

Cross Border E-Commerce to China: Cosa Cambia con le Nuove Norme

a cura di Tuvia Italia / Kerry Logistics



In materia di **Cross Border E-Commerce** - o CBEC per gli addetti ai lavori - il recente cambiamento del quadro normativo Cinese è un vero e proprio tema caldo. Cercando tra le fonti ufficiali e sfruttando l'esperienza dei miei colleghi di Kerry Logistics in Asia, sono finalmente riuscito a formarmi un'opinione chiara in merito alla vicenda. Ma cerchiamo innanzitutto di mettere un po' di ordine.

Ieri

Fino al 2019, gli unici limiti per chi esportava tramite E-Commerce erano due:

- La Positive List, ossia la lista di prodotti a cui è permesso accedere al CBEC;
- Le soglie massime di valore per transazione o i volumi di transazioni annuali, il che significava che vi era un limite massimo a come e quanto un utente Cinese potesse spendere in un anno.

C'è da sottolineare il fatto che l'accesso al CBEC consentiva una facilitazione per gli esportatori dal punto di vista dei dazi (azzerati), della compliance dei prodotti (semplificata) e dell'imposta sui consumi (scontata del 30% rispetto all'aliquota di una transazione normale).

Tutti questi fattori, oltre ad offrire incentivi fiscali per il consumo di prodotti stranieri, si sono tradotti in una fortissima deregulation per le transazioni B2C che consentiva a chiunque l'accesso al mercato.

Tuttavia, tra le conseguenze ci sono state anche l'apparizione di figure commerciali dalla dubbia professionalità: intermediari del commercio che si frapponivano tra i business e i consumatori, ad esempio comprando più volte lo stesso prodotto usufruendo dei regimi agevolativi per poi rivenderlo ad altri consumatori.

Oggi

La prima e più succosa novità che possiamo trovare in questa nuova normativa riguarda le positive list, le quali vedono ampliarsi i benefici fiscali e la platea dei possibili prodotti che ne possono beneficiare. Aumentano inoltre anche le soglie massime d'acquisto per i consumatori Cinesi.

Qual è dunque il cambiamento che preoccupa così tanto?

Innanzitutto, viene esplicitato che al commercio elettronico si applicano le stesse regole del commercio tradizionale, salvo ne siano introdotte di diverse - ovvero siano imposti obblighi specifici.

In secondo luogo, vi è una stretta su tutto ciò che riguarda gli aspetti regolatori: la gestione e l'utilizzo dei dati, i requisiti professionali degli operatori, la responsabilità civile per i danni causati dall'uso del prodotto, la responsabilità del trasporto.

Infine, vi è l'obbligo di identificare nella Cross Border Value Chain un soggetto di diritto Cinese: quest'ultimo sarà ritenuto responsabile dell'immissione del prodotto sul mercato e del rispetto delle normative.

Perché?

Con questa normativa, la Cina ribadisce che lo sviluppo del CBEC è una priorità strategica: in una prospettiva di lungo termine sarebbe opportuno chiedersi il motivo di un così spinto interesse ad aumentare i consumi interni con produzione straniera - ma questo è materiale per un prossimo articolo.

La Cina inoltre appare intenzionata a mantenere il massimo controllo sui flussi di beni provenienti dall'estero tramite il canale del CBEC: quale modo migliore per raggiungere tale obiettivo se non responsabilizzando i soggetti che in Asia dominano il digitale?

Cross Border E-Commerce to China: Cosa Cambia con le Nuove Norme

I veri target delle nuove normative, infatti, non sono i consumatori bensì le piattaforme E-Commerce asiatiche, ora obbligate per legge a restringere l'ingresso sia a chi immette in commercio il prodotto - merchant stranieri - sia a chi ne effettua il consumo - privilegiando i consumatori veri e non più i grossisti improvvisati.

Come sta reagendo il mercato?

Le piattaforme E-Commerce si sono subito messe ai ripari, alzando l'asticella dei controlli e aumentando lo spettro di servizi a disposizione dei merchant stranieri; tra questi, ci sarà sicuramente l'opzione di utilizzare la trading company della piattaforma stessa per sbarcare sul mercato in piena osservanza delle nuove norme.

In alternativa, il merchant straniero può optare per creare una propria entity (consigliabile solo al raggiungimento di una certa massa critica di vendita) o utilizzare una delle numerose trading company ora offerte dal mercato (attenzione ai dilettanti!).

Il tema è in continua evoluzione e tutto dipenderà dal modo in cui le autorità di controllo applicheranno le nuove norme. Teniamo allora le orecchie bene aperte e condividiamo le nostre esperienze.

Per i dettagli sulla nuova normativa rinvio alla grande quantità di articoli presenti in rete sul tema, tra i quali segnalo in particolare questi due:

<https://www.eurobiz.com.cn/chinas-new-e-commerce-law/>

<https://www.internationaltradecomplianceupdate.com/2019/01/17/china-new-cross-border-e-commerce-cbe-regulations-bring-new-opportunities-and-challenges-for-overseas-sellers/>

Per informazioni ed approfondimenti

stefano.poliani@kerrylogistics.com

+39 02 2694001

