



dal 1994 promuoviamo l'export dei prodotti biologici

## IL MERCATO BIOLOGICO IN REPUBBLICA DI COREA

---

### INTRODUZIONE

Il mercato più consolidato per gli alimenti biologici in Asia è considerato il Giappone, per il quale si calcola una dimensione di mercato di 1 miliardo di EUR (circa l'1% mercato alimentare totale): considerando che la quota del biologico sul mercato coreano è valutata nel 10% della spesa alimentare, appaiono evidenti l'importanza della Repubblica di Corea per lo sviluppo del biologico nell'area e l'opportunità che sia messa nel mirino delle imprese e del sistema-Paese biologico.

La popolazione della Repubblica di Corea supera i 48 milioni di abitanti, l'ottanta per cento vive comunque in aree urbane, con quasi un quarto concentrato nella capitale Seul.

Circa il 72 % della popolazione è in età compresa tra i 15 e i 64 anni, il 9 % ha più di 65 anni e il 19% è sotto i 14.

Il tasso di natalità è basso, l'aspettativa di vita è in aumento: la popolazione sta invecchiando.

Entro il 2016, il numero di anziani dovrebbe superare il numero di ragazzi sotto i 15 anni, e si prevede che rappresenterà oltre il 20% della popolazione nel 2026 (*Statistics Korea, 2009*). Secondo *Statistics Korea*, l'aspettativa di vita del maschio coreano è 76,1 anni (stime del 2007), che equivale alla media OCSE; per le donne, la media è di 82,7 anni, quasi un anno di più rispetto alla media OCSE di 81,8 anni.

Tuttavia, *Euromonitor* (gennaio 2009) osserva che la maggior preoccupazione per la salute che si è diffusa tra gli uomini sta aumentando la loro aspettativa di vita più rapidamente di quella delle donne; per queste ultime, al contrario, aumentano la frequenza di lavoro fuori casa e l'adozione di alcune delle abitudini insalubri dei loro colleghi maschi, rallentando il tasso di aumento della loro aspettativa di vita.

In parallelo con l'aumento dell'età media, cresce l'interesse per stili di vita che incrementino salute e benessere; mangiare sano è una priorità assoluta: i consumatori anziani sono all'inseguimento del sogno di rimanere in salute e giovani.

Il Paese si caratterizza per un elevato tasso di istruzione. Circa il 70% dei diplomati delle scuole superiori continua gli studi. Il diploma di scuola superiore è così lo standard minimo e la laurea è comune.

Secondo il *World Fact Book*, nel 2007 i sudcoreani frequentavano la scuola in media per 17 anni (18 anni gli uomini, 15 le donne).

Per *Statistics Korea* (2009) il numero di nuclei familiari è aumentato da 6,6 milioni nel 1975 a 14,3 milioni nel 2000 e 15,9 milioni nel 2005; va da sé che è sceso il numero medio di componenti, dai 5,0 nel 1975 ai 4,5 nel 1980, ai 3,1 nel 2000 ai 2,9 nel 2005. Il numero dovrebbe scendere ulteriormente a 2,7 componenti entro il 2020, con un aumento del numero di famiglie con meno di 3 componenti e il calo di quelle composte da più di 4 unità.

Viene stimato che nel 2015 un quinto dei nuclei familiari sarà composto da una sola persona (Park, Kim e Ko, 2002).

Non solo sono diminuiscono le dimensioni dei nuclei familiari, ma gli stili di vita diventano sempre più intensi. Anche se le coreane stanno lavorando di più e trascorrono più ore fuori casa, restano i principali acquirenti di generi alimentari e articoli per la casa, e sono spesso responsabili di decisioni in materia di istruzione per i propri figli.

Lo stress per il poco tempo a disposizione, il pesante equilibrio vita-lavoro e la pressione di apparire di successo e moderni agli occhi della società è molto sentito.

**Tab.1 - Demografia della Corea del sud**

Età	Uomini	Donne
1-14 anni	4.3	3.8
15-64 anni	17.9	17.2
65 anni e oltre	2.1	3.1

Fonte: World Fact Book

I principali problemi di salute sono rappresentati, come in Occidente, dal cancro e dalle malattie cardiovascolari; la domanda di integratori alimentari che rafforzano il sistema immunitario e di alimenti naturalmente ricchi di sostanze antiossidanti sembra destinata a crescere; calano le vendite di bibite gassate e aumenta quello di succhi di frutta, bevande per sportivi e tè.

È obeso il 33% della popolazione adulta; è probabile che la campagna pubblica per la promozione di stili alimentari più attenti promossa dalle autorità porti allo sviluppo per prodotti low fat e low carb.

Anche se, salvo che per gli acquisiti volutamente "esotici" (qui occidentali), i consumatori indicano la preferenza (teorica) per prodotti di marche nazionali o che siano noti sul mercato da un certo tempo, la Corea importa dal 60 al 70% del proprio fabbisogno alimentare generale (in particolare cereali, pesce e crostacei, carne, mangimi, soia e altri semi oleosi, con maggiori fornitori Usa, Cina, Australia, Brasile e Giappone).

La dipendenza del Paese dall'estero discende dall'aumento della ricchezza e dalla conseguente domanda (pratica) dei consumatori per una maggior varietà di cibo.

Per i sudcoreani benestanti la qualità e l'immagine possono aver più peso del prezzo quando devono prendere decisioni d'acquisto (la situazione economica è positiva, il Paese ha superato ben prima di altri la crisi internazionale).

L'esposizione delle nuove generazioni ad alimenti, marchi e sapori di stile occidentale, ha aumentato la loro familiarità e l'accettazione dei prodotti un tempo estranei alla tradizione locale

come gelati, formaggi , yogurt , salumi , succhi di frutta e di verdura , caffè, vino e prodotti pronti da passare al microonde.

Anche se il successo degli alimenti biologici non era così scontato (il termine coreano che definisce i pesticidi è "medicine per le piante": nulla di particolarmente preoccupante), negli ultimi anni, complici anche scandali e criticità come la BSE e la contaminazione da diossina degli alimenti, la consapevolezza sui temi della salute e dell'ambiente si è diffusa enormemente.

Sono decollate le campagne anti-fumo, i tetti hanno cominciato a essere invasi da pannelli solari, sulle montagne intorno a Seul girano turbine eoliche, è sorta la sezione coreana di Eco-Mom.

La tendenza che si sta affermando è quella del "consumo intelligente", con acquisti guidati dai concetti di "valore" e "qualità" piuttosto che di "volume": l'interesse è per prodotti nutraceutici o BFY (better for you) che offrono benefici nutrizionali, con sapori naturali e non creati da aromi di sintesi, privi di additivi.

I consumatori sono disposti a spendere di più per prodotti percepiti come utili al benessere e chiave per la buona salute, come quelli biologici, "naturali", gli integratori, gli alimenti funzionali e fortificati (con calcio, ferro, omega-3 o fibre).

**Tab. 2 - Motivi dell'acquisto di prodotti biologici**

Motivo principale	%
Salute e sicurezza in genere	43.8
Sapore	2.5
Esenti da tossine	39.1
Esenti da sostanze chimiche	5.5
Valori nutrizionali	0.9
Convenienza della confezione	1.7
Freschezza	4.5
Altro	1.7
totale	100.0%

Fonte: Global agriculture information network FAS, 2011

Prevalentemente a Seul, ma anche nei centri minori, si trovano bar che offrono caffè biologici (ed equo-solidali), piccoli negozi specializzati, grandi spacci della cooperativa agricola Hanaro Mart (con una vasta gamma in continuo sviluppo), ristoranti di quartiere che enfatizzano le caratteristiche di "benessere" (chamsari) dei propri menu.

Anche Emart (l'equivalente coreano di WalMart) ha un discreto assortimento di prodotti biologici, così come altre catene della grande distribuzione.

Altra tendenza del consumatore che emerge è quella di rivolgersi ad aziende "etiche", che si impegnano nella responsabilità sociale nei confronti dell'ambiente e delle comunità.



dal 1994 promuoviamo l'export dei prodotti biologici

## MERCATO E DISTRIBUZIONE

Come logica estensione della tendenza al benessere, l'interesse per gli alimenti "naturali" e biologici è in continuo sviluppo, con buona diffusione anche dei punti vendita specializzati, strategicamente collocati nelle aree residenziali; la comodità di accesso offerta dai punti vendita di vicinato è superiore a quella degli ipermercati e delle altre superfici, che pure hanno avuto un ruolo da protagonisti nell'offerta di prodotti biologici e che tuttora continuano a sviluppare le linee.

L'industria si è naturalmente adeguata al cambiamento della domanda, e molte marche hanno lanciato prodotti senza additivi o hanno ridotto il loro uso.

Nel 2010 ha cominciato a prender piede la politica dei prodotti a marchio privato nei vari canali di distribuzione, dai grandi magazzini ai negozi specializzati, La strategia dei prodotti a private label non è tanto quella di imitare i prodotti delle grandi marche, quanto quella di sviluppare prodotti e linee "unici", acquistabili solo nell'insegna che l'ha sviluppata.

Non è raro che il canale specializzato per alcuni prodotti abbia prezzi più contenuti rispetto alla grande distribuzione, grazie alle diverse reti di fornitura e al contatto diretto con gli agricoltori locali.

Il mercato degli alimenti biologici e a basso impatto (vedi più avanti) è cresciuto, in media, dell'8,5 % dal 2005 al 2008, è rimasto stabile nel 2009 (l'anno della crisi) e ha ripreso a crescere negli anni successivi.

Sia il numero delle aziende agricole che le aree coltivate con il metodo dell'agricoltura biologica sono in aumento dalla metà degli anni 1990 .

La domanda locale ha sempre superato l'offerta, impedendo l'export e imponendo l'importazione della maggior parte degli alimenti biologici. Tra i prodotti importati spiccano quelli a base di cereali, gli oli (anche d'oliva), salse e condimenti, cioccolato, mais, ecc.

I maggiori consumatori sono le persone più istruite nella fascia di età da 39 a 42 anni, che esprimono una forte preoccupazione per la sicurezza alimentare e per i residui di pesticidi nel cibo . Una recente indagine ha indicato proprio queste preoccupazioni come drive degli acquisti per il 61 % dei consumatori che ha acquistato prodotti biologici (*International market bureau, Health and Wellness Trends in South Korea, dicembre 2010*).

È forte la domanda di alimenti biologici per bambini, che rappresentano un top seller.

I prezzi dei prodotti biologici freschi di produzione locale non sono sostanzialmente diversi dai loro omologhi convenzionali , ma lo sono quelli dei prodotti trasformati.

Si prevede in futuro un buono sviluppo per i surgelati (sta diventando significativa la tendenza della spesa una volta a settimana . Negli ultimi anni , la dimensione dei congelatori domestici sul mercato è andata crescendo, rispetto agli standard occidentali (i consumatori ritengono i surgelati

comodi e sicuri).

I consumatori di prodotti biologici sono più concentrati nelle regioni del fiume Hangang, di Kangnam, Socho e Seoul (qui in particolare).

La maggior parte dei consumatori acquista prodotti biologici nella grande distribuzione propriamente detta e nei grandi punti vendita organizzati dalla federazione nazionale delle cooperative agricole, oltre che nei negozi specializzati come quelli della catena ORGA, il retailer con il maggior assortimento di prodotti ecologici e biologici, che pesano significativamente sul suo assortimenti di 3.000 referenze. ORGA importa direttamente 150 prodotti biologici e ne acquista oltre 500 da produttori o distributori locali; lo spazio a scaffale è in crescita.

Le quote di mercato (in valore) sono di oltre il 50% per iper e supermercati convenzionali, poco sopra il 30% per il retail minore (indipendente o a catena); le vendite on line pesano per un 10% scarso (*Euromonitor, Health and Wellness, 2010*).

L'acquisto diretto dai produttori è poco diffuso, mentre cresce continuamente l'acquisto on-line, che sembra rappresentare uno dei metodi di acquisto più promettenti per accorciare la filiera.

KOFA ( Korea Organic Farming Association ) è uno dei maggiori distributori di prodotti biologici a livello nazionale (ed è interessata all'import).

I punti vendita Guten Morgen della Samyang Corporations vendono oltre 200 referenze biologiche (alimenti pe l'infanzia, snack, bevande , pasta e condimenti , prevalentemente importati da Germania e Stati Uniti) .

**Tab. 3 - Le prime 15 aziende coreane per quota di mercato biologico/a basso impatto**

Marchio	Ragione sociale dell'azienda	Quota %
Maeil	Maeil Dairy Industry Co Ltd	12.1
Mother's Organic	Namyang Dairy Products Co Ltd	7.4
Foodis Agimeal	Il Dong Pharmaceuticals Co Ltd	3.4
Step Myungpoom Organic	Namyang Dairy Products Co Ltd	3.1
Chungjungwon	Daesang Corp	3
Sangha Pasture Organic Milk	Maeil Dairy Industry Co Ltd	2.7
Kalibio	Vitagermine SA	2.6
Gerber	Nestlé SA	2.1
Seoul	Seoul Dairy Cooperative	1.9
De Vinch	Namyang Dairy Products Co Ltd	1.8
Organic Baby/Child Cheese	Seoul Dairy Cooperative	1.7
Foodis	Il Dong Pharmaceuticals Co Ltd	1.6
Pasteur	Yakult Honsha Co Ltd	1.1
Sempio	Sempio Foods Co Ltd	0.7
Orga	Orga Whole Foods Co Ltd	0.6

Fonte; *Euromonitor, Health and Wellness, 2010*

Nel gennaio 2010 il governo ha introdotto una nuova normativa per l'agricoltura e i prodotti biologici, con un nuovo sistema di certificazione. La data di entrata in vigore è stata ripetutamente posticipata.

La norma prevede anche la possibilità del riconoscimento di equivalenza con altri schemi di certificazione (che, eventualmente, potrà essere attivato dal gennaio 2014).

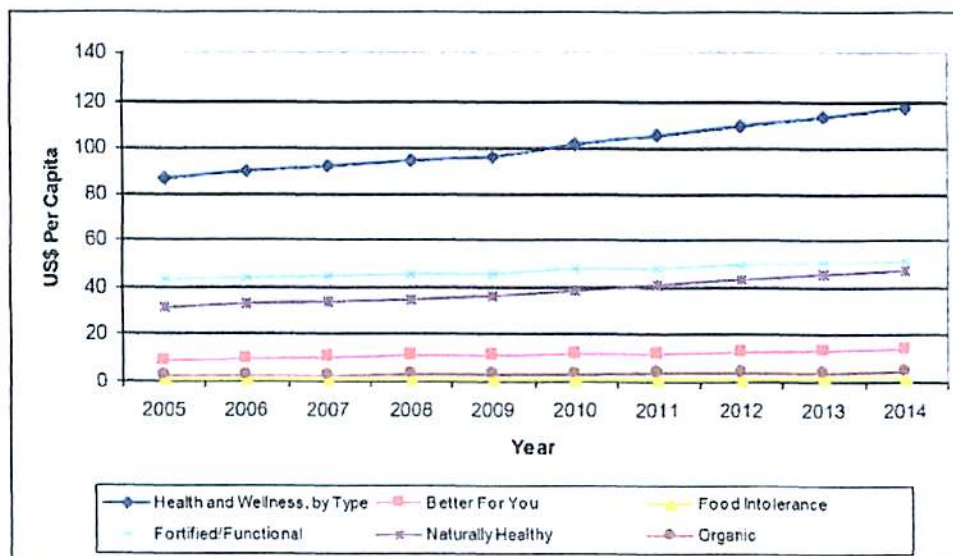
Tra gli alimenti biologici prodotti e trasformati localmente ci sono yogurt, tè verde, zenzero in polvere, latte e confetture di fragola (Department of Primary Industries, 2009). La recessione non ha avuto un impatto considerevole sugli alimentari biologici. Più della metà (54%) dei consumatori sudcoreani non ha fatto sforzi particolari per risparmiare riducendo l'acquisto, il 27% ha contenuto gli acquisti, ma il 10% li ha aumentati (Datamonitor giugno 2009).

Le vendite di riso biologico di produzione locale sono rimaste e rimangono forti, continuando a crescere; il prodotto è percepito come di qualità superiore (Euromonitor, 2010).

La domanda di prodotti a base di latte è in aumento, guidata dal formaggio biologico.

Sono facilmente reperibili prodotti in scatola, pasta, piatti pronti, surgelati e prodotti da frigoconservare (Euromonitor, 2010).

**Sales of Health and Wellness Food Products by Type  
2005-2014 (Estimate)**



Source: Euromonitor International, from trade sources/national statistics  
Note: 2010 data is provisional, 2011-2014 data is estimated

Il mercato è stato stimato nel 2009 a 2,3 miliardi di EUR e secondo stime statunitensi è cresciuto al tasso del 50% all'anno negli 5 anni successivi; si stima raggiungerà il valore di 4,5 miliardi per il 2020.

La fiducia è aumentata rispetto al passato, ma ci sono ancora consumatori dubbiosi sul fatto che valga la pena di pagare un premium price; oltre che da dubbi sulla veridicità della certificazione e sui reali benefici del prodotto, altra barriera all'acquisto è rappresentata dal prezzo elevato.

Attualmente gli alimenti agricoli eco friendly (biologico, conversione, basso impatto) sul mercato sono più costosi di quelli agricoli convenzionali del 150 ~ 200%; i prodotti biologici trasformati possono essere compresi in una fascia +180% ~ 450%.

Vantaggi	Sfide
I consumatori sono sempre più consapevoli dei vantaggi dei prodotti biologici e la domanda è in crescita. La crescita del baby food è considerevole e continua.	È scarsa la conoscenza dell'ampiezza e della profondità della gamma di prodotti biologici occidentali; di conseguenza le varietà di prodotti offerta al pubblico è molto simile nei diversi punti vendita.
La Corea importa già il 60-70 per cento del fabbisogno totale di alimenti e mangimi.	Il settore alimentare fresco è quasi completamente dominato dai produttori nazionali.
La produzione locale di prodotti biologici trasformati è trascurabile. L'importazione di materia prima e ingredienti contribuisce a ridurre i costi di produzione dell'industria di trasformazione; continuerà la domanda di ingredienti, soprattutto da parte di imprese di grandi dimensioni.	La normativa comporta costi aggiuntivi, gli esportatori devono passare attraverso un sistema di certificazione complicato
Sta crescendo la diffusione dei prodotti biologici nelle mense scolastiche, che sta diventando una delle principali politiche di vari governi locali.	Il mercato coreano è poco frequentato da operatori occidentali. Parte dei fornitori è rappresentata da piccole aziende con poca esperienza internazionale e scarsa conoscenza del mercato coreano. La shelf-life dei prodotti biologici trasformati importati è breve e la rotazione non è elevatissima; di conseguenza i prezzi sono più elevati (anche 200/400%) rispetto agli omologhi convenzionali.
Le tariffe doganali per i prodotti biologici trasformati sono relativamente basse.	Le importazioni avvengono spesso in groupage (o a mezzi container); in Italia manca a figura del consolidator
	I coreani preferiscono i gusti americani a quelli europei.

## NORMATIVA

L' Act on Promotion of Environment-Friendly Agriculture, l'applicabilità di alcune parti del quale è stata più volte rinviata, prevede tre categorie di prodotto: Biologico, Senza Pesticidi, A basso contenuto di pesticidi.



Grown without  
chemical and  
chemical fertilizer for  
the past three years



Grown without  
agricultural  
chemical



Grown with 1/3  
chemical

Dal punto di vista tecnico non sussistono differenze significative con la normativa europea.  
La classificazione è:

- **Organic produce/prodotto biologico:** senza uso di fertilizzanti e fitosanitari di sintesi chimica per un minimo di 3 anni.
- **Pesticide-free produce/prodotto senza pesticidi:** prodotto coltivato senza l'uso di Prodotti chimici e 1/3 quantità consentita di fertilizzanti chimici
- **Low pesticide produce/prodotto a basso contenuto di pesticidi:** prodotto coltivato Con metà quantità di prodotti chimici e fertilizzanti chimici; questa categoria sarà abolita a partire dal 2015, ampliando così il mercato potenziale per i prodotti biologici propriamente detti).
- **Organic livestock/zootecnia bio:** allevamenti senza uso di antibiotici, ormoni e stimolanti della crescita, alimentazione del bestiame con foraggi e mangimi interamente biologici
- **NON-Antibiotic livestock/zootecnia senza antibiotici:** alimenti privi di antibiotici.

Non si può etichettare come "naturale" o con simili diciture che possono creare confusione  
I prodotti in conversione devono essere etichettati come tali.

Tutti gli ingredienti devono essere certificati come biologici in base allo standard EFAPA e accompagnati da un certificato di conformità biologico rilasciato da un organismo di certificazione accreditato.

L'importatore di prodotti agricoli/zootecnici è tenuto alla certificazione.

Sono previsti standard distinti per prodotti agricoli biologici e prodotti biologici trasformati

Gli ispettori devono seguire un training approvato dalle autorità coreane per essere qualificati.

È necessario rivolgersi a un organismo di controllo accreditato dalle autorità coreane (attualmente nessun organismo europeo lo è) o a un organismo di controllo che abbia un accordo di cooperazione con un organismo accreditato dalle autorità coreane, che sarà in grado di dettagliare procedure e modulistica.

Concettualmente, la situazione è analoga a quella in vigore con gli Stati Uniti prima del riconoscimento di equivalenza.





*dal 1994 promuoviamo l'export dei prodotti biologici*

Devono essere predisposte, tra l'altro:

- Lista dei prodotti
- Lista dei fornitori
- Diagramma di flusso dei prodotti (flow chart)
- Mappe degli impianti
- Mappe delle strutture
- Sistema di confezionamento ed etichettatura
- Copia delle etichette dei prodotti biologici
- Schede sull'origine di tutti gli ingredienti / schede tecniche degli ausiliari di fabbricazione
- Risultati analisi del acqua
- Dichiarazione OGM free ( se necessaria )
- Certificato di conformità per gli ingredienti e T/C
- Dati relativi alla disinfestazione (insetti e piccoli animali)
- Dati relativi alla pulizia

Il certificato ha validità 1 anno.

Le imprese sono invitate a rivolgersi al proprio organismo di controllo

## LA CERTIFICAZIONE BIOLOGICA per la NORMA COREANA

Dr. Riccardo Cozzo – CEO Bioagricert srl

*Premessa : Il Biologico in Corea è regolato da :*

A. Environmental Friendly Agriculture Promotion Act (1997.12.13) –per la parte produzione Agricola; questa fa capo all'Autorità EFAPA

B. Food Industry Promotion Act (2007.12.27) – Per la parte trasformazione e fa capo all'Autorità FIPA

A. EFAPA (certificazione prodotti agricoli e zootecnici)

Poiché la norma Corana non riconosce ancora la certificazione EU bisogna ispezionare e certificare sia la produzione agricola che la trasformazione . E' necessaria cioè una certificazione di filiera , quindi si deve partire dalli ispezione e certificazione delle Aziende Agricole produttrici della materia prima necessaria per la produzione del quantitativo di prodotto finito che si intende certificare per l'esportazione in

Quindi gli Enti che certificano devono avere due accreditamenti. Il nostro parner Coreano, L'ente di Certificazione DCOK il più importante ente del Biologico in Corea , ha ambedue gli Accreditementi.

A seguito della collaborazione e sinergia fra DCOK e Bioagricert, 21 ispettori Italiani di Bioagricert sono stati ufficialmente qualificati ne luglio 2012 per l'attività di controllo ed ispezione secondo la norma biologica Coreana.

### 1)Scopo della categoria "certificazione biologica" secondo la norma Coreana:

- Per coloro che lavorano/trasformano alimenti biologici utilizzando ingredienti biologici nazionali/importati (inclusi anche prodotti zootecnici come carne, latte).
- Per coloro che lavorano/trasformano alimenti biologici al di fuori della Corea utilizzando ingredienti biologici nazionali/importati per vendita nazionale.
- Per coloro che ri- confezionano ingredienti biologici nazionali/importati per vendita nazionale.

※ Tutti gli ingredienti devono essere certificati come biologici in base allo standard EFAPA e accompagnati da un certificato di conformità biologico rilasciato da un organismo di certificazione accreditato.

### GESTIONE DEL SISTEMA DI CERTIFICAZIONE

Gli Enti che hanno Competenze di gestione sono:

1. Ministry of Food, Agriculture, Forestry, and Fisheries (MIFAFF)
2. National Agricultural Products Quality Management Services (NAQS)
3. Agenzie di certificazione accreditate : quali DCOK

### ACCREDITAMENTO ORGANISMI DI CERTIFICAZIONE

ACCREDITAMENTO EFAPA e FIPA: NAQS = National Agriculture Quality Services.

### PARAGONE FRA IL PROGRAMMA DI CERTIFICAZIONE BIO IN COREA E QUELLO DI ALTRI PAESI

#### Similitudini

- A. Validità del certificato 1 anno.
- B. Programma bio nazionale.
- C. Lo scopo include prodotti bio, alimenti, prodotti zootecnici.

#### Differenze

- A. Standard separati per prodotti bio e prodotti bio trasformati.
- B. Lo scopo dello standard non include solo I proodtti bio ma anche non bio.

- C. Gli ispettori devono seguire un training approvato dal governo per essere qualificati. Oppure il piano di formazione dell'OdC deve essere approvato da NAQS. : i Tecnici Bioagricert hanno ottenuto tale accreditamento .
- D. Obbligo di utilizzare modulistica ufficiale del governo : questa verrà fornita da Bioagricert.

## PROCEDURA DI CERTIFICAZIONE

L'azienda può richiedere tutti i forms da compilare per l'Application a Bioagricert. In Particolare va predisposto:

- Per la produzione primaria:
- Organic Certification Extension Application
- Current Year Field Chart
- DCOK Organic Certification Contract
- Agricultural Input Usage List;
- Seed /Seedling Usage
- Farm Organic System Plan (Extension/Revision)
- Environment-friendly Agricultural Product Labeling
- Pre la Trasformazione dei Prodotti:
- Organic Processed Certification Periodical Inspection Application;
- Ingredient List and production Flow Chart ;
- Labelling and Packaging System;
- Supplier List;
- Facility Map ;
- Process/Handling Organic System Plan (Extension/Revision)

### Revisione documentale

L'azienda invia all'OdC tutti i documenti richiesti a Bioagricert (BAC) per un primo esame; BAC poi li inoltra a DCOK per la valutazione.

### Assegnazione dell'ispettore

1. DCOK incarica per l'Ispezione gli ispettori Bioagricert Qualificati.

### Ispezione in azienda

1. La data dell'Ispezione viene concordata col tecnico Bioagricert, fatte salve le tempistiche richieste dalla norma Coreana;

### Decisione della certificazione

1. Tutta la documentazione di controllo quale il verbale ispettivo, la Relazione Tecnica e tutta la documentazione a supporto vengono inviati da Bioagricert al responsabile al Comitato di Certificazione di DCOK in Corea; qui viene effettuata la valutazione, la decisione ed il rilascio del Certificato.

certificato.

### Rinnovo della certificazione

- La richiesta di rinnovo della certificazione (allegato 11) deve essere inoltrata a Bioagricert almeno un mese prima della scadenza del certificato.
- Il certificato rinnovato avrà validità di 1 anno.

Il certificato viene emesso a seguito della visita ispettiva **Ispezione periodica**, con risultato conforme.

LE AZIENDE INTERESSATE ALLA CERTIFICAZIONE BIO SECONDO LA NORMA DELLA COREA DEL SUD , OD ANCHE AD AVERE INFORMAZIONE SULLA STESSA , POSSONO CONTATTARE IL RESPONSABILE DELLO SCHEMA:

Riccardo Cozzo od Amalia Rueda : [riccardo.cozzo@bioagricert.org](mailto:riccardo.cozzo@bioagricert.org) ; [amalia.rueda@bioagricert.org](mailto:amalia.rueda@bioagricert.org)

SIAMO ANCHE AL SANA 2013 AL

PAD 33 E 17