



اطلاعات تجاری

از: مرکز تحقیقات و بررسیهای اقتصادی اتاق

بازار آب میوه، آب مرکبات و میوه‌های گرمسیری در ایتالیا

جدول ۱- تولید انواع آب و شهد ایتالیا، سالهای ۱۹۸۳-۸۸
(بر حسب هزار تن)

نوع محصول	۱۹۸۲	۸۲	۸۵	۸۶	۸۷	۱۹۸۸
شهد (کلابی، هلو، زردآلو)	۲۵۵	۱۹۵	۲۱۰	۲۳۰	۲۴۳	۲۸۰
آب مرکبات	۲۰۰	۲۰۰	۱۰۸	۲۴۰	۲۸۰	۳۰۰
آب سیب	۱۴۶	۲۱۰	۲۲۲	۲۰۰	۲۲۵	۲۴۰
آب انگور	۵۹	۴۶	۶۰	۶۰	۶۲	۶۵
جمع	۶۱۰	۶۵۱	۶۷۲	۷۵۰	۸۱۰	۸۸۵

عرضه و تقاضا تولید داخلی

ایتالیا یکی از تولیدکنندگان عمده میوه‌های منطقه معتدل و تولیدکننده بزرگ آب و شهد آن میوه هاست.

در سال ۱۹۸۷ در ایتالیا ۸۸۵ هزار تن آب و شهد میوه تولید شد که به این منظور حدود ۱/۶ میلیون تن میوه به کار رفت. آمار تولید آب میوه و شهد از محصول تازه داخلی و آب میوه‌های وارداتی در جدول شماره ۱ آمده است:

اگرچه تولید داخلی آب میوه زیاد است و در

سالهای اخیر افزایش در خور توجهی داشته است اما بیشتر آن یا به صورت فله صادراتی برای تولید نوشیدنیها و فراورده های دیگر، درخود

ایتالیا به کار می رود. لذا فقط اندکی از آن به صورت آب میوه و شهد به مصرف می رسد. حدود ۳۰ شرکت تولیدکننده مهم آب میوه در



ایتالیا وجود دارد. علاوه بر این تعداد زیادی تولیدکننده کوچک به کار مشغولند که نیاز بازار داخلی را تامین می کنند. تولید کنندگانی که از میوه داخلی استفاده می کنند بیشتر در نواحی پرمیوه ا میلیارومانییا، ترنتینو آلتو، ونه تووگا میانییا فعالیت دارند. بیش از دوسوم تولید فقط به

ناحیه میلیارومانییا اختصاص دارد.

واردات، صادرات و مصرف واردات

سال ۱۹۸۵-۸۹ واردات آب میوه از لحاظ وزن بیش از سه برابر و از لحاظ ارزش بیش از دو برابر شده است.

صادرات

ایتالیا مقدار درخور توجهی مازاد آب میوه دارد.

چنانکه جدول شماره ۲ نشان می دهد طرف پنج

جدول ۲- واردات آب میوه و آب سبزیجات به ایتالیا در سالهای ۱۹۸۵-۸۹ (وزن بر حسب تن) (ارزش بر حسب میلیون لیر)

نوع محصول	۱۹۸۵		۸۶		۸۷		۸۸		۱۹۸۹	
	وزن	ارزش % ارزش	وزن	ارزش	وزن	ارزش	وزن	ارزش	وزن	ارزش % ارزش
الف - با وزن مخصوص بیش از ۱/۲۳ درجه ۲۰ درجه حرارت	۱۱۵۰	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳
شامل:										
آب انگور	۲۷	۲۳	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲
آب سیب	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
آب گلابی	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
آب سیب و گلابی	۷۶۶	۱/۱۲۷	۱/۸	۱/۱۲۷	۱/۸	۱/۱۲۷	۱/۸	۱/۱۲۷	۱/۸	۱/۱۲۷
آب پرتقال	۲۸	۱۱۹	۱۲۷	۱۲۷	۱۲۷	۱۲۷	۱۲۷	۱۲۷	۱۲۷	۱۲۷
آب گریپ فروت	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
آب سایر مرکبات	۳۰	۱۱۳	۰/۲	۱۱۳	۱۱۸	۵۱	۱۱۸	۵۱	۱۱۸	۵۱
آب آناناس	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
آب میوه و آب سبزیجات دیگر	۲۹۹	۶۳۱	۱۵۷	۷۱۱	۲۵۴	۱۰۷۰	۲۱۴	۷۰۹	۲۴۸۲	۱/۹
مخلوط آب میوه های دیگر	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ب- با وزن مخصوص مساوی یا کمتر از ۱/۲۳ در ۲۰ درجه حرارت	۳۰۳۷۹	۱۴	۲۶	۲۶	۲۶	۲۶	۲۶	۲۶	۲۶	۲۶
شامل:										
آب انگور	۲۱۲	۲۱۷	۰/۴	۲۱۷	۲۱۷	۲۱۷	۲۱۷	۲۱۷	۲۱۷	۲۱۷
آب سیب	۳۰۴	۱۷۵	۳۷۹	۴۱۷	۳۱۹	۳۸۹	۴۲۷	۴۲۷	۴۲۷	۴۲۷
آب گلابی	۱	۱	۰/۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
آب سیب یا آب گلابی	۲۵۱۶	۲۹۱۸	۴/۷	۲۹۱۸	۲۱۰۲	۲۱۰۲	۲۱۰۲	۲۱۰۲	۲۱۰۲	۲۱۰۲
مخلوط آب سیب و آب گلابی	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
آب پرتقال	۸۲۵۲	۱۹۵۹۸	۳۱/۹	۱۹۵۹۸	۱۲۰۹۲	۱۲۰۹۲	۱۲۰۹۲	۱۲۰۹۲	۱۲۰۹۲	۱۲۰۹۲
آب گریپ فروت	۸۷۹۶	۱۳۵۰۶	۲۲	۱۳۵۰۶	۱۳۶۲۳	۱۳۶۲۳	۱۳۶۲۳	۱۳۶۲۳	۱۳۶۲۳	۱۳۶۲۳
آب لیمونش	۴۷	۱۳۹	۰/۲	۱۳۹	۴۳	۴۳	۴۳	۴۳	۴۳	۴۳
آب سایر مرکبات	۵۲۵	۱۳۶۸	۲/۲	۱۳۶۸	۱۹۲۰	۱۹۲۰	۱۹۲۰	۱۹۲۰	۱۹۲۰	۱۹۲۰
آب آناناس	۴۷۳۲	۸۱۱۹	۱۳/۲	۸۱۱۹	۹۰۴۲	۹۰۴۲	۹۰۴۲	۹۰۴۲	۹۰۴۲	۹۰۴۲
آب گوجه فرنگی	۱۳۸	۱۷۶	۰/۳	۱۷۶	۱۵۱	۱۵۱	۱۵۱	۱۵۱	۱۵۱	۱۵۱
آب میوه و آب سبزیجات دیگر	۲۱۷۸	۵۱۶۶	۸/۴	۵۱۶۶	۵۹۷۰	۵۹۷۰	۵۹۷۰	۵۹۷۰	۵۹۷۰	۵۹۷۰
مخلوط آب مرکبات و آب آناناس	۳۳۴	۶۰۷	۱/۰	۶۰۷	۲۱۴	۲۱۴	۲۱۴	۲۱۴	۲۱۴	۲۱۴
مخلوط آب میوه های دیگر	۲۳۲۴	۷۲۲۴	۲۳/۲	۷۲۲۴	۶۱۹۷	۶۱۹۷	۶۱۹۷	۶۱۹۷	۶۱۹۷	۶۱۹۷
جمع الف و ب	۳۱۵۲۹	۴۱/۴۲۷	۱۰۰/۰	۴۱/۴۲۷	۴۵/۱۳۷	۴۵/۱۳۷	۴۵/۱۳۷	۴۵/۱۳۷	۴۵/۱۳۷	۴۵/۱۳۷
جمع بر حسب هزار دلار	۳۲۱۷۶		۴۳۲۹۲		۴۷۳۲۳		۴۷۳۲۳		۴۷۳۲۳	



دست به خرید بزنند .

ویژگیهای بازار

مصرف کنندگان صنعتی

صنعت نوشابه سازی بزرگترین مصرف کنند مآب میوه رقیق و غلیظ و گوشت میوه‌ای است که به ایتالیا وارد می شود . صنایع غذایی نیز مقداری از این واردات را مصرف می کنند اما در صد دقیق مصرف آنها معلوم نیست . هر چند مصرف آب میوه های جدید از جمله آب میوه های گرمسیری در صنعت نوشابه سازی و صنعت لبنیات اخیراً " افزایش یافته است ولی مقدار این افزایش زیاد نیست .

سلیقه مصرف کنندگان

چون ایتالیا یکی از بزرگترین تولید کنندگان میوه های منطقه معتدله در اروپاست قسمت عمده بازار آن به شهید میوه ها اختصاص داشته است . با این حال از ابتدای دهه ۹۰ و ورود آب میوه خالص در بسته های مخصوصی بنام تتراپاکس و آگاهی مردم از خواص بهداشتی آب میوه های خالص ، بازار به سمت آب میوه خالص گرایش پیدا کرده است .

سهم شهید آب میوه بر حسب درصد در بازار ایتالیا به شرح زیر است :

شرح	۱۹۸۱	۱۹۸۲	۱۹۸۸	۱۹۹۰
انواع شهید	۸۴	۷۸	۷۴	۷۰
آب میوه ها	۱۶	۲۲	۲۶	۳۰

کاهش تعداد کودکان هر خانوار نیز به این روند کمک کرده است زیرا کودکان بیشترین مصرف کننده شهید هستند .

کارشناسان معتقدند که در پایان قرن ، سهم آب میوه در بازار ایتالیا به دوسوم یا ۶۶ درصد خواهد رسید .

در بین شهیدها ، شهید گلابی بیش از همه طرفدار دارد و مشتریان آن بیشتر در جنوب ایتالیا هستند . شهید زرد آلود در مقام دوم است که بیشتر در شمال مصرف می شود . مقام سوم و چهارم به ترتیب از آن

واردات بر حسب نوع فرآورده و کشور مبدأ

بازار ایتالیا برای آب میوه های مختلف بین سالهای ۱۹۸۵ و ۱۹۸۹ پیوسته توسعه یافت . در

به طوری که جدول شماره ۳ نشان می دهد صادرات سالانه این کالا ظرف پنج سال مورد بررسی نوسان زیاد داشته است که نمایانگر تغییرات در مقدار برداشت محصول میوه و تغییرات در تقاضای بین المللی است .

جدول ۳ - صادرات انواع آب میوه ایتالیا در سالهای ۱۹۸۵ - ۸۹ (بر حسب هزار تن)

نوع محصول	۱۹۸۵	۸۶	۸۷	۸۸	۱۹۸۹
آب انگور	۹۲/۶	۵۹/۲	۶۵/۱	۶۴/۶	۶۷/۸
آب سیب و گلابی	۴۳/۶	۲۹/۶	۵۵	۷۵/۱	۴۹/۱
آب مرکبات	۵۳	۴۰	۴۹/۲	۳۵/۳	۴۶/۸
آب میوه های دیگر	۲۹/۶	۲۷/۴	۲۱/۵	۲۴/۵	۲۲/۴
جمع	۲۱۹/۱	۱۷۶/۲	۱۹۱	۱۹۹/۸	۱۸۶/۱

سال ۸۹ اندکی تنزل کرد اما در سال ۱۹۹۰ واردات مجدداً " بالا رفت . نکته مهم این است که ایتالیا مقدار کمی از واردات این کالا را مستقیماً " از کشورهای تولید کننده می خرد . فقط آب گریپ فروت (عمدتاً " از اسرائیل) و مقدار محدودی آب آناناس را از کشورهای در حال توسعه ای چون کنیا ، تایلند و فیلیپین وارد می کند .

واردات آب آناناس به طرز چشمگیری افزایش یافته است ، چنانکه از ۷۳۲ تن در سال ۸۵ ، به ۲۳۵ تن در سال ۸۸ رسیده یعنی بیش از ۲/۵ برابر شده است در سال ۸۸ ایتالیا چهارمین بازار بزرگ آب آناناس جهان بود . بازم امکان رشد بازار این فرآورده در ایتالیا وجود دارد مشروط بر اینکه کیفیت محصول عرضه شده بالا باشد .

هلند و آلمان و بلژیک همچنان بزرگترین صادر کنندگان آب میوه به ایتالیا شمرده می شوند زیرا بسته بندی کنندگان ایتالیایی در حال حاضر به علت پایین بودن نسبی مقدار خرید ، ترجیح می دهند به جای خرید مستقیم ، محصول را از واسطه های فعال در خود جامعه اقتصادی بخرند . لیکن چون بازار روبه گسترش است و نتیجتاً " بر واردات افزوده می شود برخی از وارد کنندگان بزرگ در نظر دارند مستقیماً " از کشور تولید کننده

حدود ۸ درصد این صادرات (از حیث ارزش) به کشورهای دیگر جامعه اقتصادی اروپا فرستاده می شود . آلمان بزرگترین بازار آب میوه ایتالیا است (در سال ۱۹۸۹ آلمان غربی سابق ۵۵ درصد کل صادرات آب میوه ایتالیا را خرید) ، بویژه آب سیب (بیش از ۹۰۰۰ تن در سال ۸۹) و آب انگور (۳۲۰۰ تن در همان سال) . فرانسه دومین بازار (۲۶۰۰ تن یا ۱۴ درصد) و انگلستان سومین بازار (۱۳۰۰ تن یا ۷ درصد) ایتالیا شمرده می شد .

مصرف

مصرف آب و شهید میوه در ایتالیا با سرعت بالا رفته ، به طوری که از ۱۹۵ میلیون لیتر در سال ۱۹۸۴ به ۳۵۰ میلیون لیتر در سال ۱۹۸۵ رسید . با اینکامین افزایش چشمگیر است اما مصرف سرانه در سال ۱۹۹۰ ۱/۶ لیتر بالاتر که در واقع یک ششم مصرف سرانه آلمان بود بالاتر رفت . علت پایین بودن مصرف سرانه آب میوه در ایتالیا ظاهراً " فراوان بودن و ارزان بودن میوه تازه است ، با این حال طبق برآورد کارشناسان ، مصرف آب میوه هر سال حدود ۱۰ درصد افزایش می باید . به هر حال بازار ایتالیا با داشتن جمعیتی متجاوز از ۵۷ میلیون نفر در آینده باز هم توسعه خواهد یافت .



هلووسیب است. در سالهای اخیر، تولیدکنندگان شهد از میوه‌های جدیدی مانند آناناس، گریپ فروت و میوه‌های گرمسیری استفاده می‌کنند. سهم این گونه شهد در بازار افزایش یافته و از ۷ درصد در اوایل دهه ۱۹۸۰، به ۱۷ درصد در اوایل ۱۹۹۰ رسیده است. بنابراین افزایش تولیدکنندگان معروف، ۱۰ درصد تولید شهد به میوه‌های گرمسیری و ۷ درصد به گریپ فروت اختصاص دارد.

از میان آب میوه‌های خالص، آب پرتقال، آب آناناس و آب گریپ فروت بیش از همه در اینتالیبا مشتری دارد. اما در اوایل سالهای ۱۹۸۰ شریقه‌های محتوی میوه‌های گرمسیری رواج یافته بود. آب پرتقال معمولاً از فروشندگان دست دوم هلند وارد می‌شود زیرا به نظر توزیع کنندگان اینتالیبا آب پرتقال خالص داخلی کیفیت مطلوب را ندارد. فقط یکی از توزیع کنندگان بنایرگی آب پرتقال داخلی یعنی آب خالص پرتقال خونی سیسیل را به میزانی محدود به بازار عرضه کرده است.

چنانکه قبلاً گفتیم در سال ۱۹۸۰ اینتالیبا چهارمین بازار بزرگ آب آناناس در جهان بود. آب آناناس ممکن است ساده یا به صورت مخلوط با آب میوه‌های دیگر مصرف شود.

مصرف آب گریپ فروت خالص رویه کاهش است و بخش عمده‌ای واردات آن به صورت مخلوط آب میوه‌های مختلف به مصرف می‌رسد. بازار آب میوه‌های گرمسیری در ده ساله گذشته رشد نسبتاً سریعی داشت (رجوع شود به "مخلوط آب میوه‌های دیگر" در جدول شماره ۳) اما در اوایل دهه ۱۹۹۰ علاقه مصرف کنندگان به این فراورده، کاهش پیدا کرده طبق اظهار کارشناسان واردات آب میوه‌های گرمسیری تابع رشد بازار کلی آب میوه‌ها در اینتالیبا یعنی حداکثر ۱۰ درصد در سال است. همه توزیع کنندگان عمده این کشور یک یا دو مخلوط آب میوه‌های گرمسیری شامل آب آناناس، انبه، پایاییه و موز در ردیف فراورده‌های خود دارند. مثلاً "یکی از آنها مخلوط آب‌های آناناس، انبه، گریپ فروت و دیگری مخلوط آب‌های آناناس، لیمو/لیموترش را عرضه می‌کند. قسمت

اعظم افزایش مصرف آب میوه‌های گرمسیری مربوط به افزایش تقاضا برای آب آناناس است. آب میوه‌های دیگر از انواع توت، انگور و سیب به دست می‌آید ولی مقدار این گونه آب میوه‌ها بسیار اندک است.

بسته بندی

در اوایل دهه ۱۹۸۰ توزیع آب میوه توسط یکی از شرکت‌های معروف لبنیات دریایی‌های مخصوص به نام تتراپاکس به افزایش مصرف آب میوه در میان اینتالیبا کمک کرد. حدود ۸۴ درصد کل مصرف از فروشگاه‌ها تا همین می‌شود ۱۶ درصد بقیه از طریق کافه‌ها و رستوران‌ها به فروش می‌رسد.

در سال ۱۹۸۸ بیش از ۶ درصد فروش مغازه‌ها به طرف‌های پلاستیکی نزدیک ۴۰ درصد به شیشه‌ها اختصاص داشت. در رستوران‌ها و هتل‌ها ۲۵ درصد در طرف‌های پلاستیکی، ۵۵ درصد در شیشه و ۲۰ درصد در قوطی توزیع می‌شد.

توزیع کنندگان اینتالیبا با اندازه مختلف برای بسته بندی استفاده می‌کنند که معمولترین آنها چنین است:

نوع بسته بندی و حجم آن (درصد)	شیشه ۱۲۵ میلیمتری	پلاستیک ۲۰۰ میلیمتری	پلاستیک یک لیتری	شیشه ۷۰۰ میلیمتری	قوطی و غیره
	۲۲	۲۷	۲۱	۱۵	۵

شیشه‌های کوچک بیش از همه مصرف دارد و این نمایانگر مصرف یک واحد معمول، در رستوران‌ها و سایر اماکن خارج از منزل است. اما چون ۵۰ درصد آب میوه را جوانان زیر ۱۸ سال مصرف می‌کنند و این افراد بسته‌های مکعب مستطیل شکلی ۲۰۰ میلیمتری را بیشتر می‌پسندند، و چون مصرف خانگی روزافزون است لذا به نظر می‌رسد که در آینده آب میوه در بسته‌های پلاستیکی توزیع شود. در مورد شهد هنوز بیشتر مصرف به صورت شیشه است.

تبلیغ فروش

هزینه آگهی کردن آب میوه و فراورده‌های آن بین سالهای ۱۹۸۶ و ۱۹۸۸ از ۳۴۱ میلیون دلار (۲۲/۸ میلیون دلار) به ۶۸۱ میلیون دلار رسید، یعنی دو برابر شد. این آمار صرفاً "مربوط به تبلیغ در رسانه‌های گروهی کشور است که تعداد کمی از تولیدکنندگان از آنها استفاده می‌کنند زیرا غالباً نمی‌توانند محصولاتشان را در تمام کشور توزیع کنند. شرکت سانتاروزا در سال ۱۹۸۸ با صرف ۱/۸ میلیون دلار بزرگترین تبلیغ کننده بود. شرکت کنفروت با ۱/۱ میلیون دلار هزینه آگهی جایگاه دوم و شرکت تسونگ با ۹/۹ میلیون دلار، جایگاه سوم را داشتند. شرکت ماسالومباردا با صرف ۵/۶ میلیون دلار چهارمین آگهی کننده بزرگ آن در سال بود.

حدود ۸ درصد این هزینه به تلویزیون‌های خصوصی و ۱۱ درصد آن به شبکه‌های دولتی پرداخته می‌شود.

از سال ۸۸ به این طرف، با پشتیبانی تولید کنندگان عمده آب میوه تبلیغات وسیعی از سوی "اتحادیه تولیدکنندگان غذایی اینتالیبا" انجام می‌شود که هدف آن تشویق مردم به مصرف این کالا و آشنا ساختن آنان با خواص طبیعی، در دسترس بودن و ارزش غذایی آن است.

نیازهای وارد کنندگان

- واردات آب میوه به صورت بسته بندی شده خرده فروشی اندک است. از این رو بعید است که صادر کنندگان کشورهای در حال توسعه برای این گونه فراورده‌ها، در اینتالیبا خرید آری پیدا کنند.

همان گونه که قبلاً گفته شد بخش اعظم واردات آب میوه به صورت فله (رقیق، غلیظ، گوشت میوه) از کشورهای دیگر جامعه اروپا حاصل می‌شود، لذا نیازهای تولید و کیفیت این واردات همان است که برای بازارهای دیگر جامعه برشمریم.

کانالهای توزیع

از آنجا که بازار آب میوه اینتالیبا نسبتاً کوچک



Telex: 550467
Fax: (546) 621548
(Brands Include Sunland - a fruit juice drink, and Manglabovi.)

Conserva Italia
Via Poggi 11
40068 San Lazzaro di Savena (BO)
Tel: (51) 6228311
Telex: 522490
Fax: (51) 6228312
(Brands Include Valfrutta, Derby and Mon Jardin.)

C&V Zuegg
Via Dolzano 2 Guznerstrasse
39011 Larna (BZ)
Tel: (473) 57111
Telex: 400318
Fax: (473) 53876
(Brands Include Zuegg and Skipper.)

Masse Lombarda Colombani SpA
Via I Maggio 1
48024 Massa Lombarda (RA)
Tel: (545) 83456
Telex: 226097
Fax: (545) 84174
(Yoga is one of the company's brands.)

Parment
Via Orate Grassi 26
43044 Collechio (PR)
Tel: (521) 8081
Telex: 530205 PARLAT I
Fax: (521) 808505
(Santal is one of the company's brands.)

اتحادیه تولیدکنندگان اغذیه ایتالیا

AIIPA (Associazione Italiana Industriali Prodotti Alimentari)
Corso di Porta Nuova 34
20121 Milan
Tel: (2) 796645
Telex: 330881
Fax: (2) 783774

ICE (Istituto Nazionale per il Commercio Estero)
Via Liszt 21
00144 Rome-EUR
Tel: (6) 59921
Telex: 610160/61646B/616489
Fax: (6) 5992690/59926899

کنسرو ایتالیا

تسوگ

ماسالومباردا

پارمالات

بزرگ نوشابه های آب میوه ای است که بیشتر به صورت شهد (گلایی، هلو، زردآلو) در شیشه بسته بندی شده و در کافه ها و رستورانها مصرف می شود. ظهور بسته بندی به صورت تتراباکس تاثیر بسزایی در گسترش بازار آب میوه خالص داشته است. در اواسط سال ۱۹۸۸، شیشه به عنوان وسیله اصلی بسته بندی آب میوه جای خود را به پلاستیک داد. ضمناً "سلیقه مصرف کنندگان از شهد به آب میوه خالص گرایش یافت. به طوری که در سال ۸۸ حدود ۷۴ درصد کل مصرف بهشده اختصاص داشت لیکن در سال ۹۰ این نسبت به ۷ درصد هم نمی رسید. آگاهان این رشته معتقدند که در پایان قرن، دوسوم کل مصرف آب میوه خالص تشکیل خواهد داد.

در سالهای ۱۹۸۰ آب میوه های گرمسیری با رواج سریع و رشد درخور توجه وارد این بازار شد. اما در اوایل دهساله ۱۹۹۰ علاقه مصرف کنندگان به این فراورده ها روبه کاهش گذاشت. انتظار می رود واردات آب میوه های گرمسیری نیز به همان نسبت کلی بازار آب میوه، یعنی سالی حداکثر ۱ درصد افزایش یابد. اما آب آناناس استثناست. طبق نظر کارشناسان، رشد بازار این فراورده از ۱ درصد خیلی بالاتر خواهد بود مشروط بر اینکه آب آناناس با کیفیت مرغوب عرضه شود.

آدرس چند شرکت منتخب

D & C SpA
Via Nannetti 1
40069 Zola Predosa (BO)
Tel: (51) 758844/758855
Telex: 510534 DIECI I
Fax: (51) 6570170

Natex International Trade
Via Macchi 72
20124 Milan
Tel: (2) 670.9295/669.1632
Telex: 310 124
Fax: (2) 6703500

Confruit
Via Emilia Ponente 4
48018 Faenza (RA)
Tel: (546) 660600

است شمار وارد کنندگان و کارگزاران این رشته معدود است. بیشتر وارد کنندگان در واقع تولید کنندگان داخلی هستند که کمبود تولید خود را با آب میوه وارداتی جبران می کنند. ایسن وارد کنندگان به دلایل حساب شده، آب میوه مورد نیاز خود را از وارد کنندگان دیگر جامعه اروپا و عمدتاً از آلمان و هلند و بلژیک می خرند.

دستاندر کاران اصلی صنعت آب میوه ایتالیا سه شرکت تهیه محصولات میوه (تسوگ، ماسا - لومباردا، کنسرو ایتالیا) و بزرگترین شرکت لبنیات ایتالیا موسوم به پارمالات هستند.

بزرگترین تهیه کنندگان آب میوه خالص در ایتالیا تسوگ، پارمالات، کنفروت، ماسالومباردا معروفترین تهیه کنندگان شهد تسوگ، ماسالومباردا، کنسرو ایتالیا و کنفروت هستند. مهمترین وارد کنندگان / کارگزاران آب میوه عبارتند از: ناتکس و دی ندچی. نام و نشانی مهمترین شرکتهای این رشته در پایان این فصل ذکر شده است.

دسترسی به بازار

ایتالیای تابع تعرفه عمومی جامعه اروپا در مورد آب میوه است.

چشم انداز آینده

مصرف انواع آب میوه از ۱۸۲ میلیون لیتر در سال ۱۹۸۳ با سرعت بالا رفته و در سال ۱۹۹۱ به حدود ۳۹۰ میلیون لیتر برآورد شده است که افزایش سالانه ای برابر ۱ درصد نشان می دهد. انتظار می رود این میزان رشد طی چند سال آینده حفظ شود. برآورد می شود که مصرف سرانه آب میوه در ایتالیا تا پایان سال ۹۳ به ۸ لیتر و کل مصرف به حدود ۴۶۵ میلیون لیتر برسد. هرچند این افزایش چشمگیر است اما مصرف این محصول در ایتالیا خیلی کمتر از بازارهای معروف جامعه اروپاست و نشان می دهد که بازار ایتالیا استعداد رشد چشمگیری دارد.

ایتالیای دیرزمانی است که از تولید کنندگان

ناتکس

کنفروت