Oportunidades comerciales para la fruta y las hortalizas, tendencias de mercado y hábitos de consumo

EL MERCADO ITALIANO

III Foro Italo-latinoamericano para las PYME
Santiago de Chile
2-4 octubre 2017

El mercado italiano

- 60 millones de consumidores
- Renta per cápita **30.527 USD** (+1,5% durante el primer semestre de 2017)
- **17,6%** del gasto medio por hogar destinado a productos alimentarios
- **9%** la incidencia de las frutas y hortalizas en el gasto en alimentación
- El consumo alimentario en los últimos años es estable
- Disminuye el consumo de carne y leche
- Aumenta el consumo de productos dietéticos y saludables

Fuente: ISTAT (Instituto Nacional de Estadística)

El consumo per cápita de frutas y hortalizas en Italia

Cítricos	18 kg
Frutas de cáscara	1 Kg
Fruta fresca (de la cual, exótica 9 kg)	45 kg
Hortalizas y legumbres frescas	61Kg
Patatas frescas	11kg
TOTAL	136 kg

¿Cómo ha evolucionado el consumo de frutas y hortalizas frescas de los hogares italianos?

	2012	2013	2014	2015	2016	% respecto a 2012
Frutas y hortalizas	7.716.090	7.578.166	7.962.900	8.151.415	8.267.429	**+ 7%**
Fruta	4.167.990	4.104.950	4.336.968	4.464.466	4.559.487	**+9%**
Verdura	3.548.100	3.473.216	3.625.931	3.686.949	3.707.942	**+4%**

Datos: toneladas; Fuente: GFK

El Top Ten

Fruta Tendencias de consumo

Manzanas	↑
Naranjas	↓
Plátanos	↑
Peras	↑
Sandías	↔
Melocotones	↓
Clementinas	↑
Melones	↔
Limones	↑
Uvas	↑

Verdura Tendencias de consumo

↓	Patatas
↔	Tomates
↑	Lechugas
↔	Calabacines
↔	Zanahorias
↔	Cebollas
↔	Hinojos
↔	Berenjenas
↔	Pimientos
↔	Judías

Canales de venta al por menor de frutas y hortalizas

Hipermercado	11%	↓
Supermercado	35%	↔
Tiendas *discount*	14%	↑
Mercado ambulante	13%	↔
Venta al por menor especializada	24%	↔
Otros puntos de venta	3%	↔
Total frutas y hortalizas	**100%**	

- Los mercados hortofrutícolas mayoristas desempeñan un papel protagónico por lo que concierne a la venta al por mayor, pues en ellos se mueve aproximadamente el **50%** del total de frutas y hortalizas.
- El porcentaje es mucho mayor por lo que respecta a los productos importados, entre el **70** y el **80%.**
- Muchos operadores del mercado poseen además almacenes externos para los servicios provistos a la distribución moderna o al canal Ho.Re.Ca.
- Muy a menudo los mercados hortofrutícolas son **centros de conexión** para otros destinos.

Las tendencias más significativas en el consumo de frutas y hortalizas

- Aumento de los productos ecológicos (**+16%** durante el último año)
- Aumento de los productos de **IV Gama**
- Aumento de la **fruta seca**
- Aumento de los productos **tropicales**
- Aumento de todos los productos considerados **superalimentos**:

Aguacate	**+78%**	**Cúrcuma**	**+22%**
Jengibre	**+76%**	**Bayas de Goji**	**+16%**
Quínoa	**+39%**	**Semillas de Chia**	**+14%**

- Aumentan los productos de **comercio justo**, que deben ser considerados como una segmentación de los productos ecológicos.

Datos: 2016 vs 2015

Cambios dentro de una misma categoría

- **Cítricos**: aumentan las clementinas y disminuyen las naranjas
- **Drupáceos**: aumentan los albaricoques y disminuyen los melocotones amarillos
- **Manzanas**: aumentan las Pink Lady y las Gala y disminuyen las Rojas tradicionales y las Golden
- **Uvas**: aumentan las variedades sin pepitas y disminuyen las variedades con pepitas

LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS

- Durante el primer semestre de **2016**, las ventas al por menor de frutas y hortalizas ecológicas alcanzaron las 237.000 toneladas, un **5,8%** del total;
- En **2015** el porcentaje de productos ecológicos se situaba en un **4,3%**;
- En **2012** los productos ecológicos representaban el **2,2%** de las ventas al por menor de frutas y hortalizas;
- El crecimiento de las frutas y hortalizas ha ido de la mano con el desarrollo de la venta al por menor de alimentos ecológicos, que equivale al **3%** del total y que en el último año ha aumentado un **16%**;

LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS

- El **fuerte desarrollo de los productos ecológicos** se debe no solo a la creciente demanda por parte de los consumidores, sino también a un comportamiento diferente de la distribución moderna, que está dando a este sector la importancia que se merece;
- Todas las tipologías de puntos de venta – incluídas las **tiendas *discount*** y las **pequeñas superficies** – proponen una amplia gana de productos hortofrutícolas ecológicos, incluyendo también productos importados;
- Los productos ecológicos no pueden ser tratados con **productos de post-cosecha**, lo que favorece a muchas especies de importación (manzanas rojas, limones, patatas, etc.);

PRODOTTO BIOLOGICO
Almaverde bio
PRODOTTO BIOLOGICO
BILANCIA
Almaverde bio
Almaverde bio
Almaverde bio
Carolina
Carolina

Las tipologías de frutas y hortalizas que están teniendo un mayor éxito en el mercado italiano son:

Los productos ecológicos

Los productos de IV y V Gama elaborados a base de especies vegetales (zumos de frutas naturales, centrifugados, extractos, hamburguesas vegetales)

En el sector vegetal aumentarán en gran medida las ***«Baby Leaf»***, cuya **vida útil** es muy superior a la de las lechugas tradicionales

Las tipologías de frutas y hortalizas que poseen un mayor éxito en el mercado

Las frutas del bosque

Arándanos, frambuesas, moras y grosellas

Las uvas sin pepitas

Las granadas

Un informe reciente afirma que los consumidores italianos están «**obsesionados con la salud y con encontrar el bienestar**»

Las tendencias de las importaciones en Italia

	2012	2016	Tendencia	Miles de euros
Hortalizas	1.177.593	1.160.358	↔	775.245
Fruta	1.215.266	1.400.372	↑	1.211.913
Cítricos	416.722	356.498	↓	345.241
Total	2.809.581	2.917.408	↔	2.332.400

Datos en toneladas

Productos importados por parte de Italia de interés para América del Sur

	2012	2016	Variación
Plátanos	615.609	712.475	+ 16 %
Uva de mesa	21.533	22.709	+ 5 %
Aguacate	5.149	14.060	+ 173 %
Mango	5.386	9.400	+75%
Arándanos	2.428	3.174	+ 31 %
Espárragos	4.404	3.884	- 12 %
Alcachofas	10.107	7.744	- 23 %

Datos en toneladas

¿Qué oportunidades tienen las exportaciones hortofrutícolas peruanas en Italia?

- Cada vez menos productos tradicionales como los espárragos y las alcachofas
- Más aguacate
- Más mango
- Más plátanos ecológicos
- Más uvas sin pepitas
- Más arándanos y frutas del bosque en general
- Más productos ecológicos y de comercio justo

- Gran parte de la fruta importada para Europa llega por los **Países Bajos** y se re-exporta a otros países de Europa.
- Las mejoras en la logística, así como la bajada de las tarifas de las rutas de navegación, harán que sea económicamente atractivo para los exportadores sudamericanos tener una base logística en el Mediterráneo, para el **sur de Europa** y para una parte de los **países del este**.
- **Italia** puede convertirse en un **centro logístico** para el **sur y el este de Europa**, así como Holanda lo es para el norte de Europa.

El ejemplo del mercado de Padua

El papel de la tecnología italiana para conseguir un producto de alta calidad

UNITEC
We work for your results

MACFRUT 2018

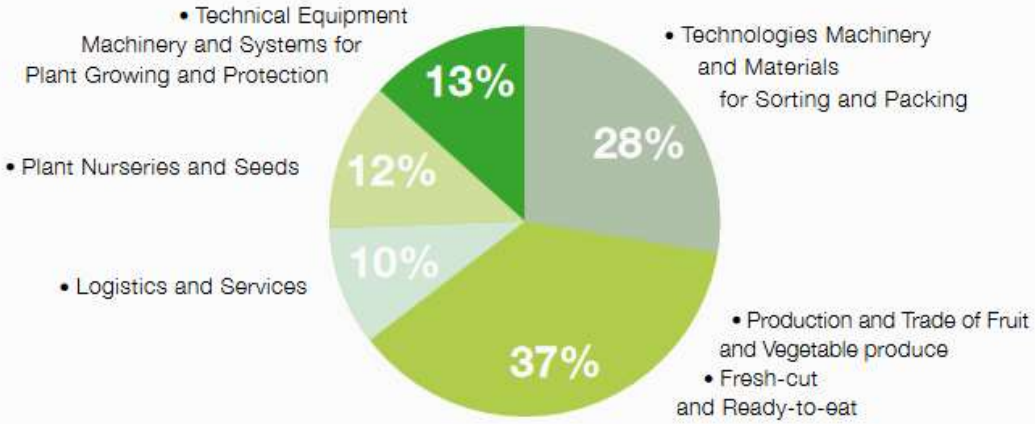
A SUPPLY CHAIN **TRADE FAIR**

SECTORS

Seeds - Breeding & Nursery - Crop Technology
Production - Trading & Retail - Processing Machinery
Packaging Materials - Organic - Fresh Cut - Dried Fruit
Logistics - Services

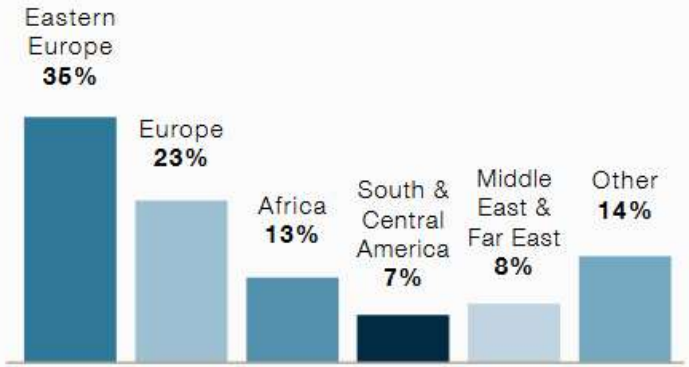
SETTORI

Sementi - Novità vegetali & Vivaismo - Tecnologie produttive
Produzione Commercio & Distribuzione
Macchinari & Tecnologie - Materiali & Imballaggi
Biologico - IV Gamma - Frutta secca - Logistica - Servizi

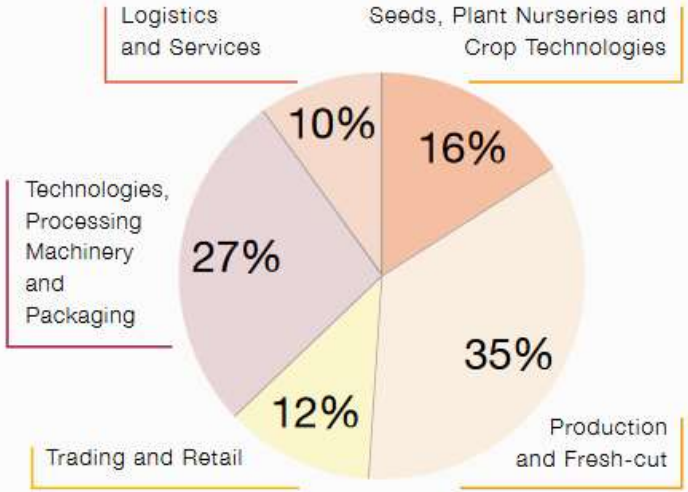


50,000 square metres
8 pavilions

INTERNATIONAL VISITORS



VISITORS PROFILE



Macfrut è un evento professionale qualificato da una presenza internazionale in costante crescita: il 25% dei visitatori proviene da tutto il mondo, oltre 1200 operatori professionali invitati, centinaia di incontri B2B e più di 40 Stati in rappresentanza di cinque Continenti.
Nella scorsa edizione i visitatori sono stati oltre 39.000.

Macfrut is a professional event with an ever-increasing number of international participants: 25% of visitors from all over the world, more than 1,200 professionals invited, hundreds of B2B meetings and more than 40 countries representing five continents.
In the last edition, the number of visitors exceeded 39,000.

MACFRUT A STEADY GROWTH

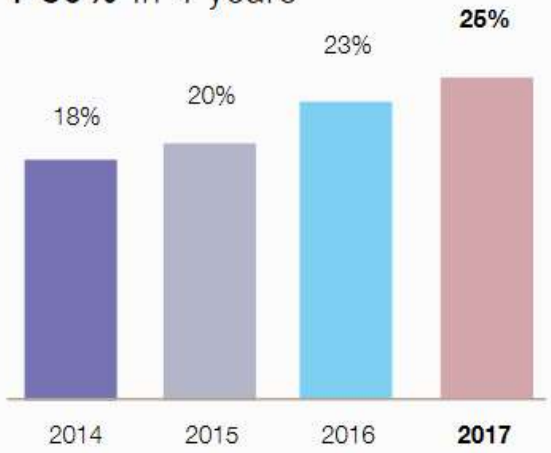
EXHIBITORS

1,100 Exhibitors in 2017 edition
+ 38% in 4 years

FOREIGN EXHIBITORS
+ 40%
in 4 years

VISITORS

39,000 Visitors in 2017 edition
+ 50% in 4 years



FOREIGN VISITORS
+ 63%
in 4 years

En las últimas tres ediciones Macfrut ha crecido un 100%

- Un evento único en el panorama ferial y que representa a todo el sector hortofrutícola;
- Una feria internacional con expositores y visitantes de todo el mundo;
- **1.200** *buyer* extranjeros invitados por la feria en 2017;
- **1.500** *buyer* extranjeros invitados por la feria en 2018;

Las oportunidades para las empresas de Sudamérica que participan en Macfrut

- Encontrar nuevos clientes del **sur** y del **este de Europa**, **Rusia** y de los países del **Golfo Pérsico**;
- Conocer de primera mano las **nuevas tecnologías** de pre-cosecha y post-cosecha;
- Ver las últimas novedades del sector del embalaje;
- Reuniones **B2B** especializadas con los operadores internacionales del sector;