



Πρεσβεία της Ελλάδος στην Ρώμη
Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων - Μιλάνου

ΣΗΜΕΙΩΜΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΤΑΛΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ



Σύνταξη – Επιμέλεια:

Παγώνα Λάρδα,
Σύμβουλος ΟΕΥ Α'

Μιλάνο, Μάιος, 2024



ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

| | |
|---|----|
| A. Εισαγωγή | 3 |
| B. Κατανάλωση Κατεψυγμένων Τροφίμων στην Ιταλία | 4 |
| Κύρια Ευρήματα της Έκθεσης IIAS για το 2022 | 5 |
| Κατανάλωση και Κύκλος Εργασιών | 5 |
| Τομέας HoReCa | 6 |
| Γ, Κανάλια Διανομής..... | 6 |
| Δ. Προτιμήσεις Καταναλωτών | 8 |
| Λαχανικά | 8 |
| Πατάτες..... | 8 |
| Πίτσες και Έτοιμα Γεύματα ζύμης | 8 |
| Άλλες αλμυρές Σπεσιαλιτέ | 8 |
| (Πωλήσεις σε κύρια τμήματα της αγοράς κατεψυγμένων στην Ιταλία) | 9 |
| E. Έμφαση στη Βιωσιμότητα: Κατεψυγμένα Τρόφιμα. Μια Βιομηχανία Αφοσιωμένη στο Περιβάλλον..... | 12 |
| ΣΤ. Νομοθετικό και Ρυθμιστικό πλαίσιο για την ιταλική αγορά κατεψυγμένων τροφίμων | 13 |
| Z. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ..... | 14 |
| Διεθνείς Εκθέσεις και εκδηλώσεις το 2025 | 15 |
| H. ΠΗΓΕΣ | 17 |

Acknowledgments:

Επισημαίνεται η συνεισφορά του κ. Γρηγόριου Ταβουλάρη, Επιστημονικού Συνεργάτη του Γραφείου ΟΕΥ - Μιλάνου στην εύρεση των ιταλικών πηγών.



A. Εισαγωγή

Η Ιταλία, γνωστή για την πλούσια γαστρονομία της και την αγάπη της για την καλή τροφή αποτελεί μια από τις σημαντικότερες αγορές κατεψυγμένων τροφίμων στην Ευρώπη.

Οι καταναλωτές έχουν υιοθετήσει την πρακτικότητα και την ποιότητα των κατεψυγμένων τροφίμων, κάτι που κατέστησε αυτή την αγορά ακόμα πιο ανταγωνιστική και ελκυστική για τις επιχειρήσεις του κλάδου.

Η Ιταλία αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες αγορές κατεψυγμένων τροφίμων στην Ευρώπη και προσφέρει ευκαιρίες για επιχειρηματική επιτυχία σε εταιρείες που επιθυμούν να διευρύνουν την παρουσία τους στο διεθνές εμπόριο.

Στο παρόν ενημερωτικό σημείωμα, θα αναλύσουμε την καταναλωτική συμπεριφορά και τις προτιμήσεις των Ιταλών και θα αναφερθούμε στα υπάρχοντα Κανάλια Διανομής και το νομοθετικό και ρυθμιστικό πλαίσιο που διέπει την αγορά κατεψυγμένων τροφίμων στην Ιταλία, παρέχοντας στις ελληνικές εταιρείες όλες τις απαραίτητες πληροφορίες και κατευθυντήριες οδηγίες για την επιτυχή εξαγωγή των προϊόντων τους.

Στόχος μας είναι να παράσχουμε μια ολοκληρωμένη εικόνα του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στην Ιταλία, καθώς και να προσφέρουμε στις εταιρείες απαραίτητα εργαλεία και πληροφορίες για να αξιοποιήσουν αποτελεσματικά τις ευκαιρίες που προσφέρει η ιταλική αγορά κατεψυγμένων τροφίμων.

Το Γραφείο ΟΕΥ-Μιλάνου παραμένει πάντα στην διάθεση των ενδιαφερομένων επιχειρήσεων για περαιτέρω πληροφορίες και διευκρινήσεις.

Συγκρατούμε ότι η σταθερή αύξηση της κατανάλωσης κατεψυγμένων προϊόντων στην ιταλική αγορά παρουσιάζει σημαντικές ευκαιρίες για τις ελληνικές επιχειρήσεις, ειδικά για ποιοτικά και βιολογικά προϊόντα. Ωστόσο, οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι προετοιμασμένες να αντιμετωπίσουν τον έντονο ανταγωνισμό και τις οικονομικές αβεβαιότητες που μπορεί να επηρεάσουν την αγορά.

Η ραγδαία αύξηση του πληθωρισμού το 2022 επηρέασε σημαντικά τις καταναλωτικές συνήθειες των Ιταλών, οδηγώντας τους σε έναν προσεκτικό εξορθολογισμό των δαπανών για τρόφιμα και σε μια έντονη προσπάθεια κατά της σπατάλης.

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, η κατανάλωση κατεψυγμένων τροφίμων αναδείχθηκε ως ένας βασικός τομέας που γνώρισε σημαντική ανάπτυξη, επιτυγχάνοντας ιστορικά υψηλά ρεκόρ.



B. Κατανάλωση Κατεψυγμένων Τροφίμων στην Ιταλία

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει τα δεδομένα για την κατανάλωση κατεψυγμένων προϊόντων στην Ιταλία από το 1987 έως το 2022, εκφρασμένα σε χιλιάδες τόνους, καθώς και τις ετήσιες μεταβολές σε ποσοστό %.

Κατανάλωση Κατεψυγμένων Προϊόντων στην Ιταλία (1987-2022) ΛΙΑΝΙΚΗ + CATERING

| Έτος | Χιλ. Τόνοι | Ετήσια Μεταβολή (%) |
|-------------|-------------------|----------------------------|
| 1987 | 319,90 | +6,7% |
| 1988 | 338,50 | +5,8% |
| 1989 | 355,70 | +5,1% |
| 1990 | 380,30 | +6,9% |
| 1991 | 412,63 | +8,5% |
| 1992 | 449,53 | +8,9% |
| 1993 | 478,24 | +6,4% |
| 1994 | 507,10 | +6,0% |
| 1995 | 556,00 | +9,6% |
| 1996 | 576,75 | +3,7% |
| 1997 | 598,60 | +3,8% |
| 1998 | 625,47 | +4,5% |
| 1999 | 643,81 | +2,9% |
| 2000 | 674,72 | +4,8% |
| 2001 | 712,95 | +5,7% |
| 2002 | 725,46 | +1,8% |
| 2003 | 736,85 | +1,6% |
| 2004 | 757,56 | +2,8% |
| 2005 | 792,36 | +4,6% |
| 2006 | 797,44 | +0,6% |
| 2007 | 803,75 | +0,8% |
| 2008 | 814,17 | +1,3% |
| 2009 | 823,52 | +1,2% |
| 2010 | 836,94 | +1,6% |
| 2011 | 839,61 | +0,3% |
| 2012 | 838,38 | -0,1% |
| 2013 | 825,35 | -1,5% |
| 2014 | 821,44 | -0,5% |
| 2015 | 824,19 | +0,4% |
| 2016 | 824,48 | +0,1% |
| 2017 | 841,50 | +2,1% |
| 2018 | 838,58 | -0,3% |
| 2019 | 849,90 | +1,3% |



| Έτος | Χιλ. Τόνοι | Ετήσια Μεταβολή (%) |
|------|------------|---------------------|
| 2020 | 896,03 | +5,5% |
| 2021 | 979,15 | *1 |
| 2022 | 990,71 | +1,2% |

(Πηγή: IIAS - Istituto Italiano Alimenti Surgelati)

Η ανάλυση των δεδομένων κατά την εξεταζόμενη περίοδο δείχνει αυξομειώσεις στην κατανάλωση κατεψυγμένων προϊόντων στην Ιταλία. Έως το 2012 παρατηρούμε συνεχείς αυξήσεις, με τις σημαντικότερες να καταγράφονται τη δεκαετία του 1980 και 1990. Από το 2000 και μετά, η κατανάλωση κατεψυγμένων προϊόντων συνέχισε να αυξάνεται, αν και με μικρότερους ρυθμούς. Εξαιρέση αποτελούν τα έτη 2012, 2013, 2014 και 2018, όπου παρατηρούνται ελαφρές μειώσεις. Το έτος 2020 παρουσιάζει σημαντική αύξηση κατά 5,5%, πιθανόν λόγω των επιπτώσεων της πανδημίας COVID-19 που οδήγησαν σε αυξημένη ζήτηση για κατεψυγμένα προϊόντα. Το 2021 και το 2022 συνέχισαν την ανοδική τάση, αν και με μικρότερους ρυθμούς αύξησης.

Αυτά τα δεδομένα προσφέρουν μια σημαντική εικόνα για την τάση της αγοράς κατεψυγμένων προϊόντων στην Ιταλία, η οποία φαίνεται να παρουσιάζει σταθερή ζήτηση με μερικές περιόδους υψηλότερης ανάπτυξης και κάποιες περιόδους στασιμότητας ή μικρής μείωσης.

Κύρια Ευρήματα της Έκθεσης IIAS για το 2022

Σύμφωνα με τον Giorgio Donegani, Πρόεδρο του Ινστιτούτου Ιταλικών Κατεψυγμένων Τροφίμων (IIAS), τα κατεψυγμένα τρόφιμα επιβεβαιώνεται ότι αποτελούν αναπόσπαστο μέρος των διατροφικών επιλογών των Ιταλών.

Κατανάλωση και Κύκλος Εργασιών

Ειδικότερα, όπως προκύπτει από την "Ετήσια έκθεση για την κατανάλωση κατεψυγμένων προϊόντων 2022" του IIAS, τα κατεψυγμένα τρόφιμα κατέγραψαν σημαντική **αύξηση στην κατανάλωση**, προσεγγίζοντας το **ένα εκατομμύριο τόνους** (990.713 τόννοι), με αύξηση +1,2% σε όγκο, σε σύγκριση με το 2021, που έκλεισε με 979.153 τόνους.

Το ως άνω αποτέλεσμα μεταφράστηκε σε περαιτέρω αύξηση της **ετήσιας κατά κεφαλήν κατανάλωσης κατεψυγμένων προϊόντων**, η οποία αυξήθηκε στα **16,8 κιλά** έναντι 16,6 το 2021.

Αυτό έρχεται σε αντίθεση με την γενική τάση κατανάλωσης των τροφίμων που σημείωσε μείωση -4,4%.

¹ *Σημείωση: Τα στοιχεία για το 2021 δεν περιέχουν μεταβολή, καθώς δεν παρέχεται σύγκριση με το προηγούμενο έτος.



Αν περάσουμε από την τάση των όγκων σε αυτήν των αξιών, η συνολική αξία της αγοράς κατεψυγμένων τροφίμων κατέγραψε **συνολικό τζίρο 5,3 δισ, ευρώ**, και **αυξήθηκε κατά +9%, σε σχέση με το 2021** που ήταν περίπου 4,9 δισ, ευρώ.

Τομέας HoReCa

Ο τομέας των κατεψυγμένων τροφίμων στην εκτός σπιτιού κατανάλωση (HoReCa & Catering) κατέγραψε εντυπωσιακή αύξηση +17,1%, επιτυγχάνοντας 281.000 τόνους το 2022. Αυτό αντιστάθμισε την μείωση στη λιανική πώληση (-2,5%), καθώς και την πτώση στην πώληση πόρτα-πόρτα (-14,4%) και στο ηλεκτρονικό εμπόριο (-9,1%).

Γ. Κανάλια Διανομής

Ειδικότερα, επισημαίνεται ότι στην Ιταλία υπάρχουν τέσσερα κανάλια μέσω των οποίων τα κατεψυγμένα προϊόντα διανέμονται στον καταναλωτή:

- ✓ Λιανεμπόριο
- ✓ Εκτός σπιτιού κατανάλωση (Fuoricasa: HoReCa / Catering)
- ✓ Εμπόριο από πόρτα σε πόρτα
- ✓ Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Επίσης, υπάρχουν οι εξής πέντε κατηγορίες τροφίμων οι οποίες, ποσοτικά, αποτελούν την πλειοψηφία της προσφοράς κατεψυγμένων προϊόντων στην ιταλική αγορά: Λαχανικά, Πατάτες, Προϊόντα ψαριού, Πίτσες και έτοιμα γεύματα/σνακ, Αλμυρές σπεσιαλιτέ (βλ. αναλυτικά παρακάτω στο κεφ. Δ. Προτιμήσεις καταναλωτών).

Οι ακόλουθοι πίνακες παρουσιάζουν τα δεδομένα πωλήσεων και κατανάλωσης κατεψυγμένων προϊόντων στην Ιταλία για τα έτη 2021 και 2022, καθώς και τις ποσοστιαίες μεταβολές μεταξύ αυτών των ετών.

Πίνακες Δεδομένων Κατεψυγμένων Προϊόντων

| Εισόδημα από Πωλήσεις Κατεψυγμένων Προϊόντων (τιμές σε ευρώ) | | | |
|--|----------------------|----------------------|--------------------|
| Κανάλι | 2021 | 2022 | Μεταβολή 2022/2021 |
| Λιανική Πώληση (RETAIL) | 3.310.071.495 | 3.408.192.702 | 3% |
| Πώληση εκτός σπιτιού (FUORI CASA) | 1.100.000.000 | 1.452.000.000 | 32% |
| Πόρτα-πόρτα (DOOR TO DOOR) | 400.000.000 | 376.000.000 | -6% |
| Ηλεκτρονικό Εμπόριο (E-COMMERCE) | 73.000.000 | 70.080.000 | -4% |
| Σύνολο | 4.883.071.495 | 5.306.272.702 | 9% |



| Κατανάλωση Κατεψυγμένων Προϊόντων (τιμές σε χιλ. τόνους) | | | |
|---|---------------|---------------|-------------------------------|
| Κανάλι | 2021 | 2022 | Μεταβολή 2022/2021 |
| Λιανική Πώληση (RETAIL) | 643,15 | 626,94 | -2,5% |
| Εκτός Σπιτιού (FUORI CASA) | 240 | 281 | +17,1% |
| Πόρτα-πόρτα (DOOR TO DOOR) | 85 | 72,76 | -14,4% |
| Ηλεκτρονικό Εμπόριο (E-COMMERCE) | 11 | 10 | -9,1% |
| Σύνολο | 979,15 | 990,71 | +1,2% |

Πηγές: Unione Italiana Food /Circana liquid data / ECR

Από τα στοιχεία των ως άνω πινάκων προκύπτουν οι εξής παρατηρήσεις:

Εισόδημα από Πωλήσεις Κατεψυγμένων Προϊόντων:

- ✓ Η λιανική πώληση παρουσίασε αύξηση 3%.
- ✓ Οι πωλήσεις εκτός σπιτιού σημείωσαν σημαντική αύξηση 32%. ενδεχομένως λόγω της επαναλειτουργίας των εστιατορίων και των καταστημάτων μετά την πανδημία.
- ✓ Οι πωλήσεις πόρτα-πόρτα και ηλεκτρονικού εμπορίου μειώθηκαν κατά 6% και 4% αντίστοιχα.
- ✓ Το συνολικό εισόδημα από πωλήσεις κατεψυγμένων προϊόντων αυξήθηκε κατά 9%.

Κατανάλωση Κατεψυγμένων Προϊόντων:

- ✓ Η κατανάλωση μέσω λιανικής πώλησης μειώθηκε κατά 2,5%.
- ✓ Η κατανάλωση εκτός σπιτιού αυξήθηκε κατά 17,1%, υποδεικνύοντας ανάκαμψη στον κλάδο της εστίασης.
- ✓ Η κατανάλωση μέσω πόρτα-πόρτα και ηλεκτρονικού εμπορίου μειώθηκε κατά 14,4% και 9,1% αντίστοιχα.
- ✓ Η συνολική κατανάλωση κατεψυγμένων προϊόντων παρουσίασε μικρή αύξηση 1,2%.

Συμπερασματικά αναφέρεται ότι:

Η αύξηση της κατανάλωσης ως προς τον όγκο των κατεψυγμένων προϊόντων (+1,2%) είναι ενδεικτική της ανάκαμψης της αγοράς μετά την πανδημία, παρά την αύξηση των τιμών, η οποία διαφαίνεται από την αύξηση του συνολικού εισοδήματος των πωλήσεων κατεψυγμένων προϊόντων (+9%).



Η σημαντική αύξηση στις πωλήσεις κατεψυγμένων εκτός σπιτιού (+17%) καταδεικνύει την επανεκκίνηση της εστίασης και των καταστημάτων.

Η μείωση στις πωλήσεις πόρτα-πόρτα και ηλεκτρονικού εμπορίου μπορεί να οφείλεται στη μετακίνηση των καταναλωτών προς τα φυσικά καταστήματα και τους χώρους εστίασης.

Συνολικά, η αγορά κατεψυγμένων προϊόντων φαίνεται να σταθεροποιείται και να ανακάμπτει, με θετικές προοπτικές για το μέλλον.

Δ. Προτιμήσεις Καταναλωτών

Ειδικότερα, μεταξύ των προτιμήσεων των Ιταλών καταναλωτών περιλαμβάνονται τα ακόλουθα κατεψυγμένα προϊόντα:

Λαχανικά

Τα λαχανικά κατέχουν την πρώτη θέση στις προτιμήσεις των Ιταλών, με περισσότερους από 208 χιλ. τόνους κατανάλωσης. Τα λαχανικά, ειδικότερα ο αρακάς και τα μαγειρεμένα/παρασκευασμένα λαχανικά, καθώς και το σπανάκι, είναι τα πιο δημοφιλή προϊόντα, ικανοποιώντας τη ζήτηση για ευεξία και υψηλή διατροφική αξία.

Πατάτες

Οι κατεψυγμένες πατάτες παρέμειναν σταθερές στις προτιμήσεις, με πάνω από 99 χιλ. τόνους κατανάλωσης, σημειώνοντας ταυτόχρονα μικρή αύξηση στα μη παραδοσιακά σχήματα (Άλλα σχήματα +3,6%).

Ψάρια

Τα κατεψυγμένα ψάρια κατέγραψαν 60 χιλ. τόνους κατανάλωσης, παρά τη μείωση -6,5% σε σχέση με το 2021.

Πίτσες και Έτοιμα Γεύματα ζύμης

Τα έτοιμα γεύματα παρέμειναν σταθερά με περίπου 65 χιλ. τόνους κατανάλωσης, ενώ οι κατεψυγμένες πίτσες σημείωσαν μείωση -7%, με κατανάλωση 66 χιλ. τόνων η οποία μπορεί να αντανakλά μια κορεσμένη αγορά ή αλλαγές στις προτιμήσεις προς άλλες κατηγορίες έτοιμου φαγητού. Παρά την αύξηση των τιμών, τα έτοιμα γεύματα συνεχίζουν να προτιμώνται για την ευκολία και τη σύνδεσή τους με την ιταλική γαστρονομική παράδοση.

Άλλες αλμυρές Σπεσιαλιτέ

Οι αλμυρές σπεσιαλιτέ κατέγραψαν αύξηση +2%. ξεπερνώντας τους 29 χιλ. Τόνους, δείχνοντας τη συνεχιζόμενη δημοτικότητα των "σπιτικών" σπεσιαλιτέ ακόμα και μετά την πανδημία και υποδηλώνοντας ότι οι καταναλωτές εξακολουθούν να βασίζονται σε αυτά για την καθημερινή τους διατροφή.



Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει περισσότερες πληροφορίες για τις συνολικές πωλήσεις κατεψυγμένων προϊόντων λιανικής στην Ιταλία για το έτος 2022, μαζί με τη μεταβολή τους σε σύγκριση με το 2021.

ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ

Πωλήσεις σε κύρια τμήματα της ιταλικής αγοράς κατεψυγμένων, 2022

| Εμπορική Κατηγορία | Κιλά 2022 | Μεταβολή % 2022/2021 |
|---------------------------------|--------------------|-------------------------|
| ΛΑΧΑΝΙΚΑ/ΦΡΟΥΤΑ | 208.197.127 | -1,8 |
| ΑΛΛΑ ΛΑΧΑΝΙΚΑ | 58.345.790 | +1,6 |
| ΑΡΑΚΑΣ | 49.388.771 | -3,8 |
| ΣΟΥΠΕΣ ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ & ΖΥΜΑΡΙΚΩΝ | 48.698.756 | -5,3 |
| ΣΠΑΝΑΚΙ | 32682.108 | -1,7 |
| ΑΝΑΜΙΚΤΑ ΛΑΧΑΝΙΚΑ | 10.175.181 | +3,7 |
| ΜΥΡΩΔΙΚΑ | 8.072.093 | +2,4 |
| ΦΡΟΥΤΑ | 834.428 | -14,4 |
| ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΜΕΝΑ ΛΑΧΑΝΙΚΑ | 21.140.862 | +3,4 |
| ΠΑΤΑΤΕΣ | 99.364.963 | -0,8 |
| Σε ΣΤΙΚΣ | 89.215.856 | -1,0 |
| ΑΛΛΑ | 9.382.189 | +3,6 |
| ΕΠΩΝΥΜΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ / NOVELLE | 755.825 | -17,2 |
| ΑΝΩΝΥΜΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ | 11.094 | -13,7 |
| ΨΑΡΙΑ | 60.007.588 | -6,5 |
| ΦΙΛΕΤΑ | 26.146.232 | -8,2 |
| ΚΑΡΚΙΝΟΕΙΔΗ | 11.400.049 | -8,2 |
| MOLLAME MONO | 13.180.909 | -4,3 |
| ΑΝΑΜΙΚΤΑ | 5.989.276 | +1,0 |
| ΣΕ ΦΕΤΕΣ | 1.851.611 | -14,6 |
| ΟΛΟΚΛΗΡΑ | 1.439.511 | +3,6 |
| ΠΑΡΑΣΚΕΥΑΣΜΕΝΟ ΨΑΡΙ ΠΑΝΕ | 33.972.168 | -8,5 |
| ΠΙΤΣΑ | 66.031.376 | -7,0 |
| ΚΥΚΛΙΚΗ ΠΙΤΣΑ | 47.381.754 | -5,9 |
| ΜΕΓΑΛΗ ΠΙΤΣΑ | 8.973.855 | -7,1 |
| ΜΙΚΡΗ ΠΙΤΣΑ | 4.597.050 | -7,3 |
| ΑΛΛΑ ΜΕΓΕΘΗ | 3.945.004 | -15,9 |



| Εμπορική Κατηγορία | Κιλά 2022 | Μεταβολή % 2022/2021 |
|--------------------------------|-------------------|-------------------------|
| ΑΛΛΕΣ ΖΥΜΕΣ | 1.133.713 | -14,5 |
| ΕΤΟΙΜΑ ΦΑΓΗΤΑ | 64.992.064 | +0,6 |
| ΠΡΩΤΑ ΠΙΑΤΑ | 37.303.623 | +2,5 |
| ΔΕΥΤΕΡΑ ΠΙΑΤΑ | 13.650.469 | -4,9 |
| ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΑ ΠΙΑΤΑ / ΣΥΝΤΑΓΕΣ | 12.706.765 | +3,3 |
| ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΑΤΑ ΦΥΤΙΚΩΝ ΠΡΩΤΕΪΝΩΝ | 1.261.207 | -13,1 |
| ΑΛΜΥΡΕΣ ΣΠΕΣΙΑΛΙΤΕ | 29.273.124 | +2,0 |
| ΡΑΝΣΑΚΕΣ | 18.539.385 | +0,3 |
| ΑΛΛΕΣ ΑΛΜΥΡΕΣ ΣΠΕΣΙΑΛΙΤΕ | 10.733.739 | +5,0 |
| ΚΡΕΑΣ | 15.248.138 | -1,3 |
| ΣΑΛΤΣΕΣ ΚΑΙ ΖΩΜΟΙ | 11.594.524 | -0,1 |
| ΓΛΥΚΑ / ΖΑΧΑΡΟΕΙΔΗ | 8.109.411 | -5,4 |
| ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΧΩΡΙΣ ΓΛΟΥΤΕΝΗ | 4.117.555 | -1,1 |
| ΨΩΜΙ / ΖΥΜΑΡΙΚΑ | 4.970.136 | -4,6 |

Πηγή: IIAS - Istituto Italiano Alimenti Surgelati

Από τον παραπάνω πίνακα, παρατηρούνται οι εξής τάσεις και επιπτώσεις στην κατανάλωση κατεψυγμένων προϊόντων λιανικής πώλησης στην Ιταλία για το έτος 2022:

Κατηγορίες με Αύξηση:

Οι υποκατηγορίες που παρουσίασαν αύξηση στις πωλήσεις τους ήταν: οι άλλες αλμυρές σπεσιαλιτέ (+5%), τα προετοιμασμένα λαχανικά (+3.4%), τα έτοιμα πρώτα πιάτα (+2.5%), τα συνοδευτικά πιάτα (+3.3%), τα μυρωδικά (+2.4%), τα ανάμικτα λαχανικά (+3.7%), άλλα σχήματα πατάτας (+3.6%) και τα ολόκληρα ψάρια (+3.6%). Η κατηγορία των αλμυρών σπεσιαλιτέ παρουσίασε επίσης αύξηση (+2.0%), ενδεικτικό της ζήτησης για ποικιλία και γευστικές επιλογές.

Τα παραπάνω δείχνουν μια αυξημένη προτίμηση προς πιο έτοιμα και εύχρηστα προϊόντα.

Κατηγορίες με Σημαντική Πτώση:

Ορισμένες υποκατηγορίες παρουσίασαν σημαντική πτώση, ίσως λόγω της προτίμησης των καταναλωτών για φρέσκα ή μη επεξεργασμένα προϊόντα ή άλλες εναλλακτικές, επηρεάζοντας τη συνολική κατανάλωση, όπως: επώνυμες ποικιλίες πατάτας (-17.2%), άλλα μεγέθη πίτσας (-15.9%), άλλες ζύμες (-14.5%), ψάρια σε φέτες (-14.6%), ψάρια φιλέτα (-8.2%), καρκινοειδή (-8.2%), φρούτα (-14.4%) και υποκατάστατα φυτικών πρωτεϊνών (-13.1%).



Η αγορά φαίνεται να στρέφεται περισσότερο προς τα έτοιμα και ευκολόχρηστα προϊόντα, ενώ οι καταναλωτές απομακρύνονται από παραδοσιακά κατεψυγμένα προϊόντα, τα οποία μπορούν να υποκατασταθούν από φρέσκα που ανταποκρίνονται στη σχέση τιμής/ποιότητας. Η προσαρμογή της αγοράς στις νέες καταναλωτικές τάσεις και η διατήρηση της ποιότητας είναι κρίσιμες για την ανάκαμψη και ανάπτυξη του κλάδου.

Προσωρινά στοιχεία λιανικής πώλησης για το 2023

Βάσει προσωρινών στοιχείων για το 2023 - που αφορούν μόνο το κανάλι Λιανικής πώλησης στην ιταλική αγορά - ο κλάδος των κατεψυγμένων προϊόντων επιβεβαίωσε τη σημασία του στις διατροφικές συνήθειες του καταναλωτή, καταγράφοντας σημαντική σταθερότητα στην κατανάλωση εντός του σπιτιού, η οποία έφτασε τους 645 χιλιάδες τόνους.

Οι κατηγορίες κατεψυγμένων προϊόντων που καταναλώθηκαν περισσότερο από τους Ιταλούς καταναλωτές το 2023, σύμφωνα με στοιχεία του Ιταλικού Ινστιτούτου Κατεψυγμένων Τροφίμων παρατίθενται ως ακολούθως, σε σύγκριση με το 2019 (πριν από την πανδημία Covid-19):

Τα **λαχανικά** επιβεβαιώνονται στην πρώτη θέση με 215.695 τόνους κατανάλωσης το 2023, σημειώνοντας αύξηση 1,1% σε σύγκριση με τους 213.345 τόνους το 2019. Αποτελούν αξιόπιστο σύμμαχο για όσους αναζητούν ευεξία και υψηλή περιεκτικότητα σε θρεπτικά συστατικά, καθώς και για εκείνους που τείνουν να επιλέγουν πρωτεΐνες φυτικής προέλευσης.

Στη δεύτερη θέση κατατάσσονται οι **πατάτες**, με 110.532 τόνους, σημειώνοντας τη σημαντικότερη αριθμητική αύξηση κατά 35,8% σε σύγκριση με το 2019 (81.393 τόνοι). Το προϊόν αυτό είναι δημοφιλές τόσο για τη γεύση του όσο και για την ευκολία παρασκευής του.

Στην τρίτη θέση βρίσκονται τα **κατεψυγμένα ψάρια** (φυσικά και παναρισμένα), με 92.372 τόνους, σημειώνοντας αύξηση 2,25% σε σύγκριση με τους 90.335 τόνους το 2019. Οι καταναλωτές εκτιμούν τα κατεψυγμένα ψάρια για την ασφάλεια, την υγιεινή, τη θρεπτική τους αξία, τη διαθεσιμότητα, την ευκολία προετοιμασίας και την πληθώρα πληροφοριών στη συσκευασία.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί η εκρηκτική αύξηση στην **κατανάλωση κατεψυγμένων** έτοιμων γευμάτων, με αύξηση 34,3% μεταξύ 2019 και 2023. Η υψηλή ποιότητα των υλικών, οι παραδοσιακές αλλά και καινοτόμες συνταγές, η ταχύτητα προετοιμασίας και η προσοχή στη διατροφική ισορροπία είναι παράγοντες που έχουν καταστήσει αυτή την κατηγορία ιδιαίτερα δημοφιλή στους νέους τρόπους ζωής των ιταλικών οικογενειών.

Το 2023 ήταν μια χρονιά γεμάτη προκλήσεις και δυσκολίες. Κατά τους πρώτους μήνες του έτους, υπήρξαν σημαντικά προβλήματα στην προμήθεια πρώτων υλών, τα οποία οφείλονταν σε ακραία κλιματικά φαινόμενα, όπως η ξηρασία.



Επιπλέον, τα παγκόσμια δίκτυα logistics και μεταφορών αντιμετώπισαν σοβαρά προβλήματα, ενώ ο πληθωρισμός συνέχισε να αυξάνεται, με ιδιαίτερη έμφαση στον τομέα των τροφίμων. Παρά τις δυσκολίες αυτές, ο τομέας των κατεψυγμένων τροφίμων επέδειξε αξιοσημείωτη σταθερότητα.

Ε. Έμφαση στη Βιωσιμότητα: Κατεψυγμένα Τρόφιμα. Μια Βιομηχανία Αφοσιωμένη στο Περιβάλλον

Όπως προκύπτει από διάφορες έρευνες και μελέτες, η βιωσιμότητα, το περιβάλλον και η ευημερία είναι οι αξίες που καθορίζουν περισσότερο την ταυτότητα των Ιταλών για τα τρόφιμα τα τελευταία χρόνια.

Τα κατεψυγμένα τρόφιμα θεωρούνται κατ' εξοχήν προϊόντα κατά των αποβλήτων και αυτός είναι ο πρώτος λόγος που τα καθιστά ιδιαίτερα βιώσιμα και από περιβαλλοντική άποψη.

Σύμφωνα με το IIAS και σχετικές δηλώσεις του Πρόεδρου του Ινστιτούτου κ. Giorgio Donegani, τα χαρακτηριστικά που καθιστούν τα κατεψυγμένα τρόφιμα βιώσιμα είναι τα ακόλουθα:

- ✓ μεγάλη διάρκεια ζωής
- ✓ έλεγχος μερίδων και ποσοτήτων
- ✓ πλήρης αντιστοιχία μεταξύ αυτού που αγοράζεται και καταναλώνεται χωρίς απόβλητα
- ✓ χαμηλότερη κατανάλωση νερού και ενέργειας λόγω συντομότερων χρόνων προετοιμασίας

Το 2022, το IIAS δημοσίευσε την πρώτη περιβαλλοντική έκθεση στην Ιταλία αφιερωμένη στα κατεψυγμένα τρόφιμα, αναδεικνύοντας τη δέσμευση του τομέα για σεβασμό στο περιβάλλον, τη συνετή χρήση των πόρων και τη μείωση των ρυπογόνων εκπομπών. Κατά την τελευταία τριετία (2019-2021), οι εταιρείες του κλάδου πέτυχαν σημαντικά αποτελέσματα:

- Μείωση εκπομπών CO₂ κατά 10% (31.400 τόνοι, ισοδύναμο με περισσότερα από 350.000 αυτοκίνητα που ταξιδεύουν στη διαδρομή Μιλάνο-Ρώμη).
- Μείωση χρήσης νερού κατά 4% (284.000 m³, ισοδύναμο με περισσότερα από 3 εκατομμύρια πεντάλεπτα ντους).
- Μείωση χρήσης ηλεκτρικής και θερμικής ενέργειας κατά 2% (19.000 MWh, ισοδύναμο με τις ετήσιες ενεργειακές ανάγκες περισσότερων από 8.500 οικογενειών ενός ή δύο ατόμων).



ΣΤ. Νομοθετικό και Ρυθμιστικό πλαίσιο για την ιταλική αγορά κατεψυγμένων τροφίμων

Για τις ελληνικές εταιρείες που ενδιαφέρονται να εξάγουν κατεψυγμένα τρόφιμα στην ιταλική αγορά, είναι σημαντικό να είναι ενήμερες για το νομοθετικό και ρυθμιστικό πλαίσιο που ισχύει στην Ιταλία. Αυτό περιλαμβάνει:

1. **Κανονισμούς υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων:** Οι εταιρείες πρέπει να συμμορφώνονται με τους κανονισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ιταλίας σχετικά με την παραγωγή, επεξεργασία, συσκευασία και μεταφορά κατεψυγμένων τροφίμων.
2. **Ετικέτα:** Τα κατεψυγμένα τρόφιμα που εξάγονται πρέπει να φέρουν ετικέτες που πληρούν τις απαιτήσεις της ιταλικής νομοθεσίας και της ΕΕ σχετικά με την αναγραφή των συστατικών, την ημερομηνία λήξης, τον τρόπο αποθήκευσης και άλλες σχετικές πληροφορίες.
3. **Τελωνειακές διαδικασίες:** Οι εταιρείες πρέπει να είναι ενήμερες για τις διαδικασίες εισαγωγής και εξαγωγής των προϊόντων στην ιταλική αγορά, συμπεριλαμβανομένων των τελωνειακών διατυπώσεων και των απαιτούμενων διαδικασιών αναγνώρισης και πιστοποίησης.
4. **Αναγνώριση προτύπων ποιότητας:** Οι εταιρείες πρέπει να εξασφαλίσουν ότι τα κατεψυγμένα τρόφιμα πληρούν τα αναγνωρισμένα πρότυπα ποιότητας και ασφάλειας της Ιταλίας και της ΕΕ.

Επίσης η εταιρεία μπορεί να χρειαστεί να συνεργαστεί με τοπικούς αντιπροσώπους ή διανομείς στην Ιταλία για να διευκολυνθεί η εξαγωγή και η διάθεση των προϊόντων της στην αγορά.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Τα νομικά πλαίσια που διέπουν την εξαγωγή κατεψυγμένων τροφίμων στην ιταλική αγορά περιλαμβάνουν διάφορους νόμους και κανονισμούς σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης και Ιταλίας. Ενδεικτικά αναφέρονται οι ακόλουθοι:

- **Κανονισμοί της ΕΕ για την υγιεινή και ασφάλεια τροφίμων**, όπως ο Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 852/2004 που ορίζει γενικούς κανόνες υγιεινής για τα τρόφιμα.
- **Κανονισμοί της ΕΕ σχετικά με την επισήμανση τροφίμων**, όπως ο Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1169/2011 που αφορά την παροχή πληροφοριών προς τον καταναλωτή σχετικά με τα τρόφιμα.
- **Εθνικοί νόμοι και κανονισμοί της Ιταλίας** σχετικά με την παραγωγή, επεξεργασία, συσκευασία, εισαγωγή και εμπορία τροφίμων.
- **Νομοθεσία τελωνειακών διαδικασιών και εισαγωγικών δασμών που ισχύουν για την εξαγωγή και εισαγωγή προϊόντων στην ΕΕ.**

Για να λάβετε μια πλήρη εικόνα των νόμων και κανονισμών που ισχύουν συγκεκριμένα για την εξαγωγή κατεψυγμένων τροφίμων στην Ιταλία, θα πρέπει να ανατρέξετε στην ενημερωμένη νομοθεσία και τις οδηγίες των αρμοδίων αρχών της ΕΕ² και της Ιταλίας³, ή να απευθύνεται αίτημα στο Γραφείο ΟΕΥ (βλ. στοιχεία επικοινωνίας στο τέλος του παρόντος).

² Το σύνολο της νομοθεσίας της ΕΕ είναι διαθέσιμο στον ακόλουθο σύνδεσμο : <https://eur-lex.europa.eu/>

³ Για πρόσβαση σε νομοθετικά κείμενα της Ιταλίας δείτε την πλατφόρμα: <https://www.normattiva.it/>



Z. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Οι Ιταλοί καταναλωτές στρέφονται όλο και περισσότερο στην κατανάλωση κατεψυγμένων τροφίμων, για οικονομικούς και πρακτικούς λόγους, ενώ ταυτόχρονα η αγορά εκτός σπιτιού ανακάμπτει σημαντικά.

Τα κατεψυγμένα προϊόντα παραμένουν μια βασική επιλογή στη διατροφική αλυσίδα των Ιταλών, προσφέροντας ευκολία, οικονομία και υψηλή διατροφική αξία, ενώ παράλληλα επιβεβαιώνουν τη δέσμευσή τους στη βιωσιμότητα και την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση.

Η ανάλυση των δεδομένων για την κατανάλωση κατεψυγμένων προϊόντων στην Ιταλία κατά την περίοδο 1987-2022 παρέχει χρήσιμες πληροφορίες για τις ελληνικές επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται για την ιταλική αγορά. Τα προσωρινά στοιχεία για το 2023 δείχνουν ότι η κατανάλωση κατεψυγμένων προϊόντων σταθεροποιείται παρά τις προκλήσεις της αγοράς.

Ευκαιρίες και Προκλήσεις για τις ελληνικές επιχειρήσεις

Σταθερή Ανάπτυξη Αγοράς:

- ✓ Η συνεχής αύξηση της κατανάλωσης κατεψυγμένων προϊόντων στην Ιταλία, με ετήσιους ρυθμούς αύξησης, δείχνει μια σταθερή ζήτηση. Αυτό παρέχει ευκαιρίες για τις ελληνικές επιχειρήσεις να επεκτείνουν την παρουσία τους στην ιταλική αγορά με νέα προϊόντα και καινοτομίες.

Αύξηση Κατανάλωσης σε περιόδους κρίσης:

- ✓ Η σημαντική αύξηση κατά 5,5% το 2020, λόγω της πανδημίας COVID-19, δείχνει μια αυξημένη προτίμηση των καταναλωτών για κατεψυγμένα προϊόντα σε περιόδους κρίσης. Αυτό προσφέρει ευκαιρίες για τις ελληνικές επιχειρήσεις να εκμεταλλευτούν αυτή την τάση με στοχευμένες προωθητικές ενέργειες.

Αύξηση της Ζήτησης για Ποιοτικά και Βιολογικά Προϊόντα:

- ✓ Υπάρχει μια αυξανόμενη ζήτηση για βιολογικά και υψηλής ποιότητας κατεψυγμένα προϊόντα. Οι ελληνικές επιχειρήσεις, γνωστές για την παραγωγή τέτοιων προϊόντων, μπορούν να προωθήσουν τις ποιοτικές τους σειρές στην ιταλική αγορά.

Ανταγωνισμός:

- ✓ Η αγορά κατεψυγμένων προϊόντων στην Ιταλία είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστική με πολλούς καθιερωμένους παίκτες. Οι ελληνικές επιχειρήσεις θα πρέπει να αναπτύξουν ισχυρές στρατηγικές μάρκετινγκ και να διαφοροποιήσουν τα προϊόντα τους για να μπορέσουν να ανταγωνιστούν αποτελεσματικά.



Οικονομικές και Γεωπολιτικές Αβεβαιότητες:

- ✓ Η αβεβαιότητα λόγω οικονομικών και γεωπολιτικών παραγόντων, μπορεί να επηρεάσει την κατανάλωση και τις επενδύσεις στην αγορά κατεψυγμένων προϊόντων. Οι ελληνικές επιχειρήσεις πρέπει να είναι προετοιμασμένες για αυτές τις προκλήσεις και να έχουν στρατηγικά πλάνα αντιμετώπισης.

Μεταβαλλόμενα Καταναλωτικά Πρότυπα:

- ✓ Η μείωση της κατανάλωσης σε ορισμένα έτη δείχνει ότι τα καταναλωτικά πρότυπα μπορεί να αλλάζουν. Οι ελληνικές επιχειρήσεις πρέπει να παρακολουθούν συνεχώς τις τάσεις της αγοράς και να προσαρμόζουν τα προϊόντα και τις στρατηγικές τους ανάλογα.

Νομοθετικές και Ρυθμιστικές Προκλήσεις:

- ✓ Η συμμόρφωση με την ιταλική και ευρωπαϊκή νομοθεσία και τους κανονισμούς μπορεί να αποτελεί πρόκληση. Οι ελληνικές επιχειρήσεις πρέπει να εξασφαλίσουν ότι τα προϊόντα τους πληρούν όλα τα απαιτούμενα πρότυπα ποιότητας και ασφάλειας.

Διεθνείς Εκθέσεις και εκδηλώσεις το 2025

Για τις ελληνικές επιχειρήσεις που επιθυμούν να προωθήσουν κατεψυγμένα προϊόντα στην ιταλική αγορά, προγραμματίζονται διάφορες Διεθνείς Εκθέσεις και εκδηλώσεις το 2025, που μπορούν να αποτελέσουν σημαντικές ευκαιρίες δικτύωσης και προβολής. Μεταξύ των κυριότερων εκθέσεων είναι ενδεικτικά οι εξής:

- ✓ **TUTTOFOOD (Μιλάνο. 5-8 Μαΐου 2025)** - Μια από τις σημαντικότερες πλατφόρμες για την προώθηση τροφίμων και ποτών στην Ιταλία, που προσφέρει πολλές ευκαιρίες για ελληνικές επιχειρήσεις να εισέλθουν και να εδραιωθούν στην ιταλική αγορά τροφίμων μεταξύ των οποίων και κατεψυγμένων προϊόντων. Η έκθεση αυτή αποτελεί σημαντικό σημείο συνάντησης για επαγγελματίες του κλάδου των τροφίμων και ποτών, περιλαμβάνοντας καινοτόμες λύσεις και νέα προϊόντα από διάφορες χώρες. - <https://www.tuttofood.it/en/>
- ✓ **HostMilano 2025 (Μιλάνο. Οκτώβριος 2025)** - Μία από τις πιο σημαντικές διεθνείς εκθέσεις για τον εξοπλισμό και την τροφοδοσία HoReCa, προσφέρει μια ολοκληρωμένη πλατφόρμα για την παρουσίαση προϊόντων σε διεθνές κοινό και τη σύναψη εμπορικών συμφωνιών. - <https://host.fieramilano.it/en>



- ✓ **Sigep 2025 (Ρίμινι, 18-22 Ιανουαρίου 2025)** - Μια από τις μεγαλύτερες εκθέσεις αφιερωμένες στις αλυσίδες παγωτού, αρτοποιίας, σοκολατοποιίας και καφέ. Παρουσιάζει τις τελευταίες τάσεις και καινοτομίες στον κλάδο των τροφίμων και των ποτών. - <https://www.iegexpo.it/en/venues/rimini/exhibitions/venues/rimini-expo-centre/sigep-5>
- ✓ **Beer & Food Attraction 2025 (Ρίμινι, 16-18 Φεβρουαρίου 2025)** - Αφορά κυρίως τις μπύρες και τα τρόφιμα για τον τομέα HoReCa (Ξενοδοχεία, Εστιατόρια και Καφετέριες). Προσφέρει ευκαιρίες για δικτύωση με επαγγελματίες του κλάδου. - <https://en.beerandfoodattraction.it/>
- ✓ **Cucinare 2025 (Pordenone, 1-9 Μαρτίου 2025)** - Έκθεση τροφίμων και τεχνολογίας μαγειρικής που προσελκύει λάτρεις του φαγητού, μαγειρικής και ιδιοκτήτες εστιατορίων από τη βορειοανατολική Ιταλία. - <https://www.fierapordenone.it/eventi/cucinare-2024/>

Συμμετέχοντας σε αυτές τις εκδηλώσεις, οι ελληνικές επιχειρήσεις μπορούν να αξιοποιήσουν την ευκαιρία να παρουσιάσουν τα προϊόντα τους, να συναντήσουν δυνητικούς συνεργάτες και να διερευνήσουν νέες αγορές στην Ιταλία.

Εν κατακλείδι, η αγορά κατεψυγμένων προϊόντων στην Ιταλία προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης για τις ελληνικές επιχειρήσεις, ειδικά λόγω της σταθερής ζήτησης και της αυξανόμενης προτίμησης για ποιοτικά και βιολογικά προϊόντα. Ωστόσο, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις του ανταγωνισμού, της οικονομικής αβεβαιότητας, και των μεταβαλλόμενων καταναλωτικών προτύπων, ενώ θα πρέπει να εξασφαλίσουν τη συμμόρφωση με τους κανονισμούς. Με σωστή στρατηγική και προσαρμοστικότητα, οι ελληνικές επιχειρήσεις μπορούν να επωφεληθούν από τις ευκαιρίες της ιταλικής αγοράς.

Το Γραφείο ΟΕΥ-Μιλάνου είναι στη διάθεση των ελληνικών επιχειρήσεων, οι οποίες ενδιαφέρονται για την εδώ αγορά και δύναται να παράσχει αδαπάνως περισσότερες πληροφορίες και κάθε δυνατή υποστήριξη στις εξαγωγικές προσπάθειες, καθώς και στις επιδιώξεις συνεργασίας τους με εδώ ιταλικές επιχειρήσεις και φορείς.



ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ Γραφείου ΟΕΥ - Μιλάνο:

| | |
|---------------------------------------|---|
| Διεύθυνση: | Via Maddalena 9, 20122 Milano  |
| Τηλέφωνα | Τηλ.: +3902 72095543 . 80504361 Email.: ecocom-milano@mfa.gr |
| Email / Website: | Website: https://agora.mfa.gr/ta-grafeia-oikonomikon-emporikon-upotheseon/grafeia-anaxora/office/842 |
| Διαφορά Ώρας Ωράριο: | / Διαφ.Ώρας: Χ: -1. Θ: -1 Ωράριο: Χ: 10:00 - 18:00. Θ: 10:00 - 18: 00 |



Η. ΠΗΓΕΣ

- IIAS - Istituto Italiano Alimenti Surgelati
- Unione Italiana Food
- Circana liquid data