

PERFIL DE MERCADO CIRUELAS DESHIDRATADAS – ITALIA

ProChile Milán, Octubre 2007

PRODUCTO:

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 0813.2000

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Ciruelas desecadas o deshidratadas

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL: -NC8: 0813.2000

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL

NC8	Descripción	Arancel general
08132000	Ciruelas desecadas o deshidratadas	9,6%

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO

NC8	Descripción	Arancel general	Arancel preferencial	Categoría
08132000	Ciruelas desecadas o deshidratadas	9,6%	0%	0 años

Nota: La columna "Arancel Preferencial" indica los aranceles actuales aplicables a mercadería de origen chileno.

OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

Todos los países pertenecientes a la Comunidad Europea están libres del pago de aranceles, al igual que Serbia. Estados Unidos y Japón pagan 9,6%, mientras Argentina un 6,1%. Chile cuenta con una gran ventaja con respecto a terceros países ya que no debe pagar aranceles. Es el único país productor del hemisferio sur que tiene tales beneficios arancelarios.

OTROS IMPUESTOS: No se deben pagar otros impuestos.

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

En general los alimentos importados a Italia están sujetos a las regulaciones de la UE. Sin embargo, existen regulaciones adicionales que se aplican solamente en Italia. El exportador debe asegurarse de cumplir tanto las normas Europeas como las italianas.

Los requisitos y normas de ingreso de alimentos en Italia responden básicamente a dos perspectivas, aquella que afecta al producto y aquella que afecta a la presentación del mismo.

Las áreas relevantes en materia de regulación son:

- Etiquetado
- Aditivos de Alimentos
- Pesticidas y otros contaminantes.
- Otros Standards específicos

Los **productos vegetales** de importación provenientes de países extra-comunitarios, deben responder a **requisitos higiénico sanitarios** previstos por las disposiciones vigentes en materia de alimentos. Dichos requisitos pueden ser consultados en el link:

<http://www.ministerosalute.it/alimenti/sicurezza/sicApprofondimento.jsp?lang=italiano&label=alis&id=159>

o bien, de forma complementaria, en la página:

<http://www.cbi.eu/accessguide>

Las barreras de ingreso a los productos de origen vegetal, en este caso fruta seca, están contenidas en un conjunto de normas requeridas por el Ministerio de Salud italiano, establecidas en:

- **Normas de caracter general** relativas a los aspectos higienico sanitarios: http://www.ministerosalute.it/alimenti/resources/documenti/sicurezza/Tab_3NormativaGenerale.pdf
- **Normas sectoriales de los alimentos** relativas a: residuos máximos de contaminantes (antiparasitarios, nitratos, metales pesados, micotoxinas), niveles máximos de contaminación radioquímica, etiquetado, presentación y publicidad, aditivos, etc.:

http://www.ministerosalute.it/alimenti/resources/documenti/sicurezza/Tab_4NormativaSettore.pdf

Las tipologías de alimentos son variadas, así como los controles higiénicos sanitarios previstos y pueden referirse a aspectos microbiológicos y químicos. La normativa, sobre la base de un análisis de los riesgos, establece los límites máximos para la presencia de numerosos contaminantes en los alimentos y fija las modalidades para el muestreo y análisis del producto. En algunos casos, en particular para las micotoxinas, tales modalidades adquieren una importancia relevante a los fines del resultado.

Algunos entre los principales contaminantes que deben ser identificados y cuyos valores máximos están fijados por ley, se resumen en la tabla *"Indicaciones sobre los controles químicos"* en relación al alimento o a los grupos de alimentos vegetales: http://www.ministerosalute.it/alimenti/resources/documenti/sicurezza/Controlli_chimici_indicazioni_agg_11_2007.pdf

Asimismo, en la tabla *"Controles químicos, referencias normativas"*, en relación a los contaminantes, identificados con un número presente también en la tabla anterior, se

presentan los datos de referencia de la normativa italiana o comunitaria que fija los límites máximos y describe las modalidades de muestreo y análisis:

http://www.ministerosalute.it/alimenti/resources/documenti/sicurezza/Controlli_chimici_riferimenti_normativi3.pdf

A través de los dos esquemas anteriores, se logra tener una lectura simplificada tanto para los operadores del sector como para los órganos de control, además de información resumida para el consumidor.

Los controles fitosanitarios, es decir las medidas de protección contra la introducción en los Estados miembros de organismos nocivos para los vegetales y los productos vegetales, son efectuados por el Servicio Fitosanitario Nacional coordinado por el Ministerio de las Políticas Agrícolas y Forestales.

Los controles higiénicos sanitarios para los productos importados desde terceros países son de competencia estatal y son atribuidos al Ministerio de Salud.

Las oficinas de Sanidad Marítima aérea y de frontera del Ministerio (USMA) ejercen un control no sólo de todas las partidas de productos vegetales importados y destinados a la alimentación humana, sino también de los aditivos, aromas, y de todas las sustancias en contacto con los alimentos.

El control se redobla en caso que existan alertas especiales indicadas por contaminaciones o situaciones de peligro. Si no hay razones para sospechar de la presencia de contaminaciones, las muestras de los productos importados se realizan por sondeo en el 5% de las partidas presentadas o de las partidas que se estima puedan llegar dentro de una semana (D.P.R. del 14 de julio de 1995, publicado en el Diario Oficial G.U.n.260 del 7 de noviembre de 1995)

La investigación analítica, en caso que sea necesaria, es realizada por el laboratorio público del Servicio Sanitario Nacional.

Por lo que concierne a los controles a la importación para verificar el cumplimiento de los niveles máximos residuos de sustancias antiparasitarias en los productos vegetales, la frecuencia mínima del muestreo prevista es del 3% (D.M. del 30 de julio de 1993 publicado en G.U. n. 182 del 5 de agosto de 1993)

Si un producto no reúne los requisitos sanitarios de ingreso, pasa al sistema de alerta automática de la UE. Si dicha situación es comunicada por la UE al Ministerio de Salud de Italia, se realizarán controles sobre los próximos 10 embarques o por un período máximo de 6 meses. En el caso que el problema sanitario sea detectado en Italia, el Ministerio de Salud italiano obliga a someter a control el producto hasta totalizar 10 controles y sin limitación de tiempo.

Mayor información sobre este sistema de alerta sanitaria, denominado RASFF (rapid alert safety food) está disponible en la siguiente página Web.

http://europa.eu.int/comm/food/food/rapidalert/index_en.htm

BARRERAS PARA ARANCELARIAS

No existen barreras para arancelarias para la exportación de ciruelas secas a Italia.

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES - 0813.2000 Ciruela secas

AÑO 2006

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Estados Unidos	2.817	11.605	48,01
Chile	1.959	5.419	22,42
Francia	1.528	4.494	18,59
Bulgaria	310	622	2,57
Alemania	98	488	2,02
Argentina	206	476	1,97
Serbia	172	347	1,43
España	113	278	1,15
Países Bajos	46	124	0,51
China	18	78	0,32
SUBTOTAL	7.266	23.930	99,01
TOTAL IMPORTADO	7.331	24.170	100,00
AÑO 2005			
PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Estados Unidos	2.790	10.154	50,41
Francia	1.804	4.822	23,94
Chile	1.223	3.367	16,71
Bulgaria	235	407	2,02
Argentina	136	368	1,83
Alemania	83	271	1,35
España	72	181	0,90
Israel	53	164	0,81
Grecia	46	97	0,48
Serbia	40	76	0,37
SUBTOTAL	6.483	19.906	98,82
TOTAL IMPORTADO	65.852	20.144	100,00
AÑO 2004			
PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (Toneladas)	MONTO (miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Estados Unidos	5.525	13.207	60,78
Francia	1.428	3.579	16,47
Chile	1.100	2.058	9,47
Alemania	342	1.302	5,99
Bulgaria	384	609	2,80
España	199	335	1,54
Serbia	130	191	0,88
Grecia	113	187	0,86
Argentina	47	118	0,54
China	20	59	0,27
SUBTOTAL	9.287	21.644	99,60
TOTAL IMPORTADO	9.338	21.730	100,00

A pesar que las estadísticas 2006 reafirman el liderazgo que mantiene Estados Unidos en el mercado de las ciruelas deshidratadas, en particular el estado de California, quien a pesar de haber perdido participación el último año, posee el 48% del mercado, se destaca el interesante crecimiento que ha tenido Chile tanto en volumen como en valor.

En efecto, durante el 2006 Chile alcanzó la 2º posición de los países proveedores de ciruelas secas a Italia, desplazando de ese lugar a Francia, con una participación de mercado de más del 22% y registrando un aumento del 61% en el monto exportado, consolidándose así respecto al año anterior como principal proveedor del Hemisferio Sur de este producto.

Francia, por su parte, retrocedió al 3º lugar como proveedor de este producto, disminuyendo en casi 5 puntos porcentuales su participación de mercado.

Asimismo, cabe destacar la posición de Serbia, que se recupera de la caída registrada en el 2005, y sube a la 7º posición con un aumento significativo de sus envíos a Italia del 330%.

POTENCIAL DEL PRODUCTO

De acuerdo a lo informado por algunos importadores consultados, la excelente relación precio/calidad del producto chileno es un aspecto que debe ser aprovechado, dado que la ciruela seca de nuestro país es más económica que su competencia y de calidad superior. Ambos factores son apreciados por los importadores italianos que importan principalmente desde Chile, California y Francia.

Cabe señalar que en los últimos años la tendencia del mercado no admite OGMs (productos genéticamente modificados) observándose una mayor demanda de productos orgánicos que no utilizan aditivos químicos. A través de la agricultura orgánica se unen las técnicas tradicionales con los más actuales conocimientos científicos. El sistema de producción agrícola-orgánico permite no solo aprovechar los recursos naturales respetando sus ciclos, sino también lograr un producto que permite la trazabilidad del mismo, es decir, el consumidor puede conocer toda la historia del producto desde el campo donde fue cultivado hasta el punto de venta. Esta característica da confianza al consumidor exigente y lo hace estar atento al producto que elige.

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA

El precio de las ciruelas secas en los supermercados va de €5,40 a €18,30 al kilo, dependiendo de varios factores como por ejemplo la procedencia, o bien si se trata de productos "marca propia" o también del tamaño (si son ciruelas normales o "gigantes" extra).

En los mercados mayoristas de Italia, durante el mes de Julio se encuentran ciruelas secas con huesco provenientes de California y Francia, con precios a granel que van de los €2,60 a los € 4,00 al kilo, mientras las ciruelas con huesco californianas envasadas, en cambio, tienen precios que oscilan entre €5,20 y 6,80.

Las ciruelas de California confeccionadas, listas para vender, sin huesco, cuestan entre €10,80 y €12,00 al kilo.

De acuerdo a lo comunicado por algunos importadores consultados, en el mercado retail se venden dos tipos de variedades Pitted (sin huesco) y Whole (con huesco). La variedad sin huesco en el año 2006 fue preferida por el 62% de los consumidores, mientras solo el

38% prefirió las ciruelas secas con hueso. Las ciruelas californianas marca "Sunsweet" sin hueso fueron la que se vendieron más, en el envase de 250 gr.

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

LIFE, empresa italiana importadora de fruta seca chilena, durante el segundo trimestre 2007, con el apoyo de Prochile Italia desarrolló una campaña de promoción del producto chileno a través de un concurso que permitía ganar un viaje a Chile.

Dicha campaña tuvo como objetivo acercar al consumidor italiano a las ciruelas chilenas y lograr que identifique un producto de calidad con el origen Chile, subrayando las virtudes del producto y del territorio donde se produce.

El producto, ciruelas secas sin hueso, se presentó en los clásicos envases LIFE de 500g, en cuya etiqueta se propusieron recetas frías y calientes que se pueden preparar con el producto chileno.



Por su parte, Estados Unidos desarrolla normalmente campañas de marketing para diferenciarse del resto de los productores. En el mercado italiano no se habla de ciruelas secas, sino que de "Ciruelas secas de California", lo cual se ha transformado en una marca prestigiosa y por lo tanto en una garantía. Basta entrar al sitio en italiano <http://www.prugnedellacalifornia.it> para ver cómo se puede crear una marca a partir de un producto que difícilmente se puede diferenciar. En este sitio se presentan recetas, links interesantes y las características nutricionales de las ciruelas secas además de un concurso que se desarrolló en el mes de junio.

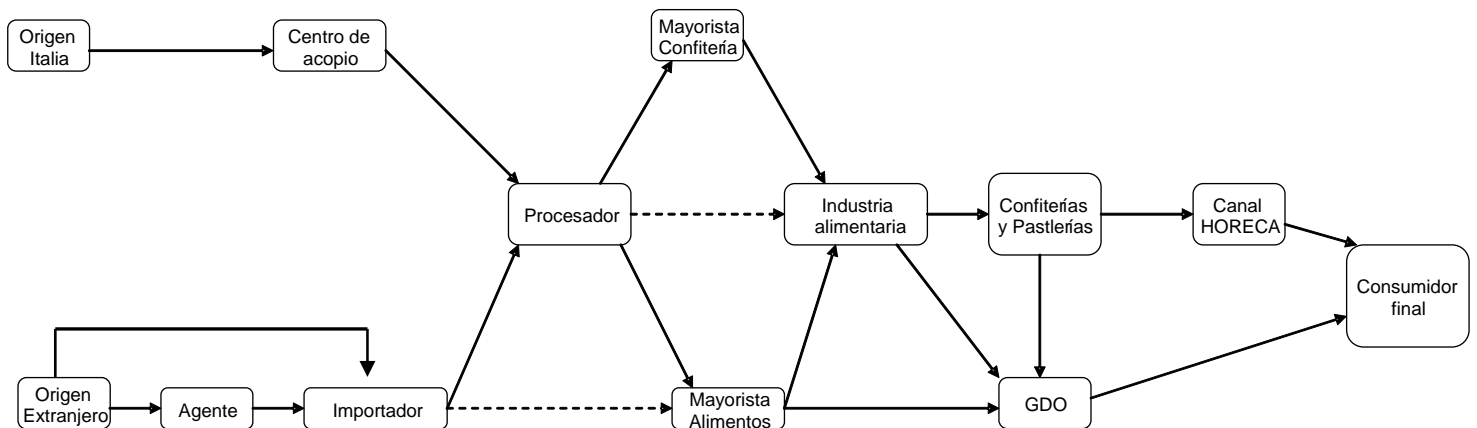
Sunsweet (<http://www.sunsweet.com>) es la única marca que el consumidor italiano identifica y asocia a las ciruelas secas y es el producto que se vende más en los supermercados. La empresa californiana en los últimos años ha lanzado muchas campañas promocionales a nivel nacional por televisión y por revistas para fidelizar al consumidor al producto y a la imagen de la empresa

En los últimos años se están promoviendo especialmente las cualidades de las frutas secas y los beneficios que sus propiedades organolépticas ofrecen. Varias campañas promocionales se pueden encontrar en revistas médicas especializadas.

En Italia las empresas productoras de fruta seca, pertenecientes a la Asociación Nacional de Exportadores e Importadores de Hortofruta (ANEIOA), lanzaron una campaña de concientización dirigida a los consumidores, en la cual intervinieron médicos que informaban a los pacientes acerca de las propiedades y beneficios para la salud de estos productos.

Además, en varios canales de la televisión nacional italiana 'RAI', se pueden encontrar programas que tratan estos temas con la intervención de especialistas en materia de alimentación y nutrición.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN



Fuente: Elaboración en base a información del Instituto Nacional de Economía Agraria (INEA)

Canal HORECA: Hoteles, restaurantes y catering

GDO: Gran Distribución y Distribución Organizada (almacenes organizados, discount, supermercados, hipermercados).

La fruta seca producida en Italia es almacenada en bodegas o centros de acopio de tipo asociativo, perteneciente a cooperativas de pequeños agricultores quienes concentran volúmenes de producto para su envío a la agroindustria procesadora.

Por otra parte, la fruta seca proveniente del extranjero es ingresada a través de agentes e importadores quienes contactan directamente a exportadores en los centros de producción, comprando fundamentalmente producto de contraestación, destinado a cubrir la demanda durante los meses en que no existe producción local de calidad. Muchas veces estos mismos importadores funcionan como centros de acopio de fruta proveniente de distintas partes del mundo.

Una vez almacenada o ingresada al país, la fruta seca es procesada y acondicionada para su distribución a los distintos canales de comercialización. En esta etapa es seleccionada, lavada, pelada, envasada, confitada, salada o mezclada, según sea el caso.

En el cuadro general se pueden apreciar dos canales de comercialización principales, uno de ciruelas secas para consumo en repostería e industria alimentaria, y otro para consumo directo, sin procesamiento.

Si bien el retail está bastante fragmentado, el poder de los mayoristas se encuentra centralizado. Los negocios tradicionales compran directamente en los mercados mayoristas de alimentos, mientras que las grandes cadenas de supermercados negocian contratos

macro con los mayoristas y manejan las órdenes de compra según las necesidades de cada punto de venta. Los despachos se hacen directamente en sus locales desde los mercados mayoristas.

Los mercados mayoristas más importantes son los de Milán, Fondi, Roma, Verona, Boloña y Turín. Estos mercados agrupan a locatarios que son distribuidores y muchas veces, importadores.

En general, todo esfuerzo por alcanzar mayores posiciones de mercado pasará necesariamente por avanzar en la cadena de comercialización a través de la oferta de un producto con mayor valor agregado.






Es interesante observar cómo ha crecido el consumo de frutos secos en envases de pequeño formato, como snack, acompañando aperitivos o como ingrediente de cocina en ensaladas, cremas y dulces. En todos estos casos es indispensable ofrecer un producto de óptima calidad organoléptica y, para el caso de los frutos envasados, considerar necesariamente el uso de tecnología de atmósfera modificada para mantener sus atributos de calidad durante el almacenaje.






Esta estrategia debe considerar además la creciente demanda por el producto de contraestación, dado el alto consumo que ha experimentado el consumo en los meses de primavera y verano europeos, tradicionalmente cubiertos con la oferta californiana de variedades tardías y la chilena, en todas sus variedades.

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

En los supermercados existen muchos formatos diferentes para este tipo de frutos. Algunos ejemplos son:

	Saratoga Ciruelas secas sin huesco California 250 GR Euro 3,09 Euro 12.36/KG
	Saratoga ciruelas secas extra large California 500 GR Euro 3,99 Euro 7.98/KG

	<p>Esselunga (marca supermercado) bio ciruelas secas agricultura biologica 250 GR Euro 2,39 Euro 9.56/KG</p>
	<p>Monte Re' ciruelas italianas secas enteras extra 500 GR Euro 2.70 Euro 5.4/KG</p>
	<p>Monte Re' ciruelas secas italianas gigantes 250 GR Euro 0.99 Euro 3.96/KG</p>
	<p>Noberasco ciruelas sin huesco California 250 GR Euro 2,85 Euro 11.4/KG</p>
	<p>Sunsweet ciruelas baby secas sin huesco california 250 GR Euro 2,35 Euro 9.4/KG</p>
	<p>Sunsweet ciruelas sin huesco y sin conservantes 250 GR Euro 4,58 Euro 18.32/KG</p>

	<p>Sunsweet ciruelas secas sin cuesco California 500 GR Euro 6,45 Euro 12.9/KG</p>
	<p>Sunsweet ciruelas secas sin cuesco California 250 GR Euro 3,35 Euro 13.4/KG</p>
	<p>Noberasco Ciruelas secas Classic 250 GR Euro 2,65 Euro 10,60/KG</p>
	<p>Ciruelas secas extra large classic con cuesco Noberasco 500 GR Euro 5,29 Euro 10,58/KG</p>
	<p>Ciruelas secas Extra Large Sunsweet sin cuesco 250 GR Euro 1,89 Euro 7,56/KG</p>

En los mercados mayoristas se encuentran ciruelas secas en tres formas diferentes: a granel (calibre 30/40), en confecciones mayoritariamente de cartón duro y en latas de 10 y 5 Kilos, estas dos últimas destinadas al consumidor final.

SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO

Italia es un mercado de grandes potencialidades ya que tiene el segundo consumo hortofrutícola de Europa, donde el mercado se caracteriza por:

- un aumento de conciencia por una alimentación más sana,
- un mayor interés por productos novedosos,
- la creciente importancia de la distribución moderna (supermercados).

Italia es un mercado totalmente disperso. Las dos ciudades más grandes son Roma y Milán, con 3,5 y 1,5 millones de habitantes respectivamente. Las siguen Nápoles y Turín, con 800 mil cada una. El resto, 50 millones de personas, se encuentran diseminados en pequeñas ciudades y pueblos a lo largo y ancho de toda Italia, y dado que el mercado de ciruelas secas está bastante concentrado, y que el consumidor italiano asocia las ciruelas secas con el producto de California, con poco espacio para nuevos competidores en el mercado minorista, se hace indispensable realizar una agresiva campaña de marketing con el fin de posicionarse en la mente del consumidor como una alternativa válida a las ciruelas de California. Es preciso considerar el hecho que Chile se ubica en el 2º lugar como proveedor de ciruelas secas a Italia a pesar de no haber realizado campañas de promoción como California. Por tanto, es posible pensar que con una campaña de marketing focalizada, Chile podría mejorar su posición en este mercado.

De todas maneras sería conveniente que Chile concentrara sus esfuerzos en el mercado mayorista, principalmente en abastecer grandes y medianas cadenas de supermercados que comercializan ciruelas secas bajo marcas propias, en crear acuerdos de colaboración con ellos, para lo cual se recomienda realizar las siguientes acciones:

- Realizar misiones comerciales
- Invitar a periodistas del sector y a los responsables de compra de supermercados e hipermercados a Chile para darles a conocer las características y la calidad del producto
- Realizar una campaña de marketing dirigida a mayoristas y retailers, a través de los cuales se cree conciencia en el consumidor de la calidad de las ciruelas chilenas
- Participar en ferias del sector
- Evaluar la posibilidad de obtener certificados de producción biológica, con el objetivo de satisfacer este nicho de mercado, el cual sigue la tendencia del mercado de preferir productos saludables
- Poner énfasis en la producción de ciruelas secas sin hueso, lo cual le da un mayor valor agregado al producto y otorga un mayor margen de ganancia al productor.
- Participar en campañas de promociones cruzadas en los principales hipermercados de Italia, como aquella que realizó este año esta Oficina Comercial en Carrefour, con la colaboración de ASOEX.
- Apoyar la realización de los eventos para la promoción de los productos agroalimenticios que organiza Prochile-Italia, tales como "Semana Gastronómica".

FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

MacFrut (Cesena) <http://www.macfrut.com/english/index.php>

MIA: <http://www.miafiere.it/>

CIBUS: <http://www.cibus2008.it/>

MARCA: www.marca.bolognafiore.it

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

<http://www.mercatimilano.it>

<http://www.ismea.it/>

<http://www.confcommercio.it/>

<http://www.confagricoltura.it/default.asp>

<http://www.inea.it/index.html>

<http://www.politicheagricole.it>

<http://www.istat.it>

<http://www.direcon.cl>

<http://www.agenziadogane.gov.it>

<http://www.usembassy.it/english/>

<http://www.ortofruttaweb.it>

<http://www.geocities.com/mercatiassociati/Prugne.html>

<http://www.fruitecom.it>