



IL MERCATO DELLE PESCHE E NETTARINE

tendenze recenti e dinamiche attese

Bologna, 27 febbraio 2013

QUALI ELEMENTI DI CRITICITÀ

- **elevata deperibilità del prodotto** che rende difficile lo stoccaggio ed impossibile l'export a paesi molto lontani
- aumento dei **costi di produzione** (concimi, energia elettrica, carburanti)
- **elevata competizione tra i produttori mediterranei** (ES e GR per prezzi, F per qualità)
- **riduzione della domanda** nei mercati tradizionali (D, UK, B, A, ...) e forte crescita in quelli emergenti (Est Europa)

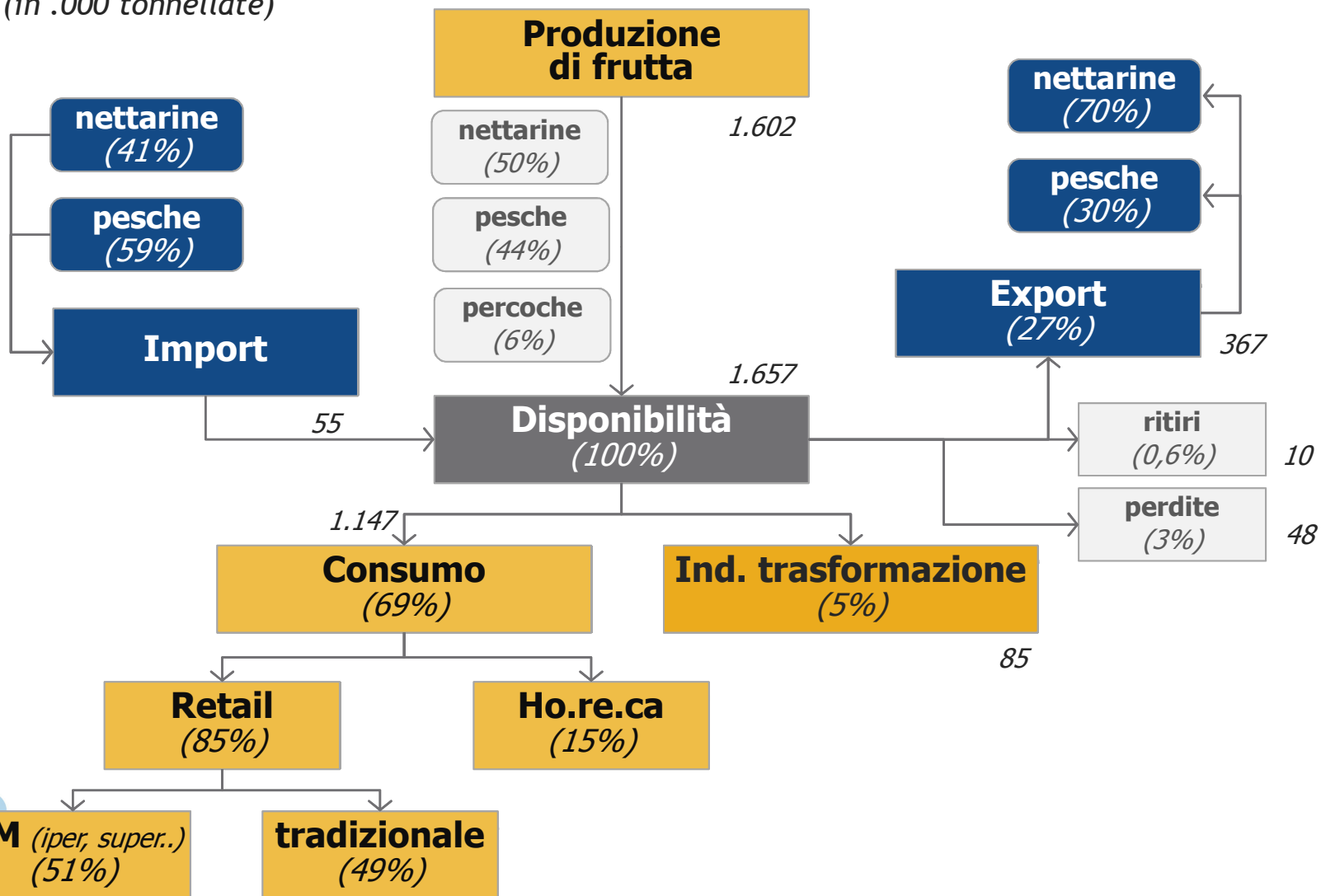
impatto

- **riduzione della produzione** (e delle superfici investite) in Francia ed Italia
- **frequenti crisi di mercato** dovute ad eccesso di offerta (la crisi può avere anche durata limitata, ma l'impatto sul reddito dei produttori è comunque rilevante)
- **erosione del reddito dei produttori** a causa dell'aumento del prezzo dei mezzi di produzione e di prezzi all'origine scarsamente remunerativi
- **cambiamento della mappa delle esportazioni** verso i mercati emergenti (Russia, Est Europa, Nord Africa)
- crescita del **potere di mercato della DM** (possibile sostituzione del prodotto italiano con quello estero)

I FLUSSI DI PRODOTTO IN ITALIA

(in .000 tonnellate)

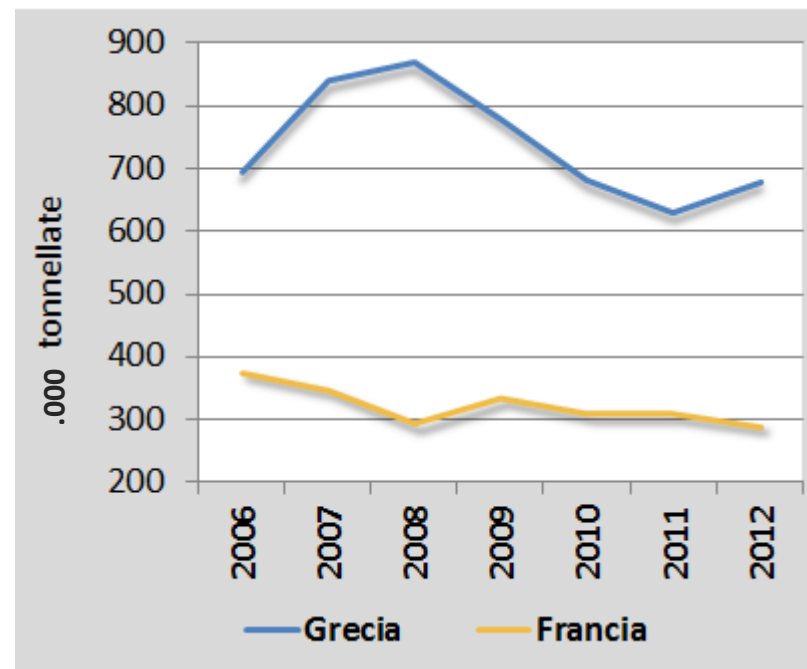
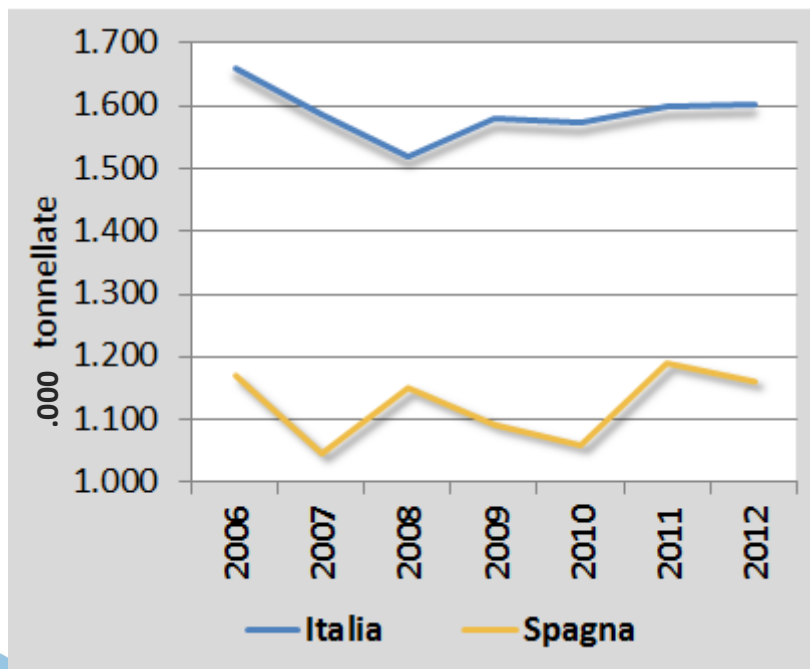
2012



LO SCENARIO PRODUTTIVO EUROPEO

Tra il 2006 ed il 2012 la produzione di pesche, percoche e nettarine **evidenzia una tendenza declinante in Francia ed in Italia**, dove è diminuita ad un tasso medio annuo rispettivamente del 3,9% e dello 0,6%, diversamente da Spagna e Grecia.

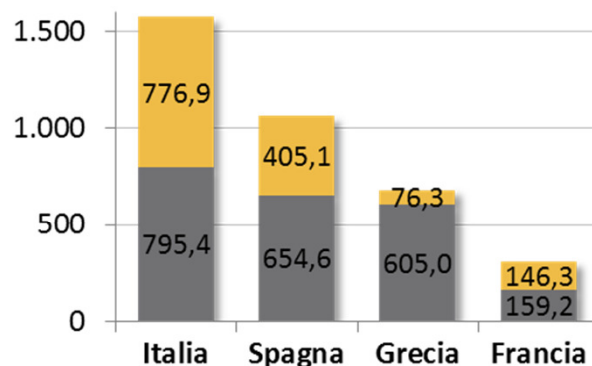
I principali player



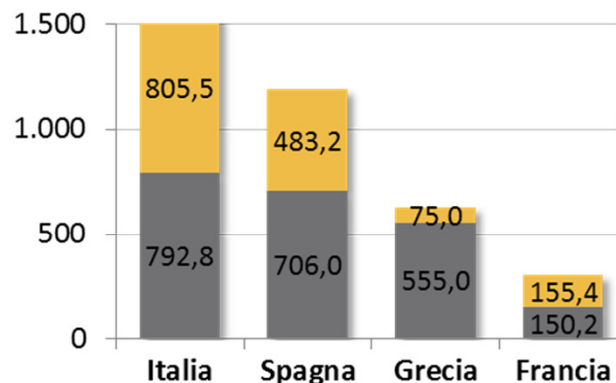
In Italia ed in Francia la contrazione della produzione è da ascrivere alla riduzione delle superfici investite.

La ripartizione della produzione per specie

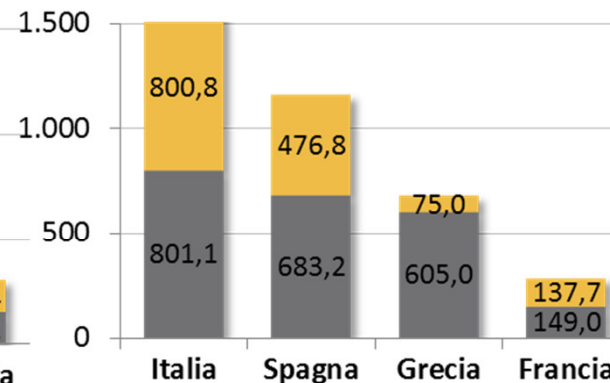
2010



2011



2012



■ Pesche e percoche

■ Nettarine

A differenza degli altri grandi produttori dell'UE, nel paniere dell'offerta dell'Italia l'incidenza delle nettarine è molto elevata e pari a quella delle pesche e percoche.

In Italia e Spagna è in atto un graduale spostamento verso le nettarine, assecondando le richieste del mercato.

LA DOMANDA IN EUROPA

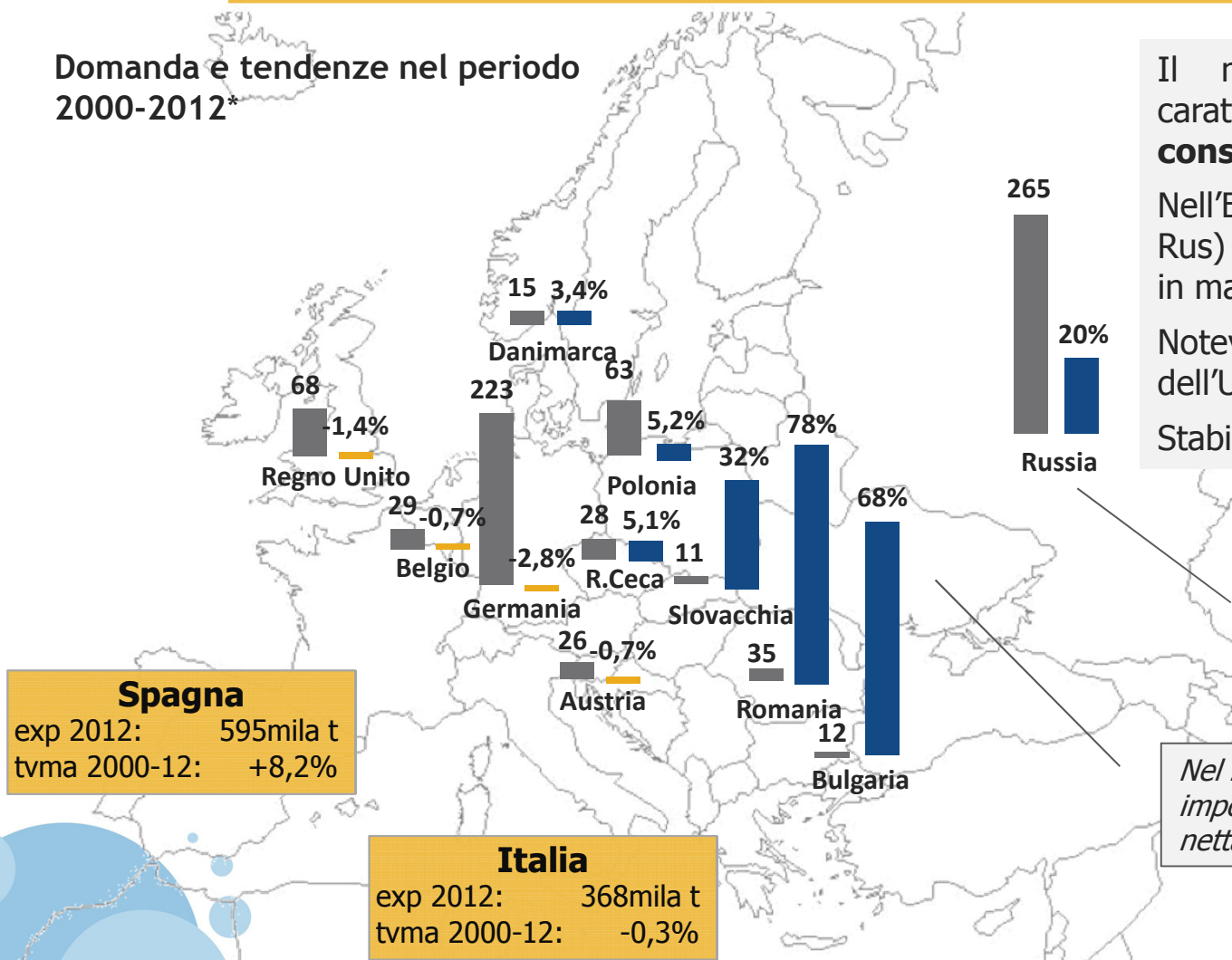
Domanda e tendenze nel periodo
2000-2012*

Il mercato europeo è stato caratterizzato dalla **riduzione dei consumi** in Ger, UK, Aus e B.

Nell'Europa dell'Est (Bul, Rom, Rus) **i consumi sono aumentati** in maniera considerevole.

Notevole balzo dei consumi dell'Ucraina.

Stabili gli acquisti in Svizzera.



Spagna
exp 2012: 595mila t
tvma 2000-12: +8,2%

Italia
exp 2012: 368mila t
tvma 2000-12: -0,3%

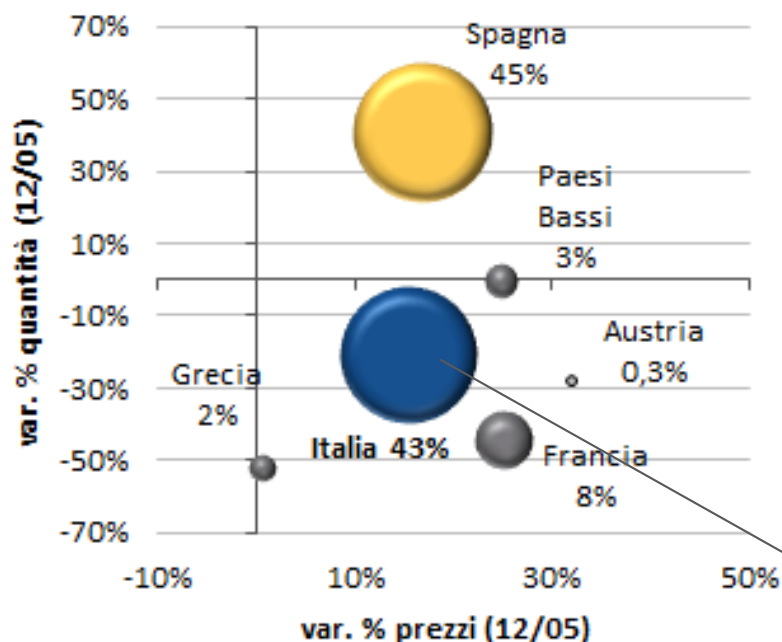
Nel 2012 in **Russia**, il saldo exp-imp ha superato le 265mila tonnellate.

Nel 2012 in **Ucraina** sono state importate 68mila t di pesche e nettarine (9mila del 2005)

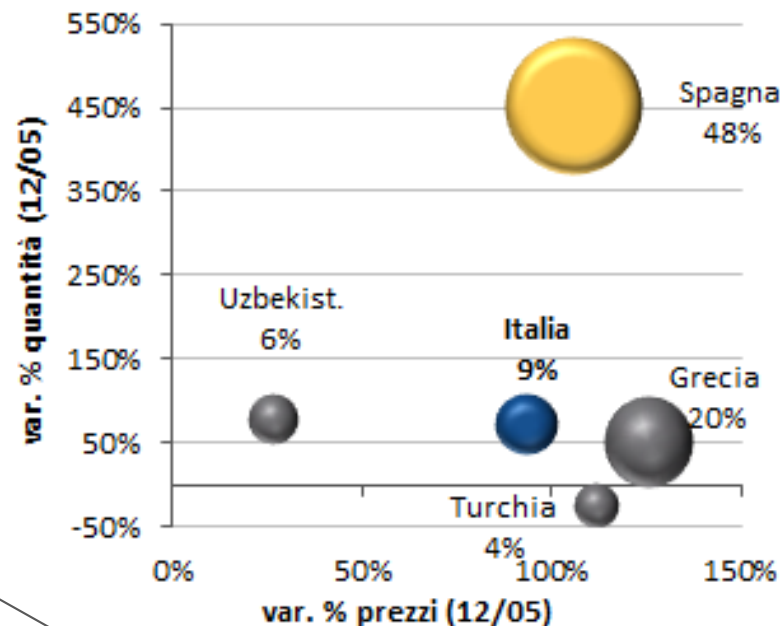
■ .000 t (2012) dati provvisori
■ Var. % medio-annua 2000-12

EVOLUZIONE DELLE IMPORTAZIONI

Germania



Russia



L'import di pesche e nettarine tra il 2005 e il 2012

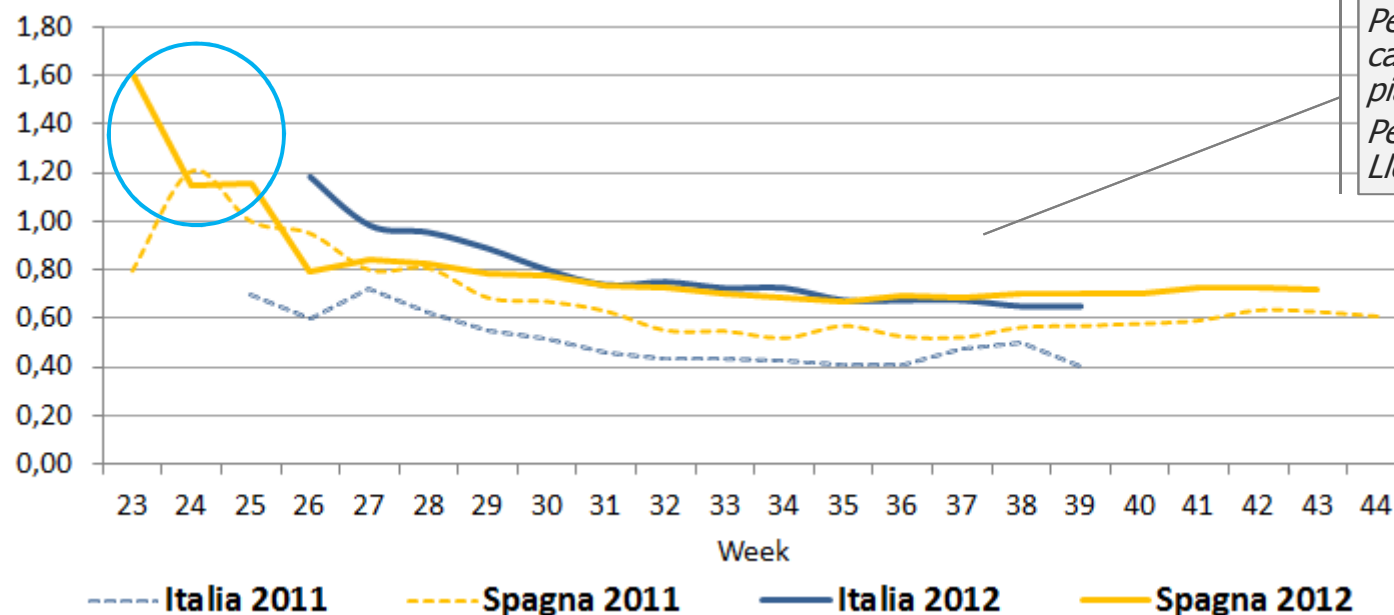
Germania e Russia mostrano **dinamiche opposte**: la Germania riduce l'import (-7%), mentre la Russia aumenta sensibilmente (+138%). I prezzi all'import crescono in misura contenuta per la Germania (+18%) e in modo più sostenuto per la Russia (+93%).

L'Italia riduce la quota in entrambi i paesi; in Germania (-8%) per una flessione dei volumi del 21%, in Russia (-3%) accelerando meno (+73%) della Spagna. Tutto ciò, nonostante un minor aumento dei prezzi.

IL MERCATO NELLA FASE ALL'ORIGINE: FRANCIA E SPAGNA

Nettarine gialle

Prezzo f.co magazzino partenza - Cal. A/B (€/kg)



*Per l'Italia il prezzo è calcolato come media delle piazze di Ravenna e Forlì.
Per la Spagna Murcia, Sevilla, Lleida e Zaragoza*

L'eccesso di offerta del 2011 ha determinato, in Italia ed in Spagna un livello delle quotazioni f.co magazzino inferiore rispetto sia al 2010 sia al 2012.

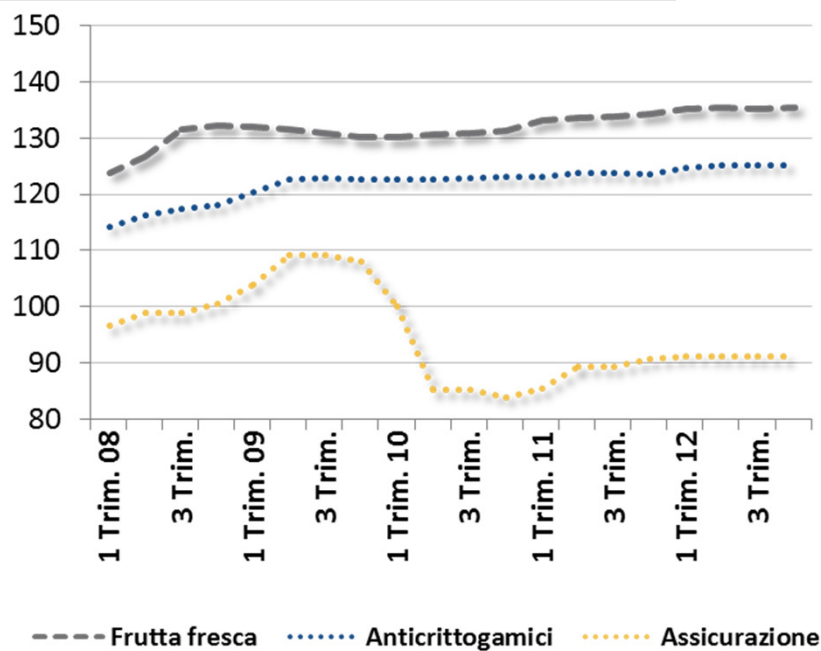
Nel 2011, il prodotto spagnolo ha tenuto meglio il mercato rispetto a quello italiano.

Nel 2012, le quotazioni di Italia e Spagna sono su livelli molto simili.

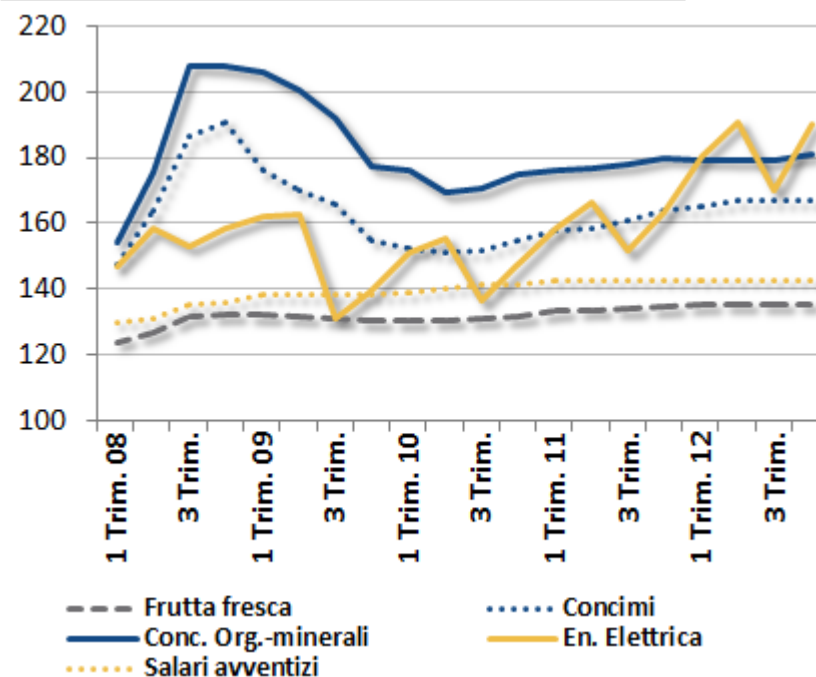
I PREZZI DEGLI INPUT

Indice Ismea dei prezzi dei mezzi correnti di produzione (2000=100)

Input con crescita sotto la media



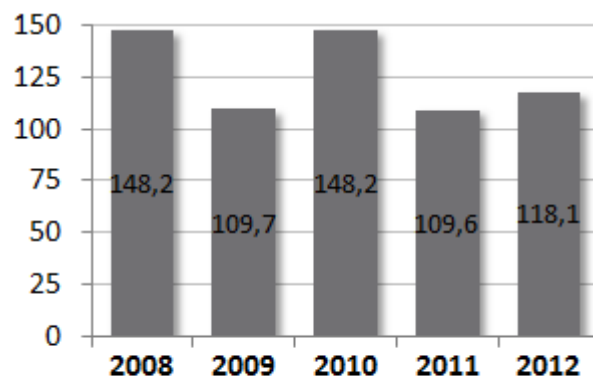
Input con crescita sopra la media



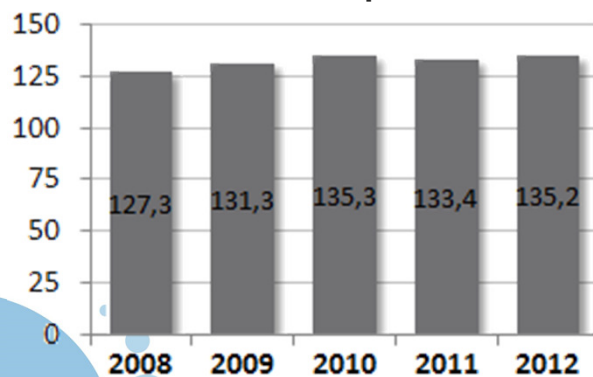
LA REDDITIVITÀ

Indice Ismea della ragione di scambio* (2000=100)

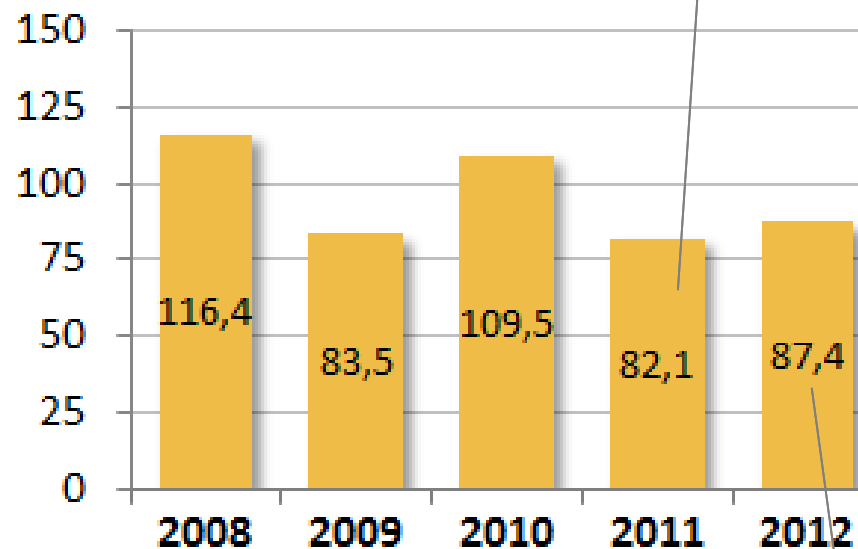
Indice dei prezzi alla produzione



Indice dei costi alla produzione



La crisi di mercato del 2009 e 2011 appare evidente attraverso il calo di redditività



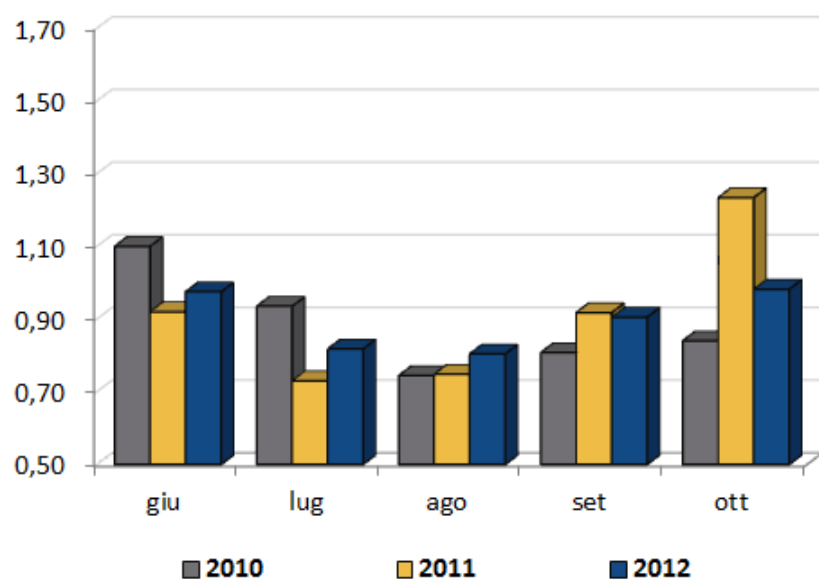
■ ragione di scambio

La crescita dei prezzi nell'ultimo anno non compensa il costante aumento dei costi degli input

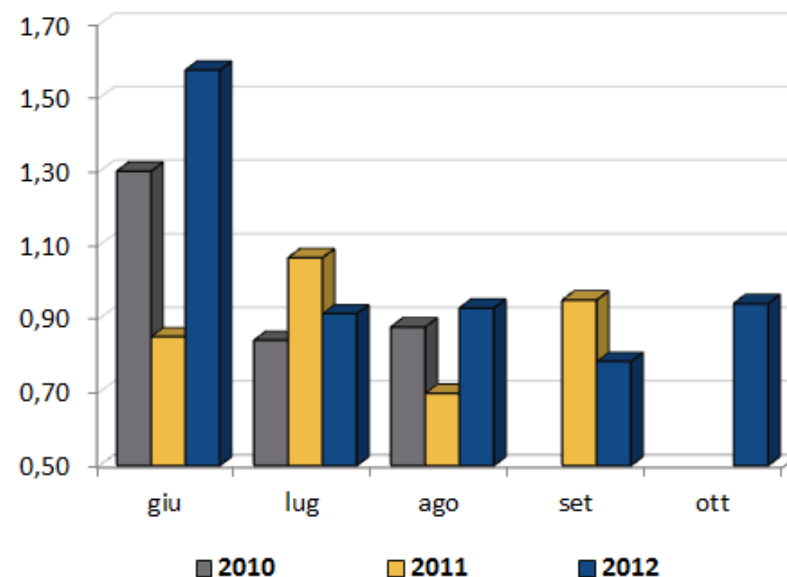
IL MERCATO NAZIONALE NELLA FASE ALL'INGROSSO

Nettarine gialle - Origine Italia

Prezzo medio dei principali mercati all'ingrosso italiani - Cal. A (€/kg)



Nettarine gialle - Origine Spagna



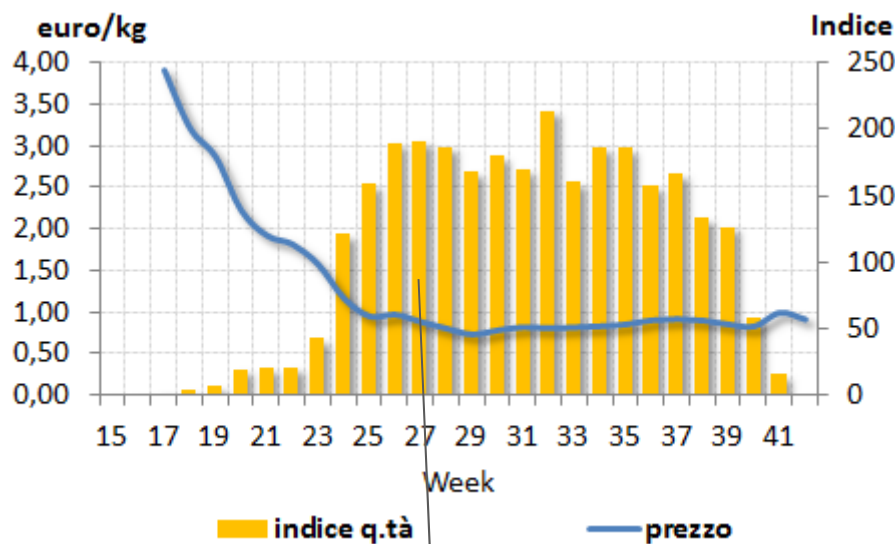
La crisi di mercato del 2011 ha determinato una flessione dei prezzi all'ingrosso soprattutto nella prima parte della campagna commerciale, tra giugno ed agosto. La chiusura della campagna è stata invece positiva, sia rispetto al 2010, sia al 2012.

IL MERCATO NAZIONALE NELLA FASE ALL'INGROSSO

Prezzo medio e indice delle quantità vendute nei principali mercati all'ingrosso italiani - (€/kg)

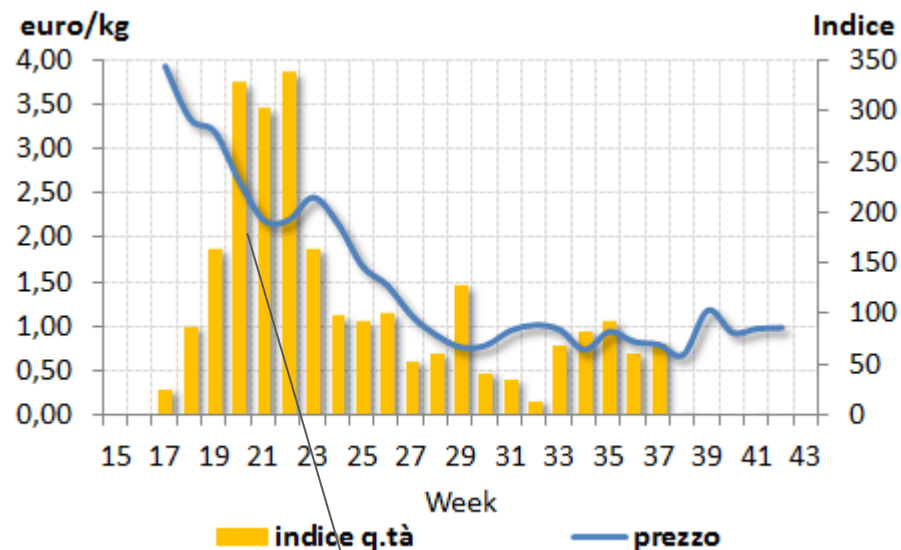
2012

Nettarine - Origine Italia



Volumi costanti per l'intera campagna

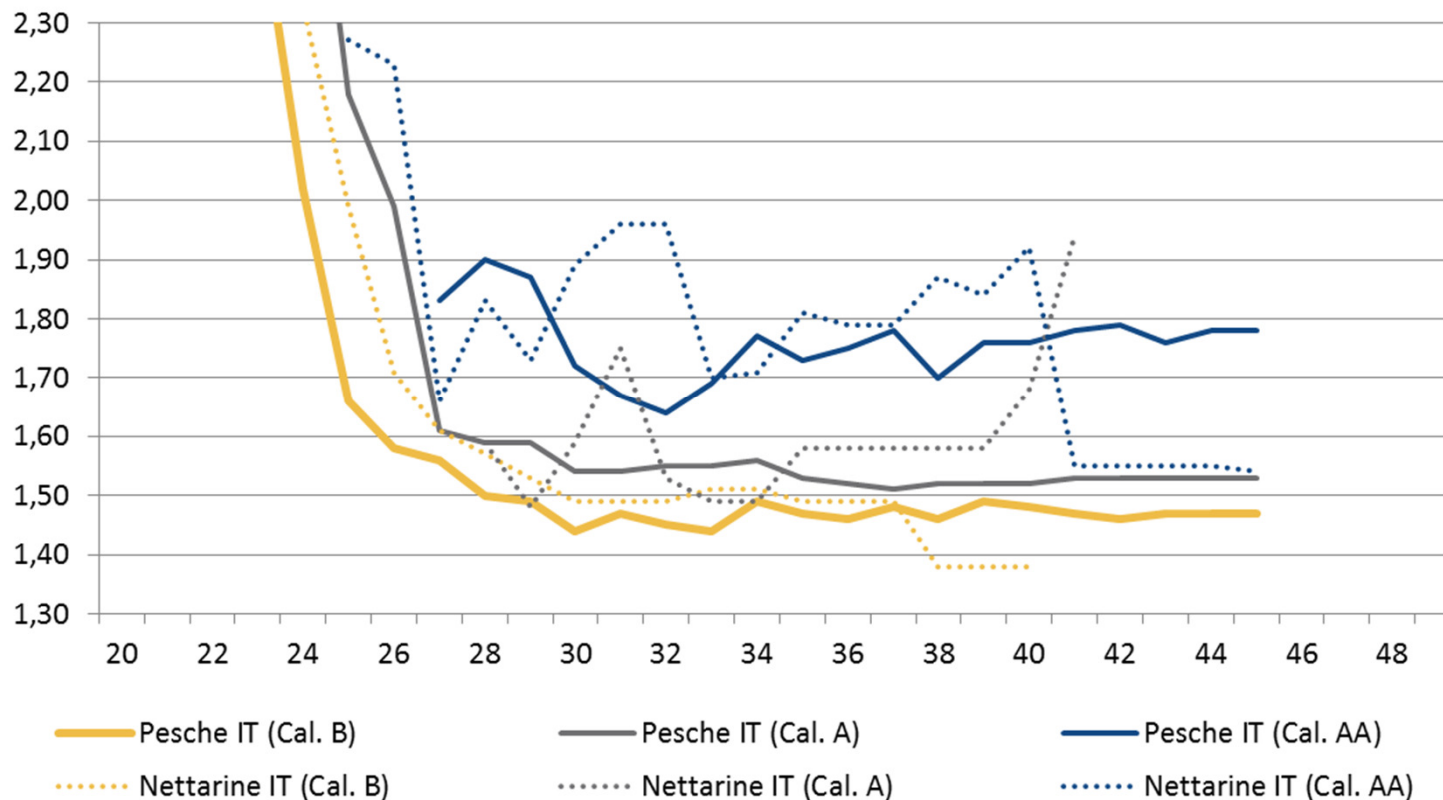
Nettarine - Origine Spagna



Apertura della campagna commerciale. La vendita di prodotto spagnolo è concentrata tra la settimana 18 e 26 (maggio -giugno)

LA SEGMENTAZIONE DEL MERCATO AL DETTAGLIO

Prezzo medio nei pdv della Distribuzione Moderna - anno 2012 - (€/kg)

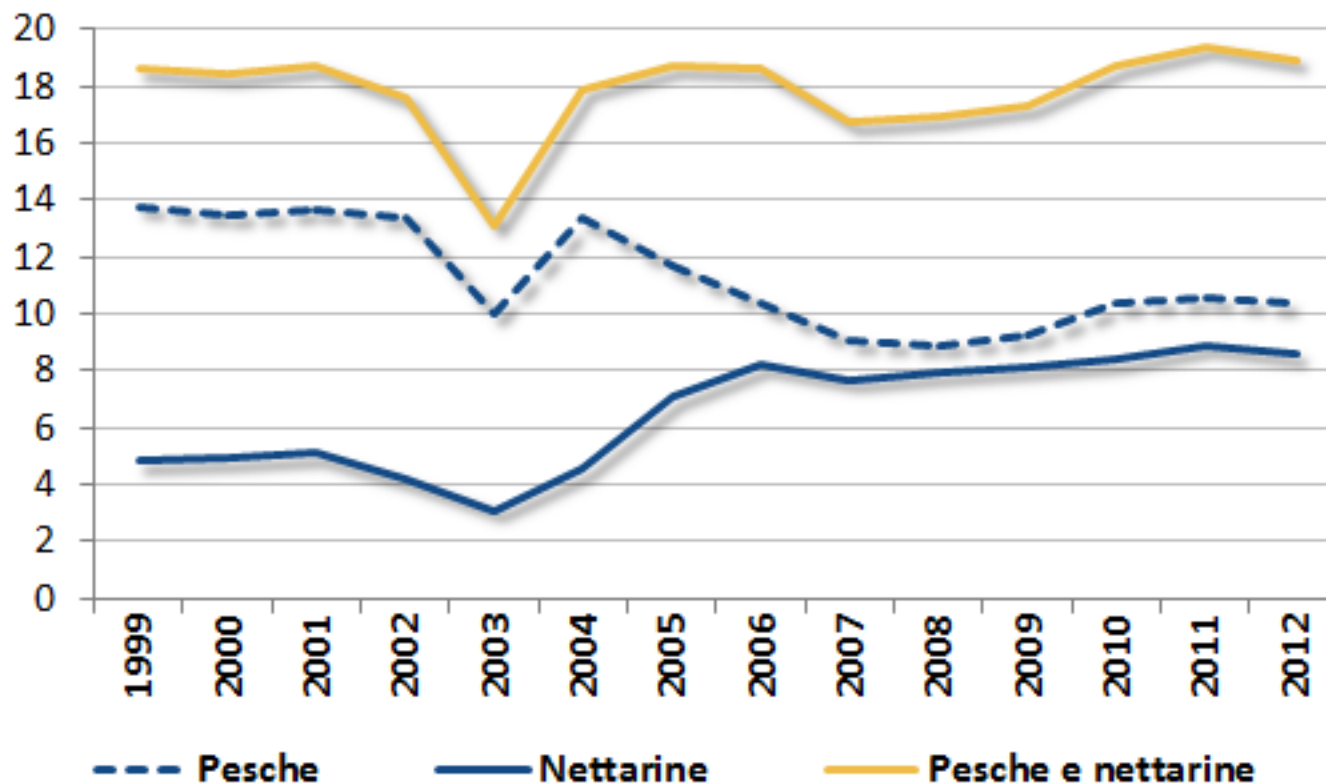


La segmentazione del mercato è maggiormente imperniata sulla **distinzione dei calibri rispetto alla specie** (pesche/nettarine).

I **calibri AA** (linee blu) **spuntano prezzi nettamente superiori** rispetto ai calibri B (linee gialle) ed A (linee grigie).

LA DOMANDA IN ITALIA

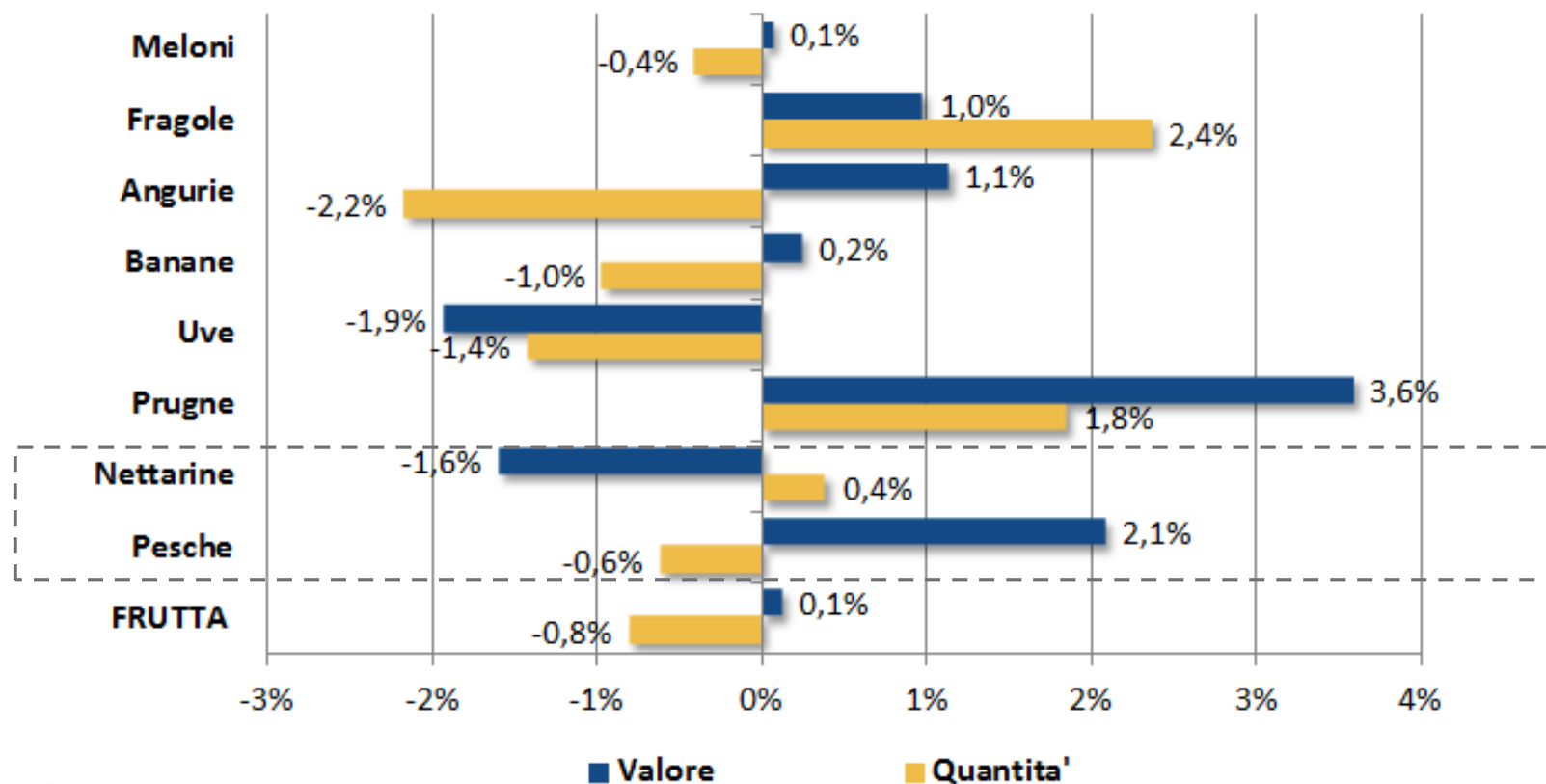
Consumo «apparente» pro capite annuo - (kg)



In un contesto di «consumo apparente» stabile, **aumenta la quantità domandata di nectarine**, a svantaggio delle pesche. E' evidente il crollo della disponibilità di prodotto nel 2003 a causa delle gelate primaverili nei principali paesi produttori europei.

GLI ACQUISTI DI FRUTTA DELLE FAMIGLIE

Variazione medio annua tra il 2008 ed il 2012 - (tvma %)

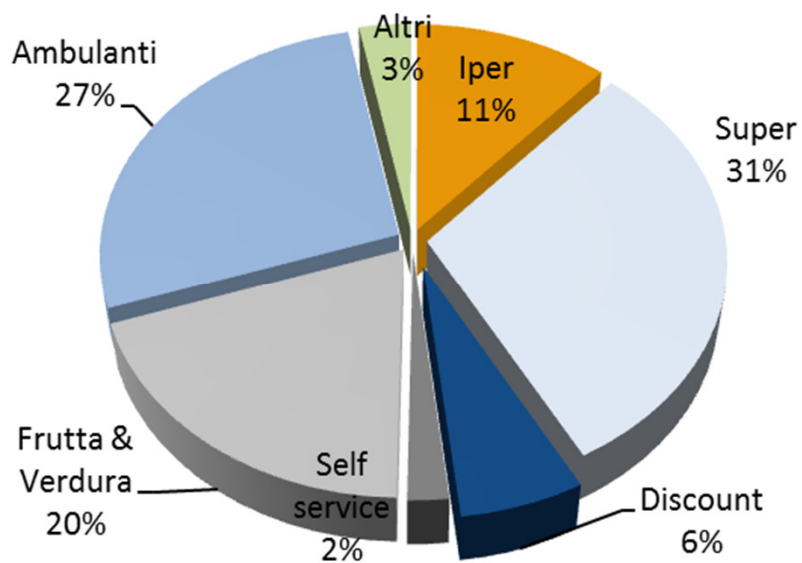


In un contesto di calo generalizzato degli acquisti di frutta da parte delle famiglie, **aumenta la richiesta di fragole, prugne e nettarine**, per un maggior appeal (fragole), facilità di consumo (nettarine, prugna) e qualità standardizzata

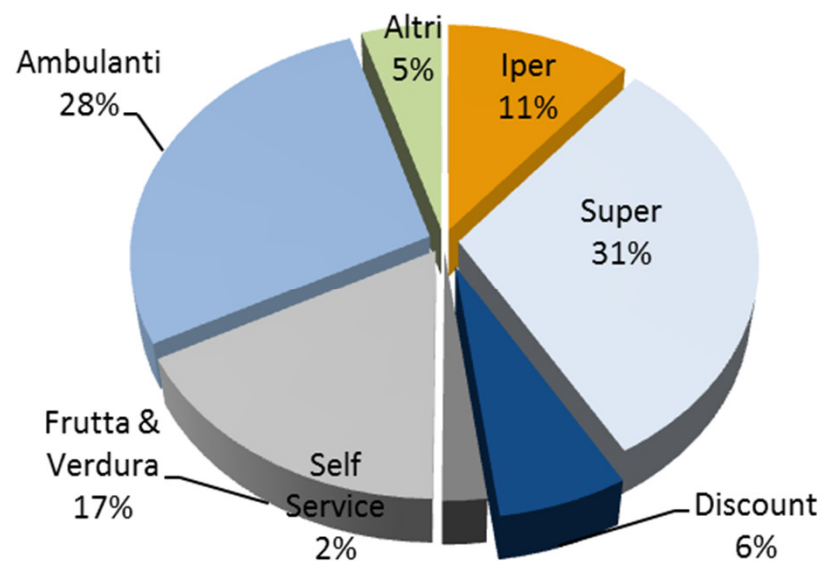
LE VENDITE AL DETTAGLIO PER CANALE

Vendite al dettaglio per canale - (% vendite in volume)

2008



2012



QUALI SPUNTI PER UNA RIFLESSIONE



Verso un «nuovo» consumatore

- L'impatto più importante della crisi sul consumatore – oltre al disagio economico – è la **perdita di fiducia**, data l'incertezza sulla durata della crisi
- Le **nuove rotte della domanda** evidenziano l'importanza della *disintermediazione, dell'etica e della responsabilità di consumo, della relazione, dell'esperienza*
- Nell'alimentare il cambiamento degli stili di consumo guida verso **salute e benessere, comodità e coscienza ecologica**. Inoltre, si evidenzia un atteggiamento di polarizzazione che genererà un *trading-up/down* sugli acquisiti con prodotti *lowcost* e *premium* acquistati contemporaneamente. Alcuni elementi influenzeranno, la direzione della domanda:
 - marcata propensione al risparmio
 - maggiore consapevolezza verso i temi ecologici, etici e sociali (rifiuto a spendere di più)
 - difficoltà per i prodotti *premium* a tenere il mercato (solo alla vera distintività e al valore aggiunto verrà riconosciuto un prezzo maggiore), con una crescente tendenza a piccole concessioni su prodotti specifici
 - maggiore richiesta *time saving*, cioè contenuto di servizio dei prodotti (cibi pronti, monodosi, multiuso), pur in presenza di una riluttanza a spendere di più
 - scelta dell'ambiente domestico per trascorrere il tempo libero con conseguente calo dei consumi fuori casa.

QUALI SPUNTI PER UNA RIFLESSIONE

Anticipare o subire il mercato?

Il «rapporto» tra consumatore e la frutta fresca è in crisi negli ultimi anni; la domanda internazionale è un'opportunità importantissima dal momento che l'indice di autoapprovvigionamento indica che la produzione supera ampiamente i consumi interni.

Il mercato è esposto a crisi cicliche (eccesso di offerta, instabilità degli input, ecc.).

L'offerta è «strozzata» da un'eccessiva concentrazione in pochi mesi all'anno.

Il prodotto è scarsamente differenziato agli occhi del consumatore, nel pdv.

Domanda 1:

Esistono spazi di mercato che si possono ancora occupare?

«segmentare il mercato» [provenienza nazionale/regionale, qualità organolettica (Brix), calibri] – «sistema di garanzie» [sostenibilità ambientale, etica, ecc.] – «connotazione distintiva» - [presentazione «post raccolta»] «comunicare nel p.to vendita» [educazione alimentare]

Domanda 2:

Come governare il mercato?

«informazione di mercato» - «nuovi mercati di sbocco» [Europa dell'Est e Nord Africa] - «relazioni di filiera» [interprofessione, integrazione] - «concentrare l'offerta» [economie di scala, integrazione] – «marketing territoriale»



GRAZIE PER LA
VOSTRA ATTENZIONE

Area MERCATI
f.delbravo@ismaea.it
www.ismea.it
www.ismeaservizi.it