiano un olio che non lo è.

Allora dovremmo puntare meglio la nostra strategia competitiva non solo sull'origine, ma sulla qualità superiore degli ingredienti e dei prodotti. I punti di attenzione dovrebbero essere:

2. **Qualificare sempre meglio il nostro prodotto.** Penso ai prodotti a denominazione, che oggi costituiscono tante sigle senza reale presenza sul mercato. In tale senso, una più forte iniziativa in sede WTO per sostenere le ragioni del registro multilaterale sulle denominazioni. La questione della proprietà intellettuale è tra i temi del dialogo bilaterale UE-Cina previsti nel documento COM(2003)533.
3. Sostenere le **strategie dei Consorzi di tutela** orientate al rafforzamento dei disciplinari, alle strategie di mercato, alla promozione, alla tutela legale dalle contraffazioni.
4. Sostenere la introduzione della **certificazione etica**. Il consumatore dei paesi del Nord Europa è molto sensibile a questo aspetto.

5. Garantire il massimo rispetto degli **standard** (il caso delle importazioni di concentrato di pomodoro). I PVS esportatori stanno compiendo grandi sforzi per adeguarli. Uno degli aspetti qualificanti degli accordi di cooperazione è proprio l'adeguamento degli standard (vedi gli accordi UE-Mercosur). Il tema è richiamato nel citato documento della Commissione.

**Osservatorio economico e ufficio studi****La legge degli USA in materia di etichettatura obbligatoria del paese di origine di alcuni prodotti agricoli**

L'Associazione degli agricoltori degli USA (National Farmers Union, NFU) ha annunciato il suo sostegno al programma varato dall'Amministrazione USA che prescrive l'etichettatura di origine per taluni prodotti agricoli.

Poiché l'argomento è di un certo interesse, ci proponiamo di illustrare, per sommi capi, i contenuti del programma.

Fino ad oggi la legislazione USA imponeva che tutti i beni introdotti da paesi terzi riportassero in etichetta il paese di origine; non esisteva analogo obbligo per i beni prodotti totalmente o parzialmente negli USA.

La legge agraria USA (Farm Security and Rural Investment Act, 2002 (L107-171), noto meglio come Farm bill 2002 (i cui contenuti sono stati descritti in una pubblicazione edita dalla CIA), impegna l'Amministrazione (l'Agenzia Federale per i Mercati, AMS) a varare **entro il 30 settembre 2004** un regolamento per un sistema obbligatorio di etichettatura di origine per taluni prodotti agricoli: carni bovine, suine ed ovine; pesci e molluschi di allevamento e di cattura; frutta e verdure fresche e congelate; arachidi.

Per gli altri prodotti agricoli, non previsti nel Farm bill, l'Amministrazione si dovrebbe limitare a proporre sistemi volontari di etichettatura di origine.

Nel gennaio 2004 il Presidente ha disposto il rinvio dell'entrata in vigore della legge (ad eccezione dei pesci e molluschi) al 30 settembre 2006.

I problemi emersi nel corso delle consultazioni promosse dall'AMS sono riconducibili a due:

- l'eccessivo costo che il sistema di etichettatura comporterà per i produttori (l'AMS stima che l'onere nel primo anno di applicazione della regola sarebbe nell'ordine di 0,6-4 miliardi di dollari);
- la difficoltà di definire il concetto di "prodotto trasformato", tenuto conto che la legge esclude dall'obbligo di etichettatura "i prodotti che entrano come componenti in un prodotto trasformato".

La legge dispone che gli operatori siano tenuti ad informare, mediante un sistema di etichettatura, i consumatori finali circa l'origine del prodotto consumato o messo in commercio per essere consumato.

Nel caso delle carni e dei pesci di allevamento, è considerato originario degli USA il prodotto che deriva da un capo nato, allevato, macellato e lavorato nel territorio degli USA; nel caso dei pesci di cattura sono considerato originari degli USA quelli catturati entro i limiti delle acque territoriali; sono, infine, considerati originari gli ortofrutticoli e le arachidi coltivate nel territorio degli USA.

Come detto, sono esclusi dall'obbligo di etichettatura di origine i prodotti agricoli che entrano come componenti in un prodotto alimentare trasformato. Per ciascun prodotto agricolo contemplato nella

legge, l'Amministrazione dovrà definire il significato di "trasformazione". L'Amministrazione seguirà due criteri: è considerato prodotto trasformato:

1. quello che combina più prodotti originari contemplati dalla legge che, tuttavia, a causa del processo di lavorazione, subiscono una trasformazione chimico – fisica e perdono, nel prodotto finito, la propria identità. Tra i processi rientrano la cottura, la salatura e altre preparazioni. Per esempio, una "zuppa di vegetali in scatola", il succo di arancia o il prosciutto sono considerati prodotti trasformati, e quindi i prodotti originari (verdure, arance e carne suina) sono esclusi dalla disciplina di origine. Al contrario, un prodotto surgelato rientra nella disciplina perché non ha perso i caratteri originari;
2. un prodotto contemplato dalla legge messo in commercio in combinazione con altri (a loro volta contemplati dalla legge o no, oppure ingredienti) di modo che il prodotto finito è sostanzialmente differente dai singoli componenti, è anch'esso escluso dalla disciplina di origine. È il caso delle confezioni di insalate miste. Al contrario, una confezione di frutta addizionata con zucchero o aromi rientra nella disciplina perché non perde le sue caratteristiche, trattandosi, in ogni caso, di un procedimento usuale da parte dei consumatori. L'applicazione di questo secondo principio risulta molto controversa perché, a parere della stessa AMS, sarebbero escluse dalla regola di origine la gran parte delle produzioni alimentari (per esempio, sempre più gli ortaggi e la frutta sono venduti in confezioni miste). Per questo l'AMS ha deciso un ulteriore approfondimento della questione (uno dei motivi del rinvio dell'entrata in vigore)

La legislazione USA aveva, in precedenza, previsto, nei confronti dell'importatore, l'obbligo di etichettatura di origine per i prodotti importati negli USA. Se una materia prima è destinata ad un trasformatore degli USA, e subisce una trasformazione sostanziale, tuttavia, non soggiace all'obbligo di etichettatura di origine e, in quanto trasformato negli USA, può essere etichettato come "prodotto negli USA". Secondo questo criterio, un prodotto importato negli USA è considerato originario dal paese esportatore, indipendentemente dal paese ove si sono svolte le varie fasi produttive. Per esempio, una carne macellata nel paese esportatore, ma proveniente da capi allevati in paesi diversi, è considerata originaria dal paese esportatore.

Per le carni fresche, i tre criteri nato – allevato – macellato negli USA debbono essere contestualmente rispettati per la dichiarazione di origine. Nel caso di animali nati e allevati in paesi terzi, e macellati negli USA, la legge prescrive che l'etichetta riporti l'indicazione analitica dei diversi passaggi: nato nel paese X, allevato e macellato negli USA (In pratica un sistema analogo a quello in vigore da tempo per l'etichettatura della carne bovina nell'UE).

In allegato: slide di presentazione della legge USA elaborate dal Dipartimento di Stato (USDA).

Il testo originale della sintesi della proposta di legge è consultabile sul sito:

www.ams.usda.gov/cool/index.htm

Etichettatura del paese di origine

SINTESI DELLA PROPOSTA DI LEGGE USA

Marketing and Regulatory Programs



Etichettatura del paese di origine

Principali elementi della proposta di legge

- 1) i soggetti sottoposti all'obbligo di apporre l'etichetta;
- 2) i prodotti sottoposti ad etichettatura;
- 3) la determinazione dell'origine;
- 4) l'archiviazione delle informazioni

Marketing and Regulatory Programs



Etichettatura del paese di origine

1. I soggetti obbligati ad apporre l'etichetta:

- In base alla definizione della Legge relativa alle commodities deperibili (Perishable Agricultural Commodities Act - PACA):
“per vendita al dettaglio si intende quell'attività economica avente ad oggetto la vendita di ortaggi e frutta fresca freschi o surgelati con un fatturato annuo superiore ai 230,000 \$”;
- Sono esentati dall'obbligo di etichettatura gli esercizi di ristorazione (es. tavole calde).

Marketing and Regulatory Programs



Etichettatura del paese di origine

Dettaglianti

- l'USDA identificherà i dettaglianti attraverso le licenze PACA;
- si tratta approssimativamente di circa 4.500 licenze (37.000 esercizi);
- non rientrano nella definizione: le macellerie, i mercati ittici e gli esportatori.

Marketing and Regulatory Programs



Etichettatura del paese di origine

2. etichettabili:

- tagli di carne bovina, suina e ovina;
- pesci e crostacei (di allevamento e di cattura);
- ortaggi e frutta, freschi e surgelati;
- arachidi

Marketing and Regulatory Programs



Etichettatura del paese di origine

Esenzioni

- le commodities suddette sono escluse dall'obbligo di etichettatura se costituiscono uno o più ingredienti di **“un prodotto alimentare trasformato”**;
- la normativa definisce il “prodotto alimentare trasformato”;
- **non sono escluse dall'obbligo le commodities preparate per il consumo ma non trasformate**

Marketing and Regulatory Programs



Etichettatura del paese di origine

Prodotto alimentare trasformato che comporta una
modifica delle caratteristiche dei prodotti originari
che lo compongono

*e' quel prodotto che risulta dalla combinazione di
commodities (sottoposte all'obbligo di etichettatura)
le quali subiscono dei cambiamenti fisici e chimici
tali da modificarne le caratteristiche iniziali.*

Marketing and Regulatory Programs



Etichettatura del paese di origine

Prodotto alimentare trasformato - esempi di commodities esentate dall'obbligo in seguito a modifica delle caratteristiche iniziali:

- arance spremute per la produzione di succo d'arancia;
- tagli di suino affumicati per la produzione di bacon.

Marketing and Regulatory Programs



Etichettatura del paese di origine

**Prodotto alimentare trasformato risultante dalla
combinazione tra diversi prodotti alimentari**

- Nel caso in cui una commodity, sottoposta ad obbligo di etichettatura, venga combinata con:
- altri prodotti sottoposti all'obbligo;
- altri ingredienti

e assuma caratteristiche diverse rispetto a quelle iniziali, è esclusa dalla disciplina



Marketing and Regulatory Programs