

ITALIA

Italian Trade Commission
Trade Promotion Section of the Italian Embassy

Italian Valtion Ulkomaankauppatoimisto
Italienska Statens Utrikeshandelsbyrå



Scheda prodotti alimentari - Finlandia 2009

Ultimo aggiornamento: 2 giugno 2009

Helsinki Office

Itäinen Puistotie 4 A 6
00140 Helsinki - Finland
Tel +358 9 177232
Fax: +358 9 654964
helsinki.helsinki@ice.it, www.italtrade.com/finland
Stockholm Office:
Competence Finland

ICE Istituto nazionale per il Commercio Estero

via Liszt 21, 00144 Roma, Italia
T +39 0612345678 F +39 06 12345678
www.ice.it

Cod. Fisc. 80069170589 Part. Iva 02120151002

Il mercato dei prodotti agroalimentari finlandese in sintesi

Tabella importazioni (inclusi vini, birre e superalcolici)

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|-------|
| IMPORT TOTALE (mln euro) | 2.380 | 2.596 | 2.893 | 3.325 |
| IMPORT DALL'ITALIA (mln euro) | 86 | 89 | 101 | 120 |
| QUOTA ITALIANA IMPORT | 3,60 % | 3,43 % | 3,49 % | 3,60% |

Variazione annuale del valore dell'importazione dei prodotti alimentari in Finlandia

| 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|------|-------|--------|--------|
| 7,0% | +9,0% | +11,4% | +12,9% |

Variazione annuale del valore dell'importazione di vini in Finlandia

| 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|--------|-------|--------|-------|
| +10,0% | +5,3% | +10,8% | +8,9% |

Nel 2007 il valore del **consumo dei prodotti alimentari** è stato di circa di **10,8 miliardi di Euro** (valore prezzi al dettaglio del 2007), registrando la crescita del 19% dal 2003.

Principali paesi d'importazione di prodotti enogastronomici: quote di mercato 2008

| Paese | Quota di Mercato 2008 |
|-------------|-----------------------|
| Germania | 14,5% |
| Svezia | 11,4% |
| Paesi Bassi | 9,3% |
| Francia | 7,8% |
| Danimarca | 6,3% |
| Spagna | 4,7% |
| Brasile | 3,8% |
| Italia | 3,6% |

Performance dell'Italia: commento

L'Italia ha fatto riscontrare nel biennio 2001- 2003 un importante aumento della quota di mercato riguardante il settore agro-alimentare.

Il 2008 ha confermato il trend positivo registrato negli anni precedenti, anche se in maniera decisamente minore.

Nonostante i prodotti agro-alimentari "Made in Italy" godono nel mercato obiettivo di:

- Un'ottima reputazione (pasta, pizza, ortofrutta, ecc.);
- Rientrano (anche se parzialmente) nelle abitudini quotidiane dei consumatori Finlandesi;

sono estremamente rilevanti le opportunità di business che il mercato Finlandese continua ad offrire a potenziali imprese italiane, soprattutto per quanto riguarda "prodotti di nicchia".

Ripartizione importazioni di prodotti agroalimentari per tipologia di prodotti nel 2008

(Mediamente la quota annua dei prodotti alimentari trasformati si attesta intorno l'80% mentre quella dei non trasformati (frutta fresca ed ortaggi) si attesta intorno al 20%)

| Tipologia di prodotti | Quota (sul val. tot. 2008) | Trend della quota (2006– 2008) |
|--------------------------------|----------------------------|--|
| ortofrutta | 26,3% | Leggero incremento a partire dal 2006. |
| prodotti ittici | 8,2% | Importante incremento. |
| carni e carni preparate | 8,1% | In aumento. |
| bevande | 11,2% | Crescente. |
| lattiero-caseario | 7,8% | Alquanto stabile. |
| prodotti cerealicoli | 10% | Il trend negativo e' stato invertito nel 2008. |
| oli vegetali ed animali | 1,41% | Costantemente crescente. |

Nel triennio 2006-08, i prodotti di potenziale interesse per gli operatori italiani hanno fatto registrare i seguenti tassi medi di crescita annua:

- Insaccati: 3,47%
- Pasta: 1,64%
- Formaggi: 5,12%
- Olio d'Oliva: 7,25%
- Frutta Fresca: 9,64%
- Ortaggi: 5,56%

Fermo restando l'elevata tradizionale attenzione da parte dei consumatori finlandesi nei confronti del valore nutrizionale e salutistico del prodotto in se', e il crescente tasso d'inflazione registrato negli ultimi anni, i dati confermano:

- il trend positivo riguardante il "valore" complessivo delle importazioni, sia a livello generale che a livello italiano, registrato a partire dal 1995, anno in cui la Finlandia ha aderito all'Unione Europea;
- come il comportamento d'acquisto Finlandese riguardo i prodotti agro-alimentari si stia costantemente avvicinando a prodotti d'importazione (non tradizionali);
- le potenziali opportunità di business offerte dal mercato obiettivo;

Ripartizione importazioni italiane per tipologia di prodotti nel 2008

| Tipologia di prodotti | Valore (in milioni di €) | Quota (2006 – 2008) | Trend |
|--------------------------------------|--------------------------|---------------------|---|
| Ortofrutta: | 34,8 | 8,5% | Nel 2006 un calo del 22%, il 2008 completa la ripresa iniziata nel 2007. |
| Vini | 19,7 | 8,5% | Crescita moderata, quinto partner commerciale |
| Cereali e prodotti di cereali | 24 | 18% | Il triennio 2006-2008 conferma il trend positivo precedente, ma in modo piu' contenuto. |
| Formaggi | 2,7 | 3,18% | In costante flessione. |
| Carni e carni lavorate | 1,8 | 1,03% | Drammatico calo, pari a circa il 46%. |
| Olio di oliva | 2,4 | 43,8% | In costante crescita, nonostante una leggera contrazione a livello di valore assoluto. |
| Caffè | 1,7 | 1,08% | Costante crescita (circa 30% in tre anni). |
| Cioccolato | 3,1 | 3,38% | Crescita costante, non solo in valore ma anche a livello di quota di mercato. |

SULLA STRUTTURA DISTRIBUTIVA

Circa il 95% del fatturato derivato della vendita al dettaglio di prodotti agro-alimentari viene generato da punti vendita che si riforniscono esclusivamente presso le principali compagnie d'acquisto del paese:

- **Inex Partners Oy:** di proprietà SOK, fornisce circa 920 supermercati, 545 ristoranti, 54 alberghi e 81 stazioni di rifornimento. Detiene circa il 42,4% del mercato riguardante i beni di consumo.
- **Kesko Oyj:** circa 1.039 punti vendita. Detiene circa il 33,7% del mercato riguardante i beni di consumo.
- **Suomen Lähikauppa Oy:** circa 756 punti vendita. Detiene circa il 11,3% del mercato riguardante i beni di consumo.
- **Tuko Logistics Oy:** Fornitore di Wihuri Oy, Stockmann Oyj, Suomen Lähikauppa Oy e Heinon Tukku Oy, i quali dispongono anche di "privati" reparti d'acquisto, supermercati e Cash&Carry.
- **LIDL (Germania):** circa 129 punti vendita. Attivo a partire dal 2002, detiene attualmente un quota di mercato pari al 5,1%.

Vendita vino e bevande alcoliche con la gradazione superiore a 4,7%

La vendita al dettaglio di questi prodotti e' per legge permessa soltanto nei **344 punti vendita al dettaglio della catena pubblica "Alko"** (monopolio), che si approvvigiona tramite "gare pubbliche" aperte ad importatori finlandesi.

Vendita vino e degli alcolici/superalcolici "in mescita"

La ristorazione e' autorizzata alla vendita di vino ed alcolici/superalcolici "in mescita".

Gli addetti del settore possono approvvigionarsi direttamente o tramite importatori locali.

Riguardo le bevande alcoliche, la quota di mercato detenuta dal settore della ristorazione è risultata essere circa il 15% del totale delle vendite.

Data la quota di mercato detenuta dal settore della ristorazione, e' plausibile pensare che i punti di ristoro siano potenziali interlocutori privilegiati per eventuali produttori vinicoli italiani interessati ad inserirsi nel mercato obiettivo.

HO.RE.CA. (HOfel , RIsolazione, CAtering)

Il settore alberghiero, ristorazione e catering assorbe circa il 12% dei prodotti alimentari, vini e alcolici/superalcolici.

Note :

- *In Finlandia sono attivi circa 10 302 ristoranti, coffee shops, fast-food e 606 hotels a cui vanno aggiunti a circa 6 491 mense scolastiche, aziendali, militari, medico-ospedaliere e case di cura per anziani .*
- *Il settore HO.RE.CA viene rifornito soprattutto da pochi grossisti finlandesi specializzati.*