

INTERSCAMBIO COMMERCIALE DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI

Aggiornamento I Trimestre 2010

Interscambio commerciale della Romania – Totale

Secondo i dati pubblicati dall'Istituto Nazionale di Statistica, il valore complessivo delle esportazioni FOB della Romania realizzate nel primo trimestre del 2010 è stato di 7.928,2 milioni di euro, mentre quello delle importazioni CIF è stato di 9.890,9 milioni di euro. Rispetto al corrispondente periodo del 2009 le esportazioni sono aumentate del 20,1%, mentre le importazioni del 12,1%.

L'Italia è il secondo partner commerciale della Romania dopo la Germania con il 14,3% del totale esportazioni e l'11,7% del totale importazioni. Il valore complessivo delle esportazioni della Romania verso l'Italia nel primo trimestre del 2010 è stato di 1.134 milioni di euro, in aumento del 2,8% rispetto allo stesso periodo del 2009. Le importazioni dall'Italia hanno registrato un valore totale di 1.157,4 milioni di euro, con un incremento del 10,3% rispetto al primo trimestre del 2009.

Interscambio Agroalimentare

Per quello che riguarda il settore agro alimentare la bilancia commerciale della Romania è nettamente negativa.

	2005	2006	2007	2008	2009	1.1-31.III. 2009	1.1-31.III. 2010
Export	673,4	854,0	1.116,8	2.152,1	2.234,2	482,6	466,9
Import	2.021,9	2.424,7	3.326,9	4.293,6	3.810,3	938,9	908,0
Saldo	- 1.348,5	-1.570,7	- 2.210,1	- 2.141,5	-1.576,1	-456,3	-441,1

Elaborazione ICE su dati INS, valori in mil. di Euro

Esportazioni

Le esportazioni romene di prodotti agroalimentari nel primo trimestre del 2010 sono state pari a 466,9 milioni di Euro, con una diminuzione del 3,3% rispetto al primo trimestre del 2009.

Le esportazioni verso l'Italia hanno registrato 112,9 milioni di euro, in aumento del 21,6% rispetto allo stesso periodo del 2009. I principali prodotti agroalimentari esportati in Italia nel primo trimestre del 2010 sono stati: il tabacco (per un valore di 65,7 milioni di euro), i cereali (11,3 milioni di euro) - in particolare riso, gli animali vivi (8,8 milioni di euro).

Altri mercati di sbocco dell'export di prodotti agricoli e alimentari romeni sono Bulgaria, Germania e Grecia.

Importazioni

Le importazioni totali di prodotti agroalimentari hanno raggiunto nel primo trimestre del 2010 un valore di 908 milioni di Euro, registrando una diminuzione del 3,2% rispetto allo stesso periodo del anno precedente.

Nel primo trimestre dell'anno 2010, l'Italia è risultata essere il sesto Paese fornitore di prodotti agricoli ed alimentari della Romania, con un valore di prodotti esportati di 59,9 milioni di euro, una quota di mercato pari al 6,4% ed un aumento rispetto al valore registrato nello stesso periodo dell'anno precedente del 16,3%.

Nella tabella seguente sono indicati i principali Paesi fornitori di prodotti agro-alimentari:

	Valore Import I trim 2009	Valore Import I trim 2010	Var. I trim. 2010/ I trim 2009
Ungheria	161,8	157,9	-2,4
Germania	121,0	117,3	-3,1
Olanda	82,6	72,9	-11,7
Bulgaria	72,9	63,3	-13,2
Polonia	59,2	60,8	+2,7
Italia	51,5	59,9	+16,3
Turchia	20,1	36,2	+80,1
Austria	30,3	30,1	-0,7
Brasile	30,9	20,3	-34,3

Elaborazione ICE su dati INS, Valori in mil. di Euro

I principali prodotti importati dall'Ungheria sono i cereali ed i prodotti dell'industria molitoria, prodotti carnei, oli e grassi, zucchero e dolci. Per quanto riguarda la Germania, quasi un terzo dell'import è costituito da prodotti carnei ai quali si aggiungono le voci latte e "prodotti lattari", "caffè-tè", "preparati a base di cereali e prodotti di pasticceria". L'Olanda esporta principalmente prodotti carnei, piante e fiori, ortofruttili freschi e preparati.

I principali prodotti agro-alimentari importati dall'Italia nel primo trimestre del 2010

Prodotti	I Trim 2009	I Trim 2010	Var. % I trim 2010/ I Trim 2009
PRODOTTI AGRICOLI E ALIMENTARI, Totale di cui	51,5	59,9	+16,3
Ortaggi o legumi, piante, radici e tuberi mangerecci	5,1	5,3	+3,9
Carni e frattaglie commestibili	6,2	5,1	-17,7
Preparazioni a base di cereali, di farine, prodotti della pasticceria	4,2	4,2	0
Preparazioni alimentari diverse	3,1	4,0	+29,0
Frutti commestibili	4,2	3,9	-7,1
Pesci e crostacei, molluschi, ecc	3,8	3,0	-21,0
Caffè, tè, mate e spezie	2,9	3,0	+3,4
Semi e frutti oleosi; semi, sementi e frutti diversi; piante industriali o medicinali	2,1	2,9	38,1
Piante vive e prodotti della floricultura	4,6	2,6	-43,5
Grassi e oli animali o vegetali	1,9	2,5	+31,6
Preparazioni di ortaggi o di legumi, di frutta o di altre parti di piante	1,9	2,3	+21,1
Bevande, liquidi alcolici ed aceti	2,1	2,3	+9,5
Cereali	1,2	2,2	+83,3
Latte e derivati del latte; uova di volatile; miele naturale	1,9	1,7	-10,5
Altri prodotti di origine animale	1,5	1,6	-6,6
Animali vivi	1,0	1,2	+20,0
Cacao e sue preparazioni	0,9	1,2	+33,3
Preparazioni di carni e pesci	0,9	0,8	-11,1
Zuccheri e prodotti a base di zuccheri	0,2	0,4	+100
Tabacchi e succedanei del tabacco lavorati	-	0,3	+100

Elaborazione ICE su dati INS – Valori in milioni di euro

I principali prodotti italiani importati in Romania sono tradizionalmente quelli di più largo consumo, come le carni ed i prodotti ortofrutticoli, ai quali ultimamente, ed in particolare dopo l'entrata del Paese nell'Unione Europea, si sono aggiunti altri importanti prodotti a più alto valore aggiunto come i prodotti dolciari, il caffè, l'olio, i prodotti ittici, i succhi concentrati di agrumi, il riso ed i vini.

Il *Made in Italy* gode di un'immagine di altissima qualità, ma i prezzi dei prodotti italiani sono ancora elevati per il reddito del consumatore medio romeno; nicchie di mercato sono rappresentate dai ristoranti italiani (in costante aumento), dalla comunità italiana (in tutto il Paese esistono oltre 28.000 aziende italiane registrate) e da una fascia di acquirenti locali con maggiore potere di acquisto (calcolabile intorno all'8-10%, su una popolazione totale di 21,5 milioni di abitanti), concentrata nei maggiori centri urbani.

Le specificità del mercato, caratterizzato da una distribuzione dominata della GDO, e il posizionamento dei prodotti agroalimentari italiani in Romania, collocati in un livello di gamma medio-alta, determinano le modalità di approccio al mercato degli operatori italiani. I prodotti di largo consumo sono più adatti alla GDO, mentre i prodotti italiani più tipici trovano un discreto spazio soprattutto nei ristoranti con cucina italiana. I negozi di alta gastronomia sono quasi inesistenti, vista la scarsa capacità di assorbimento del mercato romeno, che non ha ancora maturato una sufficiente cultura alimentare per tali tipi di prodotti.