

### فرصت های بازار خشکبار در ایتالیا

#### مقدمه :

خشکبار به عنوان مواد اولیه صنایع غذایی در بازارهای جهانی ارزش فراوانی به خود اختصاص داده است ، سهم ایران تنها 2 میلیارد دلار صادرات می باشد. ایتالیا در میان کشورهای اروپائی یکی از مهمترین کشورهای تولید کننده میوه و تره بار محسوب می شود اما یکی از مقاصد اصلی صادرات خشکبار به شمار می رود. خرما، آجیل، پسته و مغزداره های مغزی، زعفران، کشمش و میوه های خشک شده از مهمترین محصولات صادراتی کشورمان به این کشور می باشد.

+++++

گزارش زیر با هدف بررسی وضعیت بازار ایتالیا در زمینه خشکبار ایرانی تهیه شده است و تلاش دارد، ضمن ارائه تصویری کلی از این بازار، چالش های موجود را بصورت مختصر مورد بررسی قرار دهد:

#### الف: سابقه و کیفیت محصولات ایرانی در ایتالیا:

اولین نقطه قوت ایران در بازار ایتالیا، نام و سابقه جذاب ایرانی برای مصرف کنندگان ایتالیائی است. هم اکنون شرکت های بسیاری در کشور وجود دارند که این محصولات را به ایتالیا صادر می کنند. در کنار واردات خرما، عربی و اسرائیلی، خرما، ایرانی غالباً بنام خرما، بم در این کشور به فروش می رسد. زعفران ایرانی نیز به ایتالیا صادر و تحت برند های این کشور به دیگر کشورهای صادرات مجدد می شود. پسته ایرانی از دیگر محصولات صادراتی کشورمان می باشد که برخی با استفاده از این برند، پسته های آمریکائی را نیز بفروش می رسانند. همه این ها بخاطر ارزش و جذابیت و مرغوبیت محصولات ایرانی است.

#### ب: تغییر ذائقه مصرف کنندگان ایتالیائی به استفاده از محصولات گیاهی

ذائقه مصرف کنندگان ایتالیائی به خشکبار و سابقه تمایل مردم ایتالیا به شیرینی جات از دیگر نقاط قوت در بازاریابی کالاهای ایرانی بشمار می رود. هم اکنون بسیاری از جوانان با توجه به تاثیر مغزداره ها در سلامتی، آن را مکمل رژیم غذایی مدیترانه ای دانسته و بخصوص در سالیان اخیر در فرهنگ غذایی این مردم گسترش داشته است. با توجه به شهرت صنایع غذایی و

شیرینی جات ایتالیایی در دنیا، این امر فرصت خوبی برای تجار دو کشور فراهم می سازد.

ایتالیا خود یکی از بزرگترین تولید کنندگان میوه و تره بار می باشد. باتوجه به 50 سال سابقه و تجربه در امر آجیل و خشکبار، ایتالیا در حال توسعه و تقویت برخی محصولات مانند فندق و بادام زمینی می باشد. سهم ایتالیا، با فرض تولید فندق، گردو، بادام و پسته، بیش از 200 هزار تن یعنی حدود 3 درصد تولید جهانی است.

در ایتالیا بادام زمینی میوه مسلط در سبد غذایی مردم است. هم اکنون مصرف میوه های با پوست و خشکبار در سبد غذایی جوانان روزبه روز افزایش پیدا می کند، بگونه ای که کل خشکبار فرصت 625 میلیون یوروئی بوجود آورده است. در میان این اقلام بخصوص انجیر، گردو و بادام زمینی نقش زیادی در رژیم غذایی جوانان دارد. جدول زیر بازار فروش سالیانه خشکبار در بازار داخلی ایتالیا را نشان می دهد:

### ج: تجربه تجاری ایتالیا در جهان :

تجربه و سابقه ایتالیایی ها برای بسته بندی محصولات و صادرات مجدد مزید بر علت می باشد. تجار ایتالیایی بسیاری از محصولات غذایی سایر کشورها مانند روغن زیتون اسپانیا و زعفران ایران را بنام خود و تحت برند ایتالیایی به فروش می رسانند. این امر هم نقطه قوت و هم نقطه ضعف صادرات ایران محسوب می شود. از آن جهت می تواند بعنوان نقطه قوت ذکر شود که یکی از نقاط ضعف ایران برندینگ و بسته بندی را پوشش می دهد و از آن جهت نقطه ضعف بشمار می رود که محصولات ایرانی بدون بسته بندی و بصورت فله ای صادر و با ارزش افزوده بیشتر بنام و به کام صادرکنندگان خارجی تمام می شود.

یکی از ابتکاراتی که این کشور ایجاد کرده است، تولید و بسته بندی میوه های خشک ارگانیک و BIO می باشد که بازار خوبی را در ایتالیا و دیگر کشورهای جهان در اختیار گرفته است. شرکت Noberasco یک نمونه از میان شرکت های معتبر اروپایی در عرضه میوه های خشک می باشد که در اکثر شهرهای اروپا و ایتالیا دارای نمایندگی فروش است.

### د: بازار نسبتا خوب فروش در داخل ایتالیا:

میوه های خشک با پوست دارای بازار 180 میلیون یوروئی و بدون پوست دارای بازار 357 میلیون یورویی است. بهترین محصول فروش بادام بدون پوست می باشد که در سال گذشته بازاری بزرگ به میزان 89 میلیون یورو، داشته است.

گردو(با پوست و بدون پوست) محبوب ترین محصول با 122 میلیون یورو در صدر قرار دارد. پس از آن بادام با 93 میلیون و بادام زمینی با 90 میلیون یورو می باشد. پسته نیز دارای بازار 53 میلیون یوروئی می باشد که غالباً از ایران و آمریکا وارد می شود.

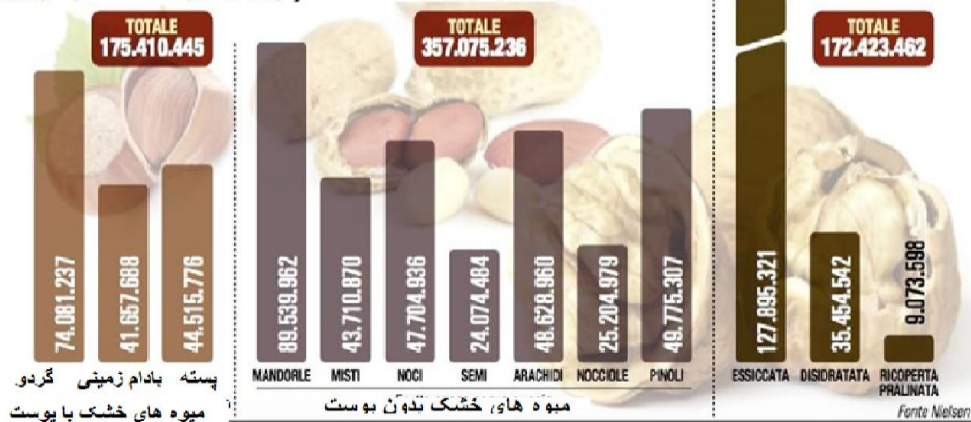
براساس آمار 2014 میلادی ایتالیا با 32 هزار تن پنجمین وارد کننده بزرگ دنیا در زمینه میوه های خشک محسوب می شود. مصرف بادام زمینی بالغ بر 5400 تن، تولید فندق در ایتالیا بالغ بر 56000 تن و مصرف آن بالغ بر 71 هزارتن، مصرف پسته 9800 تن در سال 2012، مصرف گردو بالغ بر 10 هزار تن، قیسی و زردآلوی خشک شده بالغ بر 300 تن، انجیر خشک 5200 تن، مصرف انگور و کشمش بالغ بر 18 الی 19 هزار تن و مصرف آلو خشک 10000 تن و... می باشد. بطور کلی ایتالیا از نظر تولید، در مقام دهم و از نظر مصرف در مقام پنجم قرار دارد.

### ملاحظات :

- همانطور که در گزارش فوق آمده است، عمده چالش های موجود در امر صادرات خشکبار کشورمان به خارج می تواند به مواردی همچون سوء استفاده برخی از شرکت های تجاری خارجی از نام ایران بخصوص در زمینه فروش پسته و صادرات مجدد تحت برندهای مربوطه، صادرات فله ای و بسته بندی در کشور مقصد، عدم برنامه ریزی مناسب برای در دست گرفتن بازار مواد غذایی ارگانیک توسط صادرکنندگان ایرانی ارتباط پیدا کند.
- عمده صادرات خشکبار ایران به بازارهای اروپائی بخصوص فرانسه، آلمان و ایتالیا صادر می شود. بهمین خاطر تثبیت حضور ایران در این بازارها با توجه به حضور رقبای قدرتمند امری ضروری و نیازمند برنامه ریزی است.

## فرصت های بازار خشکبار در ایتالیا

روند خشکبار و میوه های خشک در ایتالیا  
فروش و ارزش سالانه تا پایان ژانویه ۲۰۱۷ به یورو



ری جمهوری اسلامی ایران-میلان