

# Analisi di mercato del settore agroalimentare in Croazia

realizzata da

Superna d.o.o.

per



febbraio 2018

## Introduzione

L'analisi di mercato sull'industria agroalimentare della Croazia è destinata principalmente agli imprenditori italiani che intendono posizionarsi sul mercato croato. Oltre ad un quadro macroeconomico, questo studio intende presentare anche le dimensioni del mercato in alcuni settori della produzione agroalimentare, la dipendenza dalle importazioni, la possibilità di conquistare quote di mercato nonché le informazioni relative alle condizioni per lo svolgimento di un'attività.

La situazione economica in Croazia denota un qualche miglioramento nelle esportazioni in tutti i settori e si registra anche una crescita delle importazioni. L'ottimismo dei consumatori si manifesta attraverso l'aumento dei consumi nel commercio al dettaglio, ma è pur sempre il prezzo dei prodotti il fattore rilevante per la vendita della maggior parte dei prodotti alimentari. Sono un'eccezione i brand di successo che vengono di norma venduti a prezzi più alti rispetto a quelli nei paesi di origine<sup>1</sup>, e ciò vale anche per i prodotti italiani.

La situazione sul mercato agroalimentare è estremamente incerta a seguito dell'apertura della procedura di amministrazione straordinaria nel gruppo Agrokor. Sono numerose le aziende del settore agroalimentare che hanno rapporti d'affari con il gruppo e le imprese più piccole sono le più vulnerabili, sebbene non siano i maggiori creditori. Secondo un calcolo effettuato da Kontera<sup>2</sup>, sulla base degli ultimi dati disponibili del 2016 dell'Agenzia finanziaria (FINA) e della Camera dell'Economia della Croazia (HGK), è stato riprodotto l'attuale indice di liquidità corrente, ossia "l'indice di vulnerabilità" dei fornitori del gruppo da cui è deducibile che le piccole aziende si trovano in una posizione molto svantaggiata in termini di capacità di far fronte agli obblighi correnti con una svalutazione del 50% dei crediti. Si presume che il prossimo anno ci possano essere ulteriori ristrutturazioni nelle aziende dell'industria alimentare croata, situazione che aprirà ulteriori opportunità alle aziende italiane per entrare nel mercato croato.

## Principali indicatori macroeconomici

La Banca nazionale della Croazia predispose su base annua la panoramica di tutti i principali indicatori macroeconomici<sup>3</sup> che rispecchiano le tendenze generali sul mercato. La lieve crescita che l'economia croata ha registrato negli ultimi due anni si basa in gran parte sulla crescita dei consumi personali e del turismo. Una crescita stabile dipende da un'economia orientata all'export, in particolare per una piccola economia come quella della Croazia, con un basso numero di abitanti e un loro limitato potere d'acquisto. Nell'esaminare le potenzialità di ingresso delle aziende italiane nel mercato le predette limitazioni vanno prese in considerazione per valutare decisioni di business.

---

1

<sup>1</sup> Relazione della Commissione europea sulla comparazione della qualità e dei prezzi di prodotti, 2017

2

<sup>2</sup> Lider, 26 gennaio 2018

3

<sup>3</sup> Banca Nazionale della Croazia, principali indicatori macroeconomici, 21 luglio 201

Panoramica dei principali indicatori macroeconomici 2012 – 2016

	2012	2013	2014	2015	2016
Superficie (km <sup>2</sup> )	56.594	56.594	56.594	56.594	56.594
Numero abitanti (mil.) <sup>a</sup>	4,268	4,256	4,238	4,204	4,174
PIL (mil.kune, prezzi correnti) <sup>b</sup>	330.925	331.374	331.266	338.975	349.410
PIL (mil. EUR, prezzi correnti) <sup>b</sup>	44.022	43.754	43.416	44.546	46.406
PIL pro capite (EUR)	10.314	10.281	10.245	10.596	11.118
PIL - variazioni reali su base annua (%)	-2,2	-0,6	-0,1	2,3	3,2
Tasso medio annuo inflazione dei prezzi al consumo	3,4	2,2	-0,2	-0,5	-1,1
Partite correnti della bilancia dei pagamenti (mil. EUR) <sup>c</sup>	-51	415	858	2.019	1.172
Partite correnti della bilancia dei pagamenti (% sul PIL)	-0,1	0,9	2,0	4,5	2,5
Export merci e servizi (% sul PIL)	41,6	42,9	45,3	48,2	49,1
Import merci e servizi (% sul PIL)	41,2	42,5	43,4	45,9	46,2
Debito estero (mil. EUR, a fine periodo) <sup>c</sup>	45.297	45.803	46.416	45.384	41.668
Debito estero (% sul PIL)	102,9	104,7	106,9	101,9	89,8
Debito estero (% su export merci e servizi)	247,3	244,1	235,9	211,4	182,9
Debito estero versato (% su export merci e servizi) <sup>d</sup>	43,3	41,0	44,1	42,5	34,4
Riserve estere lorde (mil. EUR, a fine periodo)	11.236	12.908	12.688	13.707	13.514
Riserve estere lorde (andamento mensile import beni e servizi, a fine periodo)	7,4	8,3	8,1	8,0	7,6
Unità monetaria: Kuna croata (HRK)					
Cambio al 31 dicembre (HRK : 1 €)	7,5456	7,6376	7,6615	7,6350	7,5578
Cambio al 31 dicembre (HRK : 1 USD)	5,7268	5,5490	6,3021	6,9918	7,1685
Cambio medio (HRK: 1 EUR)	7,5173	7,5735	7,6300	7,6096	7,5294
Cambio medio (HRK : 1 USD)	5,8509	5,7059	5,7493	6,8623	6,8037
Accreditamento (+) / indebitamento (-) netto consolidato PA (mil. kune) <sup>e</sup>	-17.267	-	-17.033	-	-3.155
Accreditamento (+) / indebitamento (-) netto consolidato PA (% sul PIL) <sup>e</sup>	-5,2	-5,3	-5,1	-3,3	-0,9
Debito pubblico (% sul PIL) <sup>e</sup>	70,6	81,7	85,8	85,4	82,7
Tasso di disoccupazione (ILO), popolazione di età superiore a 15 anni) <sup>f</sup>	15,9	17,3	17,3	16,2	13,1
Tasso di occupazione (ILO), popolazione di età superiore a 15 anni) <sup>f</sup>	43,2	42,1	43,3	44,2	44,6

Secondo i dati della Camera dell'Economia della Croazia<sup>4</sup>, nel 2017 il valore totale dell'import di merci è aumentato dell'11,3%. La ripresa della domanda interna e delle esportazioni ha generato anche una considerevole crescita dell'import. Siccome il valore dell'import supera quello dell'export si è generato un incremento del deficit pari al 6,3% rispetto all'anno precedente, ovvero di 2,4 miliardi di kune. Per il 2018 si prevede il mantenimento di tali andamenti nelle esportazioni, ma anche una crescita del deficit commerciale rispetto all'anno scorso.

(000 EUR)	2015	2016	Indice 2016/2015	I – XI 2017
<b>Export</b>				
<b>Totale</b>	<b>11.527.852</b>	<b>12.316.569</b>	<b>106,8</b>	<b>12.810.243</b>
Alimenti ed animali vivi	1.215.289	1.377.204	113,3	1.280.302
Bevande e tabacco	176.357	194.065	110,0	232.890
Materie prime grezze (eccetto combustibili)	895.695	917.003	102,4	988.506
Combustibili minerali e lubrificanti	1.259.530	1.164.974	92,5	1.321.501

4 <sup>®</sup> Camera dell'Economia della Croazia, Analisi dell'interscambio nell'industria agroalimentare, 2018

Grassi ed oli animali/vegetali	27.552	49.816	180,8	55.220
Prodotti chimici	1.362.251	1.631.778	119,8	1.816.456
Manufatti classificati secondo la materia di origine	1.812.313	1.927.503	106,4	2.103.110
Macchine e mezzi di trasporto	2.783.084	2.897.128	104,1	2.965.676
Prodotti finiti diversi	1.860.773	2.084.223	112,0	1.990.598
Articoli e transazioni, non altrimenti classificati	93.790	45.798	48,8	30.880
Prodotti non classificati	41.218	27.077	65,7	25.103
<b>Import</b>				
<b>Totale</b>	<b>18.482.861</b>	<b>19.711.866</b>	<b>106,6</b>	<b>20.104.235</b>
Alimenti ed animali vivi	2.111.481	2.195.078	104,0	2.227.069
Bevande e tabacco	217.960	233.013	106,9	278.010
Materie prime grezze (eccetto combustibili)	336.994	334.333	99,2	359.217
Combustibili minerali e lubrificanti	2.808.619	2.424.634	86,3	2.679.925
Grassi ed oli animali/vegetali	94.339	98.518	104,4	91.637
Prodotti chimici	2.607.440	3.011.908	115,5	2.776.060
Manufatti classificati secondo la materia di origine	3.341.179	3.512.494	105,1	3.615.491
Macchine e mezzi di trasporto	4.431.514	5.050.525	114,0	5.091.889
Prodotti finiti diversi	2.521.956	2.839.151	112,6	2.969.212
Articoli e transazioni, non altrimenti classificati	6.514	7.369	113,1	12.764
Prodotti non classificati	4.865	4.843	99,6	2.961

### Interscambio – principali partner commerciali

Nel periodo dal 2014 alla fine del 2017 l'Italia si trova ininterrottamente in prima posizione nella graduatoria dei più importanti mercati di destinazione per l'export della Croazia e detiene il secondo posto come paese fornitore, dopo la Germania.

(000 EUR)	2014	2015	2016	I – XI 2017
<b>Export totale</b>				
<b>Paesi UE</b>	6.622.207	7.683.383	8.183.133	8.315.629
<i>Austria</i>	631.230	754.692	789.201	810.074
<i>Repubblica Ceca</i>	159.516	149.590	176.945	230.868
<i>Francia</i>	229.992	270.468	289.490	324.107
<b>Italia</b>	<b>1.439.375</b>	<b>1.542.994</b>	<b>1.685.275</b>	<b>1.737.527</b>
<i>Ungheria</i>	359.094	415.342	472.362	429.707
<i>Olanda</i>	168.068	235.052	323.030	152.773
<i>Germania</i>	1.161.402	1.303.218	1.453.388	1.580.193
<i>Polonia</i>	141.083	177.163	167.428	185.462
<i>Slovacchia</i>	152.091	176.189	176.065	153.741
<i>Slovenia</i>	1.178.160	1.416.886	1.539.474	1.380.892
<i>Spagna</i>	135.335	198.629	198.460	197.866
<b>Paesi CEFTA</b>	2.094.621	2.063.066	2.018.795	2.240.793
<i>Bosnia e Erzegovina</i>	1.223.664	1.121.339	1.119.980	1.257.775
<i>Macedonia</i>	103.682	112.174	121.575	108.695
<i>Serbia</i>	509.315	562.224	521.432	616.060

(000 EUR)	2014	2015	2016	I – XI 2017
<b>Import totale</b>				
<b>Paesi UE</b>	13.082.393	14.420.100	15.223.635	15.688.211
<i>Austria</i>	1.486.062	1.689.454	1.571.156	1.535.577
<i>Repubblica Ceca</i>	397.842	389.603	414.426	425.860
<i>Francia</i>	397.474	427.050	478.004	494.413
<b>Italia</b>	<b>2.446.823</b>	<b>2.430.403</b>	<b>2.486.988</b>	<b>2.596.458</b>
<i>Ungheria</i>	1.126.081	1.433.725	1.402.434	1.516.652
<i>Olanda</i>	591.125	699.972	773.763	778.328
<i>Germania</i>	2.593.367	2.871.447	3.177.132	3.174.304
<i>Polonia</i>	425.497	520.805	602.766	700.674
<i>Slovacchia</i>	287.010	347.974	323.061	376.727
<i>Slovenia</i>	1.853.445	1.971.294	2.153.104	2.151.392
<i>Spagna</i>	278.799	386.557	398.214	426.136
<b>Paesi CEFTA</b>	900.937	1.014.698	1.167.240	1.243.497
<i>Bosnia e Erzegovina</i>	460.275	495.071	573.326	627.534
<i>Macedonia</i>	69.742	74.573	81.998	69.372
<i>Serbia</i>	355.469	433.090	497.833	532.453

L'industria agroalimentare è un settore primariamente orientato alle esportazioni che realizza, già per il terzo anno consecutivo, alti tassi di crescita nelle esportazioni e una riduzione della crescita delle importazioni. L'industria alimentare rappresenta addirittura il 14,39% della produzione industriale totale in Croazia<sup>5</sup>. Si tratta di uno dei settori più importanti dell'economia croata sia per l'elevato numero di occupati che per il numero di aziende sparse su tutto il territorio nazionale.

### Import di prodotti agroalimentari in Croazia

Nei primi nove mesi del 2017 le importazioni croate di prodotti agroalimentari hanno raggiunto un valore di 2,22 miliardi di euro, mentre il valore delle esportazioni per il periodo considerato è ammontato a 1,36 miliardi di euro. Il tasso di crescita dell'import è stato pari al 13% e dell'export all'11%. Da rilevare che in tale periodo il deficit commerciale della Croazia è cresciuto per ulteriori 116 milioni di euro.

Negli anni 2014/2016, anche le importazioni del settore in analisi hanno registrato una crescita passando da 2,29 miliardi nel 2014 a 2,51 miliardi nel 2015, per raggiungere 2,61 miliardi nel 2016. Nel periodo considerato è diminuito il deficit che, secondo i dati della Camera dell'Economia croata, ammontava a 987 milioni di euro nel 2014, a 968 milioni di euro nel 2015, per scendere a 869 milioni di euro nel 2016. In tre anni, dall'entrata della Croazia nell'UE, l'export è cresciuto di oltre 500 milioni di euro su base annua, il che rappresenta un aumento del 45%. Si tratta di un dato sorprendente considerando il deterioramento delle condizioni commerciali nei paesi CEFTA, principali mercati per l'export.

5 <sup>®</sup> Istituto di Statistica della Croazia, Produzione industriale - indici e struttura, 2017

<i>(000 EUR)</i>		<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Indice 2016/2015</b>
<b>Export</b>				
Totale		11.527.852	12.316.569	106,8
C	Attività manifatturiere	10.133.143	10.948.885	108,1
CA	Industrie alimentari, industria delle bevande e del tabacco	1.106.026	1.268.542	114,7
<b>Import</b>				
Totale		18.482.861	19.711.866	106,6
C	Attività manifatturiere	15.907.112	17.316.013	108,9
CA	Industrie alimentari, industria delle bevande e del tabacco	1.989.721	2.096.984	105,4

Il principale mercato di sbocco non è più la Bosnia e Erzegovina, ma una crescita rilevante delle esportazioni è stata registrata nei mercati di Italia, Slovenia, Ungheria, Germania e Austria. Solo nel 2016 l'export verso l'Italia è cresciuto del 63% e nei primi nove mesi ha superato abbondantemente il valore raggiunto in tutto il 2015.

Oltre alle esportazioni, sono in crescita anche le importazioni di generi alimentari. I principali paesi di provenienza sono Germania, Italia, Slovenia, Ungheria, Olanda, Polonia e Austria, paesi che vantano una importante produzione agroalimentare e sono ai primi posti nella classifica degli indici di competitività UE. La Croazia registra il più grande deficit nell'interscambio di prodotti alimentari con Germania, Olanda e Polonia.

## Posizione dell'Italia nell'import croato

Di seguito si elencano le categorie di prodotti che vengono importate sul mercato della Croazia dai paesi dell'UE e da paesi terzi, con una panoramica delle quantità importate e dei valori dei prodotti importati. Dalle tabelle è rilevabile la posizione dell'Italia rispetto agli altri paesi da cui si importano i prodotti.

Codice NC	Descrizione
0210	Carni lavorate
0405	Burro e paste da spalmare lattiere
0406	Formaggi
1509	Olio d'oliva - vergine e lampante
1510	Olio d'oliva
1601	Salsicce
1602	Prodotti di salumeria
1704	Prodotti a base di zuccheri
1806	Cioccolata e altre preparazioni alimentari contenenti cacao
1902	Paste alimentari
1905	Prodotti della panetteria, pasticceria e biscotteria
2001-2009	Ortaggi e frutta lavorati e conservati
2103	Preparazioni per salse
2104	Zuppe, minestre e brodi
2204	Vino

Per le tabelle sono stati utilizzati i dati ufficiali a gennaio 2018 dell'Istituto di Statistica croato nonché i dati raccolti ed elaborati dalla FINA (Agenzia finanziaria croata) sulla posizione degli imprenditori classificati per categorie. Per la panoramica sulla dimensione settoriale e situazione nei singoli settori di mercato sono stati utilizzati i dati elaborati dall'agenzia AC Nielsen nel corso degli ultimi tre anni (elaborazione a dicembre 2017).

### Import - Paste alimentari, prodotti della panetteria, pasticceria e biscotteria

		2015	2016	Indice 2016/2015	I-IX 2017		
		Valore in €	Valore in €		Quantità in kg	Valore in €	€/kg
AUSTRIA	1902	1.179.383	1.221.428	1,04	733.337	1.247.810	1,70
	1905	5.318.215	5.421.061	1,02	2.647.321	4.960.778	1,87
BOSNIA E ERZEGOVINA	1902	453.478	185.019	0,41	111.947	78.910	0,70
	1905	12.727.937	10.864.247	0,85	4.944.814	7.532.332	1,52
REPUBBLICA CECA	1902	208.785	348.260	1,67	197.361	183.761	0,93
	1905	5.535.087	6.108.610	1,10	3.738.402	6.081.837	1,63
ITALIA	1902	14.101.586	13.262.220	0,94	11.134.892	9.620.645	0,86
	1905	16.532.376	19.549.838	1,18	5.699.111	13.716.789	2,41
GERMANIA	1902	1.337.701	1.213.864	0,91	512.016	791.827	1,55
	1905	20.918.112	19.968.950	0,95	8.257.493	18.166.472	2,20
POLONIA	1902	275.239	304.460	1,11	396.831	428.812	1,08
	1905	15.174.606	14.631.238	0,96	4.947.770	10.885.507	2,20
SLOVENIA	1902	3.624.870	3.338.786	0,92	3.152.570	2.482.721	0,79
	1905	6.872.804	8.470.038	1,23	3.873.373	7.315.050	1,89

**Import - Prodotti a base di zuccheri, cioccolata e altre preparazioni alimentari contenenti cacao**

		2015	2016	Indice 2016/2015	I-IX 2017		
		Valore in €	Valore in €		Quantità in kg	Valore in €	€/kg
AUSTRIA	1704	1.375.898	1.455.396	1,06	216.590	548.865	2,53
	1806	22.140.708	20.990.480	0,95	5.003.326	16.892.080	3,38
BULGARIA	1704	448.438	714.986	1,59	88.982	180.142	2,02
	1806	13.949.353	13.818.353	0,99	1.403.563	5.132.786	3,66
ITALIA	1704	1.009.260	1.200.724	1,19	348.822	945.496	2,71
	1806	8.818.159	9.529.384	1,08	1.683.913	6.715.205	3,99
GERMANIA	1704	6.771.030	7.577.662	1,12	1.482.570	5.973.719	4,03
	1806	37.543.731	39.663.928	1,06	7.430.749	33.232.004	4,47
POLONIA	1704	2.485.283	2.608.775	1,05	475.493	2.139.659	4,50
	1806	13.391.315	12.705.333	0,95	2.217.425	8.276.240	3,73

**Import - Prodotti di salumeria, salsicce**

		2015	2016	Indice 2016/2015	I-IX 2017		
		Valore in €	Valore in €		Quantità in kg	Valore in €	€/kg
ITALIA	1601	10.968.657	10.146.750	0,93	4.267.124	7.986.201	1,87
	1602	956.819	2.124.192	2,22	380.071	1.628.082	4,28
UNGHERIA	1601	1.403.155	1.433.701	1,02	632.759	849.071	1,34
	1602	3.523.750	5.933.836	1,68	1.187.925	2.936.640	2,47
GERMANIA	1601	1.718.204	1.648.148	0,96	449.152	1.644.875	3,66
	1602	4.850.162	4.718.992	0,97	1.112.749	4.220.352	3,79
SLOVENIA	1601	6.566.996	6.487.140	0,99	2.153.560	5.459.393	2,54
	1602	5.104.047	6.681.033	1,31	1.683.942	6.126.400	3,64

**Import - Carni lavorate**

		2015	2016	Indice 2016/2015	I-IX 2017		
		Valore in €	Valore in €		Quantità in kg	Valore in €	€/kg
ITALIA	0210	9.980.874	11.454.094	1,15	1.670.090	8.976.355	5,37
OLANDA	0210	7.761.339	7.132.956	0,92	2.633.829	7.677.505	2,91
GERMANIA	0210	1.074.404	1.565.478	1,46	417.301	2.089.703	5,01
SLOVENIA	0210	3.086.997	3.274.566	1,06	530.096	2.579.799	4,87
SPAGNA	0210	1.307.765	1.264.216	0,97	141.562	1.072.127	7,57

**Import - Vino**

		2015	2016	Indice 2016/2015	I-IX 2017		
		Valore in €	Valore in €		Quantità in kg	Valore in €	€/kg
FRANCIA	2204	4.074.092	4.614.627	1,13	472.471	3.845.607	8,14
ITALIA	2204	4.601.524	5.300.668	1,15	3.803.456	4.216.902	1,11
KOSOVO	2204	1.908.160	1.531.779	0,80	1.586.055	828.705	0,52
MACEDONIA	2204	10.992.860	12.226.967	1,11	11.856.072	7.874.893	0,66

Sebbene le importazioni di vino dalla Francia siano quantitativamente minori, gli esportatori francesi riescono ad ottenere prezzi migliori rispetto agli operatori italiani.



### Import - Burro, formaggi e paste da spalmare lattiere

		2015	2016	Indice 2016/2015	I-IX 2017		
		Valore in €	Valore in €		Quantità in kg	Valore in €	€/kg
ITALIA	0405	78.647	94.657	1,20	13.323	72.826	5,47
	0406	6.546.112	7.851.583	1,20	1.442.829	7.871.818	5,46
OLANDA	0405	1.015.204	1.174.492	1,16	86.513	425.888	4,92
	0406	9.693.463	14.648.502	1,51	3.877.893	12.730.826	3,28
GERMANIA	0405	4.997.594	4.492.512	0,90	702.887	3.660.431	5,21
	0406	34.185.583	35.330.572	1,03	9.396.331	31.111.400	3,31
POLONIA	0405	1.623.007	858.191	0,53	406.598	1.843.523	4,53
	0406	2.897.171	2.999.564	1,04	2.042.289	4.236.821	2,07
SLOVENIA	0405	116.830	100.394	0,86	28.728	120.305	4,19
	0406	4.847.593	5.929.402	1,22	1.704.116	5.517.292	3,24

### Import - Olio d'oliva

		2015	2016	Indice 2016/2015	I-IX 2017		
		Valore in €	Valore in €		Quantità in kg	Valore in €	€/kg
FRANCIA	1509	-	12.568	-	19.138	87.617	4,58
	1510	-	-	-	-	-	-
GRECIA	1509	670.103	1.049.868	1,57	128.403	563.023	4,38
	1510	49.698	91.482	1,84	5.363	17.516	3,27
ITALIA	1509	7.759.427	6.386.064	0,82	1.101.846	4.762.341	4,32
	1510	166.376	320.178	1,92	38.649	104.378	2,70
SPAGNA	1509	2.586.847	4.078.875	1,58	987.370	4.137.693	4,19
	1510	367.949	494.369	1,34	73.020	288.113	3,95

### Import - Preparazioni per salse, zuppe, minestre e brodi

		2015	2016	Indice 2016/2015	I-IX 2017		
		Valore in €	Valore in €		Quantità in kg	Valore in €	€/kg
AUSTRIA	2103	4.424.977	4.540.719	1,03	1.407.613	4.153.757	2,95
	2104	26.187	16.893	0,65	10.276	33.640	3,27
REPUBBLICA CECA	2103	1.502.417	1.587.440	1,06	1.123.807	1.121.464	1,00
	2104	583.462	628.994	1,08	206.983	535.616	2,59
ITALIA	2103	1.372.824	1.743.901	1,27	852.280	1.542.450	1,81
	2104	40.385	73.189	1,81	68.005	153.666	2,26
UNGHERIA	2103	2.777.869	3.295.302	1,19	695.743	1.150.520	1,65
	2104	1.456.733	1.216.812	0,84	375.128	1.044.513	2,78
GERMANIA	2103	4.181.685	4.480.986	1,07	1.580.155	3.117.247	1,97
	2104	805.638	595.258	0,74	165.243	418.243	2,53
SERBIA	2103	3.028.485	3.523.886	1,16	1.561.593	2.195.891	1,41
	2104	755.189	1.274.022	1,69	948.036	1.708.377	1,80

## Import - Ortaggi e frutta lavorati e conservati

		2015	2016	I-IX 2017			€/kg
		Valore in €	Valore in €	Indice 2016/2015	Quantità in kg	Valore in €	
AUSTRIA	2001- 2009	9.569.408	9.347.187	0,98	3.681.628	6.773.596	1,84
BELGIO	2001- 2009	2.103.289	3.385.175	1,61	7.918.640	5.987.165	0,76
ITALIA	2001- 2009	14.320.878	13.974.421	0,98	14.639.792	12.077.442	0,82
UNGHERIA	2001- 2009	6.422.509	6.758.512	1,05	4.165.634	5.034.699	1,21
MACEDONIA	2001- 2009	6.051.537	5.648.776	0,93	3.743.881	4.657.613	1,24
OLANDA	2001- 2009	10.632.971	11.326.586	1,07	6.620.524	7.500.024	1,13
GERMANIA	2001- 2009	14.183.759	15.346.710	1,08	9.488.809	13.949.633	1,47
POLONIA	2001- 2009	8.413.219	9.148.945	1,09	7.201.928	8.454.326	1,17

### Canale di distribuzione al dettaglio di prodotti agroalimentari

Secondo i dati dell'Istituto di Statistica croato, si mantiene stabile la tendenza di crescita del commercio al dettaglio. A novembre 2017 il consumo al dettaglio in Croazia è aumentato del 5,7% rispetto allo stesso mese del 2016 e registra una crescita su base annua per il 39<sup>o</sup> mese consecutivo.

Il fatturato del commercio al dettaglio, realizzato da tutte le aziende operanti nel settore, indipendentemente dalla loro attività predominante, è aumentato nominalmente del 7,8% a novembre 2017, comprese le correzioni per gli effetti di calendario, e in termini reali del 5,7% rispetto allo stesso mese del 2016.

Su base mensile rispetto a ottobre, il consumo in Croazia, calcolato secondo il fatturato del commercio al dettaglio, è aumentato nominalmente del 2,4% e in termini reali del 2,2%.

A partire dal gennaio 2018 è entrata in vigore la riforma fiscale e fin dai primi annunci ha avuto un notevole impatto sull'aumento dell'ottimismo dei consumatori e del potere d'acquisto, nonché sulla crescita del fatturato cumulato. Nei primi nove mesi del 2017, comprese le correzioni per gli effetti di calendario, il giro d'affari nel commercio al dettaglio è aumentato del 5,2% in termini reali rispetto allo stesso periodo del 2016, ma è stato in media anche del 7% inferiore allo stesso periodo del 2008.

Negli ultimi due anni tali trend favorevoli delle vendite al dettaglio hanno avuto un impatto positivo anche sull'andamento dei consumi personali (quasi il 60% del PIL) che registrano in tale periodo una crescita con un effetto positivo anche sull'aumento del PIL. Per l'anno in corso si prevede il mantenimento di tali andamenti favorevoli nel commercio al dettaglio il che dovrebbe portare ad una crescita a fine anno del 5,2%. Se rimane immutato tale andamento, che vede un incremento del fatturato nel commercio al dettaglio, si stima che già nel 2019 si potrà superare il livello del 2008.

Paragonato alla Croazia, il giro d'affari in UE delle vendite al dettaglio a settembre 2017 è stato del 3,5% superiore in termini reali (in Croazia 3,7%) rispetto a settembre 2016. Nei primi nove mesi il giro d'affari del commercio al dettaglio (G47) nell'UE è aumentato in media del 2,7% (in Croazia 4,4%) rispetto allo stesso periodo del 2016, ovvero è stato del 7,2% superiore (in Croazia 3,1% in meno) comparato allo stesso periodo del 2008.

La produzione nell'industria alimentare è cresciuta nel 2017 con un tasso di quasi il 6% e le esportazioni sono aumentate solo dell'1,6% rispetto al dato record registrato nel 2016. La crescita della domanda di prodotti alimentari sul mercato interno lo scorso anno è stata per l'industria alimentare un'opportunità migliore che insistere sulle esportazioni.

## Il canale di distribuzione del turismo

Il turismo riveste un ruolo importante nell'economia croata, con un effetto particolare nel periodo estivo. L'impatto del turismo è visibile attraverso una serie di variabili economiche che si evidenziano maggiormente durante la stagione turistica quando aumenta l'occupazione, si rafforza la valuta locale e il fatturato del commercio al dettaglio nei mesi estivi registra i volumi più alti dell'anno.

Il 2016 è stato in Croazia un anno da record per quanto riguarda il numero di arrivi turistici internazionali (15,6 milioni di turisti stranieri) e il numero totale di pernottamenti (78,0 milioni).

Tra i principali mercati di provenienza turistica che incidono sulla struttura dei pernottamenti dei viaggiatori stranieri negli ultimi anni vanno annoverati: Germania, Slovenia, Austria, Repubblica Ceca, Italia, Polonia, Slovacchia, Olanda, Regno Unito e Ungheria. I turisti provenienti da questi dieci paesi realizzano circa il 78% dei pernottamenti, considerando che soltanto quelli provenienti da Germania, Slovenia e Austria detengono una quota di quasi il 43% nel totale numero di pernottamenti. Mentre da un lato questa percentuale conferma l'omogeneità dei mercati di provenienza, mette in risalto anche gli aspetti negativi di tale dipendenza.

Circa un terzo del numero di pernottamenti si registra nel mese di agosto e addirittura il 95% di tale numero viene realizzato da sei regioni costiere. Per una tale pronunciata concentrazione spaziotemporale della stagione turistica, è importante valutare la previsione di spesa nella vendita al dettaglio (come pure nel settore alberghiero), ovvero stimare il potenziale di crescita dei consumi in base all'aumento della popolazione in una zona (regione/città/comune) a seguito dell'arrivo e dei pernottamenti di turisti locali e stranieri.

Ciò considerato, il range previsto del numero di abitanti in agosto 2017, calcolato sulla base degli arrivi e pernottamenti di turisti nelle regioni adriatiche, varia dal 38% nella Regione spalatino-dalmata al 123% nella Regione istriana. Tuttavia, a causa del maggiore consumo di alimenti e bevande al di fuori della struttura ricettiva, la previsione di consumo di alimenti e bevande è quasi tre volte superiore rispetto alla bassa stagione nella Regione spalatino-dalmata e di quasi cinque volte superiore nella Regione istriana. Tenendo conto del consumo di alimenti e bevande da parte di turisti stranieri al di fuori della struttura ricettiva, l'aumento previsto nel settore alimentare e delle bevande è significativamente superiore al consumo medio stagionale.

Stando ai dati delle principali catene commerciali in Croazia, è evidente che in agosto, all'apice della stagione turistica, il fatturato medio mensile nel segmento cibi e bevande nelle tre più importanti regioni turistiche (istriana, spalatino-dalmata e litoraneo-montana), è superiore del 70-130% rispetto al fatturato medio annuo in queste regioni. Il comparto *food & beverage* viene preso in considerazione in quanto è disponibile una stima della spesa giornaliera media pro capite. Secondo i dati dell'Istituto del turismo, il consumo medio giornaliero dei turisti durante i mesi estivi è di circa 66 euro, di cui il 55% è destinato alla sistemazione, il 18% (circa 12 euro, o circa 91 kune) a cibo e bevande fuori struttura ricettiva e il 27% ad altre spese.

La stima della spesa giornaliera per consumi nel *food & beverage* di un cliente locale è al di sotto delle 40 kune e il potere d'acquisto e il consumo del turista straniero rispetto al cliente locale (turista o residente) in tale comparto è circa 2,4 volte maggiore.

I dati sulle differenze nei consumi in determinati periodi dell'anno possono risultare utili anche agli imprenditori italiani del settore agroalimentare per una stima su un eventuale ingresso sul mercato. Da rilevare che solo nel 40% dei casi in Croazia viene offerto nel settore alberghiero cibo di provenienza locale e nell'offerta *à la carte* nei ristoranti il cibo tipico locale ha un'incidenza di solo il 29%.

Il turismo produce in Croazia entrate sempre maggiori e ha una notevole incidenza sul PIL, ma essendo molto dipendente dalle importazioni il suo complessivo effetto positivo sull'economia è limitato. Siccome nel periodo 2008-2016 il consumo interno era fortemente ridotto e l'industria alimentare nazionale era relativamente forte, una così alta dipendenza dalle importazioni è, con ogni probabilità, conseguenza dell'importanza dell'industria del turismo, per cui si spiega<sup>6</sup> la grande stagionalità delle importazioni.

### Valutazione delle dimensioni di mercato

Gli imprenditori italiani sono presenti sul mercato croato da molti anni. Oltre ai tradizionali rapporti storici e culturali tra i due paesi, il commercio è favorito anche dalla vicinanza geografica e da buoni collegamenti nei trasporti. I marchi italiani sono molto conosciuti e godono di una buona reputazione sul mercato croato, in particolare i prodotti che vengono considerati tradizionalmente italiani (insaccati, formaggi, pasta, vino).

È frequente che sul mercato croato siano presenti prodotti che hanno una denominazione che rimanda al prodotto italiano, ma non provengono effettivamente dall'Italia. È molto consistente l'import di marchi "no name" la cui provenienza non corrisponde al paese di origine (per es. import di olio di oliva dal Belgio). Generalmente tali prodotti vengono venduti nella catena della grande distribuzione che non è tenuta a dichiarare la categoria dell'import, per cui è impossibile dedurre dai dati statistici la vera provenienza del prodotto, le quantità importate e il valore dei prodotti importati dagli altri paesi UE per singolo canale di vendita.

Il mercato croato dei prodotti agroalimentari ha una scarsa copertura con i prodotti locali per cui gli imprenditori italiani hanno buone opportunità per le esportazioni in tutti i settori dell'agroalimentare.

### Panoramica del mercato per settori

Per le tabelle sono stati utilizzati i dati ufficiali a gennaio 2018 dell'Istituto di Statistica croato nonché i dati raccolti ed elaborati dalla FINA (Agenzia finanziaria croata) sulla posizione degli imprenditori classificati per categorie. Per la panoramica sulla dimensione settoriale e situazione nei singoli settori di mercato sono stati utilizzati i dati elaborati dall'agenzia AC Nielsen nel corso degli ultimi tre anni (elaborazione a dicembre 2017).

### Produzione di vino

Descrizione	Produzioni di vini da uve (C1102)		
	2015	2016	Indice
Numero di imprenditori		230	-
Numero di occupati	1.193	1.054	88,3
Totali entrate	506.474	603.831	119,2
Totali uscite	564.854	602.609	106,7
Profitto del periodo	24.347	37.524	154,1
Perdita del periodo	87.826	42.239	48,1
Utile netto/perdita netto	-63.479	-4.715	7,4

6 <sup>®</sup> Arhivanalitika, 2017

L'attuale produzione vinicola in Croazia si concentra sul miglioramento della qualità dei prodotti. Tuttavia, sono ancora consistenti gli investimenti che andrebbero fatti nel settore vitivinicolo considerando che sono ancora molto numerosi i piccoli produttori di vino, è alta l'età dei vigneti, le superfici agricole sono frammentate, è scarsa la dotazione tecnologica degli stabilimenti di produzione e manca una campagna di promozione a livello nazionale e, soprattutto, internazionale.

Secondo i dati del Ministero dell'Agricoltura, la maggior parte dei vitigni coltivati su 4.554 ettari (o il 22% della superficie totale dei vigneti) sono della varietà Riesling italo, segue la Malvasia istriana su 1.635 ettari (o l'8% del totale numero di vigneti). Terza in graduatoria la varietà *Plavac mali* coltivato su 1.562 ettari (7,7%). L'area totale coltivata a vigneto nel 2016 è stata di 23.400 ettari, sono state prodotte 123.651 tonnellate di uva con una produzione di 760.000 ettolitri di vino.

Con l'adesione della Croazia all'UE, è stato introdotto il sistema di etichettatura dei vini a denominazione di origine controllata. Il trattato di adesione a livello dell'UE ha riconosciuto 16 denominazioni di origine protetta croate. La Croazia come Stato membro dell'UE non ha l'obbligo di applicare un regime transitorio dei diritti di impianto, ai sensi dell'articolo 67 del Regolamento n.1308/2013, il che significa che non persistono restrizioni alla messa a dimora di nuovi vigneti. Secondo i dati dell'Istituto di Statistica croato, l'importazione di vino nel 2016 è ammontata a 30.905 tonnellate per un valore di circa 30,8 milioni di euro.

Il 50% delle importazioni di vino in Croazia provengono dai paesi dell'ex Jugoslavia ovvero da paesi terzi, e sui paesi dell'UE ricade una quota del 46%. Nella struttura delle importazioni la maggior quantità di vino è stata importata dall'ex Repubblica iugoslava di Macedonia, la cui quota nel totale delle importazioni nel 2016 è stata del 40% circa, seguita da Italia (17%) e Francia (15%). Nel 2016 sono state esportate 3.608 tonnellate per un valore di 10,5 milioni di euro.

Nel periodo aprile 2016 - marzo 2017 nella vendita al dettaglio (esclusi i discount, cantine, negozi specializzati per la vendita di bevande e canale HoReCa) è stato registrato un incremento sia dei volumi di vendita del 3,3% (per un totale di 34 milioni e 298 mila litri) che del valore delle vendite, cresciute dell'1,5% (704 milioni e 701 mila kune).

Il comparto della produzione di vino comprende tutti i tipi di vino - vini da tavola, vini di qualità, di alta qualità e vini fruttati, mentre sono esclusi i vini spumanti.

Nel corso dell'ultimo anno i principali produttori in base alle quantità prodotte sono i seguenti (in ordine alfabetico): Agrolaguna (Festigia, Laguna), Belje (Vina Belje), Iločki podrumi (Iločki podrum), KG Zelina (KG Zelina), Kutjevo (Đakovačka vina, Kutjevo).

Un terzo del volume delle vendite (33%) viene realizzato nei supermercati, il 25% negli ipermercati, il 19% nei negozi con vendita di merce miscelanea di grandi dimensioni, il 16% su quelli di medie dimensioni e il 7% viene venduto nei piccoli negozi. I prodotti a marchio del distributore (*private label*) detengono circa il 15% della quota in volume.

La varietà Riesling è la principale varietà di vino con il 31% di quota in volume, seguita dalla varietà *Vranac* (15%). Quote minori sono detenute da altri vini tra cui la varietà autoctona *Plavac* (5%) Chardonnay e Malvasia (rispettivamente 4%) e Cabernet Sauvignon e Merlot (rispettivamente 3%). Altre varietà di vino detengono una quota del 36% nel volume delle vendite.

Denominazione azienda	Profitto del periodo	N. di occupati	Fatturato
PLANČIĆ D.O.O.	5.530.295	1	6.181.701
KOZLOVIĆ GIANFRANCO	3.998.957	18	16.977.264
TERRA VINO D.O.O.	3.578.402	2	6.053.838
ATC D.O.O.	1.870.150	9	7.912.014
DE GEORGIIS D.O.O.	1.691.381	4	2.992.337
GRGIĆ VINA D.O.O.	1.443.284	2	3.982.240
KABOLA D.O.O.	1.424.591	7	5.315.369
BASTIJANA DOO	1.393.481	13	7.453.199
VINOGRADARSTVO - PODRUMARSTVO KRAUTHAKER	1.313.653	29	11.485.496
ZORE TRGOVINA D.O.O.	1.176.394	5	7.477.239

### Settore lattiero-caseario

Descrizione	Industria lattiero-caseario (C1051)		
	2015	2016	Indici
Numero di imprenditori		60	-
Numero di occupati	3.061	3.159	103,2
Totali entrate	5.416.249	5.409.188	99,9
Totali uscite	5.306.607	5.225.964	98,5
Profitto del periodo	118.065	175.870	149,0
Perdita del periodo	24.384	9.481	38,9
Utile netto/perdita netto	93.681	166.389	177,6

In base ai dati forniti dall'associazione *Croatiastočar*, dall'ingresso nell'UE la Croazia non risulta essere autosufficiente nella produzione di latte (quello nazionale è di circa il 60%) né in quella di burro. Il consumo annuo di quest'ultimo è di circa 4.500 tonnellate, di cui quasi 2.000 vengono importate: un dato destinato a crescere ogni anno. La produzione nazionale di latte registra un calo continuo e attualmente si aggira intorno alle 3.200 tonnellate.

Le importazioni complessive del settore nei primi 9 mesi del 2017 hanno registrato un incremento del 19%. Sono aumentate soprattutto le importazioni di latte (43%), crema di latte (78%) e formaggi (4%). Nei primi nove mesi del 2017 il valore delle importazioni di latte per trasformazione e dei latticini è stato di circa 168 milioni di euro, registrando un 30% in più rispetto allo stesso periodo del 2016.

La categoria di formaggi comprende tutti i tipi (stagionato e semistagionato, formaggi freschi e spalmabili) per la produzione dei quali vengono impiegati tutti i tipi di latte.

I produttori leader sono: Belje, Lactalis, Meggle e Vindija, ai quali si affiancano marchi privati (i produttori sono citati in ordine alfabetico, il che non rispecchia necessariamente le quote di mercato).

Nel periodo compreso tra settembre 2015 e agosto 2016 sono state vendute poco più di 26,3 tonnellate di formaggi, facendo registrare un aumento del 5% nel volume delle vendite rispetto all'anno precedente, al quale, però, non è corrisposto un aumento del fatturato che con 1,24 miliardi di kune segna una diminuzione pari all'1,4%.

I supermercati costituiscono il principale canale di distribuzione attraverso il quale si realizza il 41,5% delle vendite (in volume), posizionandosi nettamente davanti a tutti gli altri formati di vendita. Gli ipermercati ricoprono il 26,2% del totale, seguiti da negozi di grandi dimensioni che detengono il 18,1%, quelli di medie dimensioni si attestano al 10,1% mentre i piccoli negozi segnano il 4,1%.

I formaggi stagionati e semistagionati ricoprono la metà della quota in volume per quanto riguarda la categoria dei formaggi (49,6%), seguiti da formaggi bianchi a pasta molle/formaggi spalmabili con il 44,5%. La parte restante riguarda i formaggi processati con il 5,1% e i formaggi morbidi con muffe con lo 0,8%.

Il latte vaccino risulta essere quello maggiormente utilizzato nella produzione di formaggio ricoprendo il 97,3% del totale dei tipi di latte impiegati. Seguono il latte di pecora (1,3%), il latte vegetale (0,6%), il latte misto (0,4%) e quello di capra (0,4%).

In base alle quote di mercato, i principali tipi di formaggio risultano essere il formaggio fresco, con il 25,2%, seguito da Gouda (22,6%), Edam (9,6%), formaggio spalmabile (8,5%) ed Emmental (4,6%).

Denominazione azienda	Profitto del periodo	N. di occupati	Fatturato
DUKAT D.D.	143.474.616	954	1.735.932.562
VINDIJA D.D.	15.113.086	1.070	2.552.236.540
ZDENKA - MLIJEČNI PROIZVODI D.O.O.	5.746.758	182	163.982.041
KIM MLJEKARA KARLOVAC D.O.O.	5.449.660	93	275.407.151
MINI MLJEKARA - VERONIKA D.O.O.	1.446.493	132	54.729.527
SIRANA GLIGORA D.O.O.	222.562	44	39.510.780

### Produzione di prodotti a base di carne

Descrizione	Lavorazione e conservazione di carne (C1011)			Lavorazione e conservazione di carne di volatili (C1012)			Produzione di prodotti a base di carne, inclusa la carne di volatili (C1013)		
	2015	2016	Indice	2015	2016	Indice	2015	2016	Indice
Numero di imprenditori		129	-		7	-		74	-
Numero di occupati	3.738	3.855	103,1	736	724	98,4	1.453	1.321	90,9
Totali entrate	3.845.542	3.716.541	96,6	321.913	298.360	92,7	1.107.687	1.326.593	119,8
Totali uscite	3.713.265	3.643.758	98,1	325.292	309.266	95,1	1.109.967	1.285.112	115,8
Profitto del periodo	135.240	94.309	69,7	194	460	236,4	15.084	42.037	278,7
Perdita del periodo	16.028	34.854	217,5	3.581	11.369	317,5	20.574	6.898	33,5
Utile netto/perdita netto	119.212	59.455	49,9	-3.386	-10.910	322,2	-5.490	35.139	-

Per prodotti a base di carne si intendono tutti i prodotti a base di carne freschi o stagionati come pancetta, hot dog, salsicce (per cottura o preparazione in forno), prodotti a base di carne refrigerati pronti per il consumo (tutti i tipi di salumi) nonché altri prodotti freschi (salame gelatinoso *tláčénica*, salsiccia *safalada*, carne in scatola e altri) con o senza aggiunta di additivi. Non sono inclusi in questa categoria la carne fresca e congelata, piatti precotti a base di carne, paté di carne e prodotti a base di carne confezionati in scatola. Compresi nella categoria sia i prodotti preconfezionati in vaschette che gli affettati al banco.



Il volume di vendita dei prodotti a base di carne ha subito nel periodo febbraio/marzo 2016 – dicembre/gennaio 2017 una lieve flessione (0,6%) con vendite di poco inferiori alle 47,4 tonnellate, mentre il valore delle vendite è diminuito del 2,5%, per un importo totale di circa 2,2 miliardi di kune.

Si elencano di seguito in ordine alfabetico i principali produttori (con i principali marchi di prodotti): Gavrilovic (Gavrilovic, Gala), Gruppo Veronesi / AIA (AIA, Dakota, Pavo, Wudy) Perutnina Ptuj (PP, Poly), PIK Vrbovec (Peak, Pico, Sljeme) e Vindija (Cekin, Gurmanika, Rozeto Vindon).

I prodotti *private label* detengono il 13% nel volume delle vendite di settore.

I supermercati sono il principale canale di vendita che realizza il 37% del volume delle vendite, seguono gli ipermercati con il 25%. I negozi di grandi dimensioni detengono il 17%, i punti vendita di medie dimensioni registrano una quota del 15% e i piccoli negozi il 5%.

I prodotti più commercializzati sono quelli freschi a base di carne con un volume di vendite dell'82% rispetto al 18% dei salami stagionati.

Per salami freschi e stagionati si intendono prodotti a base di carne e carne di volatili confezionati (sottovuoto, in vaschette o insaccati) pronti per l'uso. Possono essere venduti interi, affettati, salati ed essiccati, affumicati o cotti. In questa categoria rientrano tutti i prodotti di carne stagionati o freschi, refrigerati con o senza aggiunta di additivi.

Nel 2016 il volume delle vendite ha raggiunto le 31.821 tonnellate, il che rappresenta una diminuzione del 4,6% a livello annuo, mentre il valore delle vendite ha subito una flessione più consistente pari al 6,3% a causa di una diminuzione dei prezzi. A fine marzo di quest'anno il risultato finanziario conseguito dalla categoria è ammontato a 1,63 miliardi di kune.

I principali produttori sono (in ordine alfabetico): Gavrilović (Gavrilović), Perutnina Ptuj (Poli, PP/Perutnina Ptuj), PIK Vrbovec (Pik, Piko, Sljeme), Podravka (Podravka), Vindija (Cekin, Vindon) nonché i prodotti *private label*, che detengono da soli il 13% in volume.

La ripartizione per tipologia di punti vendita vede i supermercati come i principali esercizi per la commercializzazione di tali prodotti, con una quota del 36% in volume, seguono gli ipermercati (21%), i punti vendita di grandi dimensioni con il 20%, i negozi di medie dimensioni con una quota del 17% e i piccoli punti vendita con il 7%.

Sono due le tipologie di prodotti che detengono insieme più della metà delle vendite totali. In prima posizione il salame cotto tipo tirolese (*parizer*) con il 31,6% di quota, seguito dal prosciutto cotto con il 22%. Detengono quote minori la mortadella (6,7%), due salami tipo ungherese (*tirolska* e *čajna* rispettivamente 4,9% e 4,4%), il capocollo (4,2%) nonché il salame Milano e il prosciutto (2,8% ciascuno). Il rimanente quinto ricade sugli altri prodotti della categoria salumi freschi e stagionati (20,7%).



Denominazione azienda	Profitto del periodo	N. di occupati	Fatturato
MESNA INDUSTRIJA BRAČA PIVAC D.O.O.	50.602.474	1.201	1.139.721.856
PPK KARLOVAČKA MESNA INDUSTRIJA D.D.	5.188.550	520	898.043.323
KUDELIĆ D.O.O.	3.160.582	106	94.807.743
DERMA DD	2.380.968	174	74.945.088
PETASON D.O.O.	1.641.984	76	190.209.048
MM MESNA INDUSTRIJA D.O.O.	1.450.007	211	276.226.580
PERUTNINA PTUJ PIPO D.O.O	0	669	280.586.162
ASCOMMERCE D.O.O. PREHRAMBENA INDUSTRIJA	26.882.377	69	126.059.028
MESNA INDUSTRIJA VAJDA D.D	6.187.282	252	188.086.214
RIGETA D.O.O.	2.141.683	43	107.741.457
BERMES D.O.O.	1.212.292	17	44.690.827
MARTINJAK D.O.O.	740.156	47	149.042.696
PRŠUT VOŠTANE D.O.O.	663.067	33	29.352.288
GAVRILOVIĆ D.O.O.	647.221	445	452.377.825
PISINIUM D.O.O.	480.208	57	56.487.672

## Settore dei prodotti conservati

### *Prodotti surgelati*

Rientrano nella categoria degli alimenti surgelati più popolari i seguenti:

Pizza surgelata - Tutti i tipi di pizze surgelate pronte da consumarsi dopo la cottura. Si intendono pizze a cui sono stati aggiunti tutti gli ingredienti (verdure, pancetta, prosciutto, funghi) o altri vari tipi di pizze (per es. Margherita, Mediterraneo, ecc.). Il packaging consiste in scatole o buste per alimenti surgelati.

Sono compresi tutti i tipi di pizza di diametri diversi e pizza su pane baguette ovvero fette di pane baguette con ripieno al gusto di pizza. Rientrano in questa categoria anche le pizze *Bulle* (ad es. Findus Pizza Bulle). Non sono incluse le pizze refrigerate (pronte da servire), pizze refrigerate e surgelate pronte per la cottura, né tutti gli altri cibi pronti e insalate. Piatti surgelati pronti per la cottura - si tratta di cibi pronti surgelati che vanno cotti (dopo lo scongelamento o surgelati) prima della consumazione e venduti a peso (non hanno un peso fisso) come i prodotti *moussakà*, cannelloni e altri. Non sono compresi i cibi surgelati pronti a peso fisso, piatti pronti refrigerati da cuocere, cibi pronti da servire (in scatola e surgelati), gnocchi surgelati, zuppe per cottura (surgelate e refrigerate), pesci pronti da cuocere (surgelati e refrigerati) e pizza surgelata.

Sono compresi anche i seguenti prodotti: paste sfoglie salate/farcite, prodotti surgelati pre-confezionati a base di paste come per es. torte al formaggio, spinaci, involtini ripieni di salsa, *Quiche Lorraine*, ecc. Non sono comprese tutte le ciambelle dolci/tortine snack, ciambelle refrigerate o conservate/torte con ripieno, tutti gli altri spuntini croccanti come patatine, nocciole, biscotti ripieni, cornetti e tutti i tipi di pane.

I principali produttori nella categoria degli alimenti surgelati sono: Dr. Oetker (Giuseppe, Ristorante), Freiburger Lebensmittel (Alberto), Klas Sarajevo (Klas), Ledo (Ledo), Miller (Miller), Pekarnica Latica (Latica), Pan-Pek Croazia (Pan-Pek) e altri prodotti *private label* che da soli detengono il 23,9% in

volume. I produttori sono elencati in ordine alfabetico e tra i prodotti *private label* sono annoverati quelli più noti.

Nel periodo compreso tra dicembre 2015 e novembre 2016 la vendita al dettaglio di alimenti surgelati è stata elevata e ha avuto un valore di 24,7 milioni di kune, ovvero il 19,6% in più rispetto ai 12 mesi precedenti; nello stesso periodo il volume delle vendite è cresciuto di ben il 30,3% pari a 631.700 chilogrammi.

Tenendo conto della tipologia dei prodotti non sorprende il dato che gli ipermercati realizzino più della metà (51%) del volume delle vendite, seguiti dai supermercati (41,2%). Il resto delle vendite viene realizzato da grandi negozi (6,2%), seguono negozi di medie dimensioni (1%) e piccoli negozi (0,6%).

Dalla ripartizione per tipologia di prodotto emerge che l'alimento surgelato più popolare è la pizza, che detiene il 57,2% del volume delle vendite, seguita da pasti pronti con il 26,1% e torte con il 5,3%, mentre la baguette ha una piccola quota pari all'1,4%.

### *Paté*

La categoria comprende prodotti a lunga scadenza su cui è chiaramente indicato che si tratta di paté e che sono prodotti da miscele cremose di carne, spezie, pesce e verdure.

Negli ultimi 12 mesi la vendita (tra dicembre 2015 e novembre 2016) di paté ha mantenuto più o meno gli stessi livelli (calo dello 0,2%) con un totale di 4.237.200 kg venduti per un valore di 284.252.600 kune (+2%).

Tra i principali produttori vanno annoverati (in ordine alfabetico): As Commerce (As Commerce), Droga Kolinska (Argeta), Gavrilović (Gala, Gavrilović), Podravka (Eva, Leo, Podravka, Pik, Piketa), PPK (PPK) nonché i prodotti *private label* che da soli detengono il 7,8% nel volume delle vendite.

Tra gli esercizi commerciali sono i supermercati a registrare la quota più alta nel volume delle vendite (38%), seguiti dagli ipermercati che detengono il 27% e da altri negozi di grandi e medie dimensioni che registrano rispettivamente il 16% e il 14%, mentre in coda troviamo i piccoli punti vendita con soli 5%.

I paté di carne sono i più richiesti e registrano l'87% nel volume delle vendite. La quota del 10,3% si riferisce a paté di pesce e il 3% a paté vegetariani.

### *Crema spalmabili fresche*

Le creme spalmabili di latte e formaggio ai vari gusti sono prodotte con formaggio o crema di latte fresca, vengono conservate esclusivamente nei reparti frigo e di norma confezionate in vaschette di plastica.

Per quanto riguarda il volume delle vendite è stata registrata una lieve flessione (-0,4%) per un totale di 3.565.200 kg, mentre il valore delle vendite è cresciuto dell'1,7%, per un totale di 182.265.900 kune.

Produttori leader della categoria (in ordine alfabetico): Belje (Abc, Abcela, Belje), Dukat (Dukatela, President), Meggle (Meggle), Vindija (Vivis, 'z bregov) nonché i prodotti *private label* che da soli detengono il 14,8% in volume.

I supermercati rappresentano la principale tipologia di canale distributivo attraverso il quale si realizza il 41% del volume delle vendite, seguiti dagli ipermercati con il 26%. I negozi di grandi e medie dimensioni, invece, detengono rispettivamente il 17% e 10%. La quota dei negozi si attesta al 5%.

Le creme spalmabili al formaggio segnano ben il 72,7% della quota in volume, mentre le creme spalmabili al latte registrano il 26,7%. Presente sul mercato anche la crema di burro e margarina (Butterino) con una quota minima dello 0,6%.

Nella ripartizione in base ai gusti l'84,4% del volume delle vendite è realizzato dalle creme spalmabili fresche al naturale, mentre il 15,6% si riferisce a quelle ai gusti diversi.

#### *Creme alla frutta spalmabili*

La categoria comprende tutte le tipologie di prodotti a base di frutta quali confetture, marmellate e composte di vari gusti e in confezioni diverse, da spalmare sul pane, dolci o prodotti simili.

Tra le creme spalmabili alla frutta si registra una flessione del 3,6% in volume (per un totale di 2.221.300 kg), ma una crescita del valore delle vendite dello 0,5% (69.430.400 kune) nel periodo tra dicembre 2015 e novembre 2016 .

Tra i principali produttori vanno annoverati (in ordine alfabetico): Eurovoće zadruga (Doora), Hermes International (Dida Boža), Podravka (Podravka) nonché i prodotti *private label* che da soli detengono il 29,7% del volume delle vendite.

Il principale canale distributivo è rappresentato dai supermercati attraverso il quale si realizza il 42% in volume, seguono gli ipermercati che detengono un quarto della quota (25%). I negozi di grandi dimensioni realizzano il 18%, mentre gli esercizi di medie e piccole dimensioni hanno rispettivamente una quota dell'11% e del 4%.

Le confetture sono i prodotti più venduti con una quota del 67,8% in volume, le composte raggiungono una quota del 13,4%, le marmellate il 3,4% mentre altri tipi di creme spalmabili alla frutta detengono il 15% di quota.

Denominazione azienda	Profitto del periodo	N. di occupati	Fatturato
PODRAVKA PREHRAMBENA INDUSTRIJA D.D.	190.576.114	3.298	2.063.042.820
MARJAN VOĆE D.O.O.	6.701.063	49	103.354.967
HERMES INTERNATIONAL D.O.O.	5.382.153	52	49.232.084
RURIS D.O.O.	2.594.204	35	108.752.432
ZIGANTE TARTUFI D.O.O.	2.258.310	48	33.629.860
GLAZIR D.O.O.	1.994.775	24	25.694.821
ZARJA GRUPA D.O.O.	1.617.546	46	15.386.013
MADIG-MREŽNICA D.O.O.	1.590.387	44	26.408.644
MARINADA D.O.O.	1.235.755	175	110.446.000

#### *Creme spalmabili a base di cioccolato*

Comprese nella categoria tutte le creme spalmabili al cioccolato in barattoli di vetro o confezioni in plastica da spalmare su pane, *crêpe* o da unire ad altri dessert.

Le creme spalmabili registrano un trend positivo sia per quanto riguarda il volume che il valore delle vendite. Nonostante il volume sia aumentato di solo lo 0,7% (per un totale di 2.898.900 kg), il valore delle vendite ha segnato un + 6,3% (137.854.800 kune).

I principali produttori della categoria sono (in ordine alfabetico): Ferrero (Nutella), Podravka (Lino lada) e i prodotti *private label* che detengono il 20% del volume delle vendite.

I supermercati registrano una quota del 40% in volume, seguono gli ipermercati con il 30%. La rimanente quota è suddivisa tra altri esercizi commerciali di dimensioni grandi (15%), medie (11%) e piccole (4%).

## **Prodotti di panetteria/da forno, industria dolciaria e molitoria**

*Farine, prodotti finiti e semilavorati*

Descrizione	Produzione di pane; prodotti di panetteria freschi e prodotti di pasticceria (C1071)		
	2015	2016	Indice
Numero di imprenditori		850	-
Numero di occupati	14.733	15.874	107,7
Totali entrate	3.996.893	4.195.133	105,0
Totali uscite	3.840.374	4.017.333	104,6
Profitto del periodo	198.329	205.116	103,4
Perdita del periodo	62.343	49.659	79,7
Utile netto/perdita netto	135.987	155.457	114,3

Le potenzialità dell'industria dolciaria e molitoria sono notevoli e la Croazia è autosufficiente nella produzione di cereali, pur tuttavia nell'ultimo decennio la loro importazione è in costante aumento.

Le 55 strutture per molitoria in Croazia hanno una capacità per la macinazione di grano di 1,3 milioni di tonnellate mentre il fabbisogno di trasformazione è di circa 300.000 tonnellate. Sebbene il grano croato sia di buona qualità per la produzione di pane e prodotti di panetteria, sono sempre più frequenti le importazioni da Ungheria, Austria, Germania e Francia, specialmente per prodotti particolari. La tendenza ad importare prodotti da forno semilavorati permane dal 2012, quando sono state importate 35.000 tonnellate, ed entro la fine del 2017 le importazioni sono raddoppiate.

Crescono soprattutto le importazioni di prodotti di panetteria con aggiunta di dolcificanti. Secondo l'Associazione croata dei produttori di prodotti da forno e pasticceria, nei primi sei mesi del 2017 è stato importato il 2,93% in più di pane e prodotti da forno rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (per un valore di 53.592.539 euro), mentre l'export è stato pari a 28.298.524 euro.

Nel periodo considerato l'import di pane che non contiene miele, uova e formaggio è cresciuto del 25,08% raggiungendo i 6.464.336 euro. L'importazione di pizza, torte e altri prodotti da forno non dolcificati è aumentata del 15,16% e dell'1,07% quella di pane con uvetta, panettoni e meringhe. Negli ultimi anni, la maggior parte dei prodotti da forno sono stati importati da Italia, Germania, Polonia, Francia, Slovenia, Macedonia e Bulgaria, mentre nel 2017 sono aumentate le importazioni da Bosnia-Erzegovina e Serbia. Nel 2016 la quota delle importazioni dei prodotti da forno nel totale import dei prodotti alimentari agricoli è stata del 4,5%, il che rappresenta un aumento di quasi il 100% rispetto agli ultimi due anni.

Denominazione azienda	Profitto del periodo	N. di occupati	Fatturato
ČAKOVEČKI MLINOVI D.D.	29.459.523	192	154.667.982
MLIN I PEKARE D.O.O.	7.573.321	1.170	489.919.478
PLODINEC D.O.O.	2.813.660	14	21.921.834
GRANOLIO D.D.	2.506.535	160	599.009.308
M-MILLS D.O.O.	2.307.855	15	30.020.994
PULJANKA-BRIONKA D.O.O.	1.932.123	157	45.022.579
PERLIS D.O.O.	1.866.505	22	13.447.436
PODRAVSKI MLIN D.O.O.	1.276.032	13	13.993.773

In Croazia il consumo di pane pro capite annuo è di 61,6 kg, ma va rilevato che si registra uno spreco di prodotti da forno del valore di circa 600 milioni di kune. Nel 2017 erano presenti sul mercato 1.586 aziende e laboratori artigianali operanti nel settore dei prodotti da forno con un numero di occupati complessivo di 22.000 dipendenti. I prodotti da forno partecipano all'import con il 4%.

Denominazione azienda	Profitto del periodo	N. di occupati	Fatturato
MLINAR D.D.	58.466.503	1.491	528.970.989
PAN PEK D.O.O.	30.087.500	585	212.742.287
PEKARA DUBRAVICA D.O.O.	20.156.984	420	126.502.074
BABIĆ PEKARA D.O.O.	4.232.430	332	132.230.514
MIVIT PEKARA D.O.O.	2.908.289	78	18.046.325
DON DON D.O.O.	2.754.147	60	42.747.594
PILATO MARINO I KLAUDIJA	2.126.435	79	25.216.704
PAN-PEK ĐAKOVO D.O.O.	1.987.432	100	23.696.168
MARYMAT D.O.O.	1.622.738	55	34.217.292
PEKAR D.O.O.	1.522.448	198	63.089.443

### Snack salati

Descrizione	Lavorazione e conservazione delle patate (C1031)			Produzione di fette biscottate, biscotti e prodotti affini; produzione di prodotti di panetteria e pasticceria conservati (C1072)		
	2015	2016	Indice	2015	2016	Indice
Numero di imprenditori		3	-		53	-
Numero di occupati	97	166	171,1	891	919	103,1
Totali entrate	121.668	228.775	188,0	370.872	386.994	104,3
Totali uscite	113.194	209.607	185,2	361.551	382.906	105,9
Profitto del periodo	6.695	16.339	244,1	11.121	8.181	73,6
Perdita del periodo	0	13	-	2.253	4.984	221,3
Utile netto/perdita netto	6.695	16.326	243,9	8.868	3.197	36,1

Gli *snack* comprendono patatine (anche patastick), riccioli di mais (snack estrusi), patatine di mais (comprese le tortillas), cracker, popcorn, stick salati, bretzel, breadsticks/grissini e frutta secca. La vendita alla rinfusa non è inclusa nell'indagine.

Nel periodo aprile 2015 – marzo 2016 la categoria in analisi non presenta oscillazioni rispetto ai precedenti 12 mesi; si è infatti avuta una flessione minima dello 0,1% in volume delle vendite (totale 12.437 tonnellate) con un aumento dell'1,1% in valore, per un importo di poco superiore ai 584 milioni di kune.

I principali produttori (in ordine alfabetico) di snack salati sono: Bobi snacks (Bobi), Franck (Čipi čips, Franck, Kroki kroket, Tip top, My Chips), Koestlin (Koestlin, Saltas), Podravka (Kviki) e Štark (Chipsos, Smoki, Prima). I prodotti a marchio detengono complessivamente il 38% della quota in volume.

Il principale canale di distribuzione per questa categoria sono gli ipermercati (per volume di vendite) con il 36% di quota, seguono i supermercati con il 24%. I negozi di grandi dimensioni detengono il 19%, i punti vendita di medie dimensioni il 15%, i piccoli negozi il 5% e l'1% le edicole. I dati non comprendono la vendita stagionale in strutture operanti per meno di sei mesi all'anno, rivendite all'ingrosso, cash & carry, discount, stazioni di servizio, mercati all'aperto, sale cinematografiche, eventi all'aperto (concerti, partite ecc.), vendita presso edifici pubblici e in distributori automatici.

Gli snack quali sticks, bretzel, cracker ecc. sono la tipologia dominante nelle vendite con il 30% in volume. Patatine e snack estrusi detengono il 19%, la frutta secca/oleosa il 10% e il popcorn il 7%.

Denominazione azienda	Profitto del periodo	N. di occupati	Fatturato
KOESTLIN D.D.	5.066.767	375	194.030.147
MARION D.O.O.	969.694	37	10.609.696
KAROLINA D.O.O.	591.018	308	127.231.466
KRALJEVSKE SLASTICE D.O.O.	193.733	35	5.401.245
KANAAN D.O.O.	9.942.948	84	105.380.886
ADRIA SNACK COMPANY D.O.O	6.396.083	82	123.394.451

## Industria dolciaria

Descrizione	Produzione di cacao, cioccolato e caramelle (C1082)		
	2015	2016	Indice
Numero di imprenditori		18	-
Numero di occupati	2.237	2.260	101,0
Totali entrate	1.340.156	1.341.692	100,1
Totali uscite	1.343.594	1.351.518	100,6
Profitto del periodo	12.786	18.015	140,9
Perdita del periodo	20.474	34.543	168,7
Utile netto/perdita netto	-7.688	-16.528	215,0

Dai dati dell'Associazione di categoria dell'industria dolciaria emerge che il consumo medio di prodotti dolciari pro capite nel 2015 è stato di 21,8 kg.

Nel 2016 sono state vendute sul mercato 26.733 tonnellate di prodotti dolciari locali, mentre la quantità di prodotti dolciari importati e venduti in Croazia era pari a 68.728 tonnellate. Da questo dato emerge che l'industria dolciaria croata detiene sul mercato locale solo una quota del 28%. Non esiste paese dell'UE in cui i prodotti d'importazione incidano con più del 30%; in Croazia, invece, la quota di prodotti importati è del 72% sul totale delle vendite di prodotti dolciari. Nella gran parte dei paesi europei l'industria dolciaria locale colloca sul mercato nazionale il 70% della produzione. Sono un'eccezione il Belgio dove tale quota raggiunge l'80% e la Svizzera con il 90%.

Denominazione azienda	Profitto del periodo	N. di occupati	Fatturato
KRAŠ D.D.	17.302.489	1.492	867.720.880
RAJSKA PTICA D.O.O.	154.799	3	956.416
VASILJEV D.O.O.	8.382	60	27.185.280
HEDONA D.O.O.	1.503	9	1.238.861
PRALINA D.O.O.	1.176	2	259.137
FANTASIA SWEETS D.O.O.	952	0	2.383
VITLOV CHOCOLATE J.D.O.O.	649	0	29.778

## Settore della pasta

Descrizione	Produzione di paste alimentari, di gnocchi, di cuscus e di prodotti farinacei simili (C1073)		
	2015	2016	Indice
Numero di imprenditori		34	-
Numero di occupati	344	351	102,0
Totali entrate	175.586	181.668	103,5
Totali uscite	165.737	167.912	101,3
Profitto del periodo	8.770	13.018	148,4
Perdita del periodo	354	1.310	370,5
Utile netto/perdita netto	8.417	11.708	139,1

Secondo i dati del 2012 dell'Organizzazione dei produttori di pasta dell'UE, i croati stanno scoprendo sempre di più la pasta. Infatti, la Croazia con un consumo annuo di pasta di 7,3 kg pro capite, è tra i dieci maggiori consumatori di pasta nell'UE.

Il consumo annuo di pasta sul mercato croato ammonta a circa 40.000 tonnellate, con picchi durante la stagione turistica. Il mercato presenta un grande numero di marchi ed è abbastanza specifico per quanto riguarda la concentrazione sul territorio. Il marchio leader è Barilla che detiene oltre il 20% della quota di mercato. Le vendite hanno un notevole impulso durante i mesi estivi.

L'industria della pasta in Croazia ha registrato risultati interessanti negli ultimi dieci anni. Nel 2016 sono state prodotte 22.000 tonnellate di pasta. Operano sul mercato alcune grandi industrie, ma sono molto più numerose le piccole e medie imprese che producono pasta. Negli ultimi anni sono emersi alcuni importanti produttori che, grazie all'uso di nuove tecnologie hanno significativamente aumentato la loro produzione avviando anche le esportazioni di pasta sul mercato europeo e sul mercato del CEFTA. La percentuale di import di pasta in Croazia è del 56%, ma è diminuita significativamente rispetto a circa dieci anni fa quando ammontava all'80%.

Denominazione azienda	Profitto del periodo	N. di occupati	Fatturato
CLARUM D.O.O.	4.246.313	51	21.156.011
NAŠE KLASJE D.O.O.	2.261.914	37	20.313.016
MARODI D.O.O.	1.393.019	28	24.412.252
TEHNOTRADE D.O.O.	1.360.452	8	10.465.418
KLARA MARIĆ	948.592	13	7.330.007
RAGUSA D.O.O.	741.011	67	36.349.645
TJESTENINA CETINA D.O.O.	599.622	22	13.310.237
KOGUTEX D.O.O.	564.410	47	23.384.751

## Settore dell'olio

Descrizione	Produzione di oli e grassi (C1041)		
	2015	2016	Indice
Numero di imprenditori		100	-
Numero di occupati	356	370	103,9
Totali entrate	413.665	531.371	128,5
Totali uscite	406.174	534.336	131,6
Profitto del periodo	16.885	4.247	25,2
Perdita del periodo	9.862	8.049	81,6
Utile netto/perdita netto	7.022	-3.802	-

La categoria degli oli commestibili comprende tutti i tipi di olio per uso alimentare come olio di girasole, olio vegetale, olio di semi di zucca, olio d'oliva e oli misti. Alcuni di essi presentano anche sapori e/o ingredienti aggiuntivi (per es. il peperoncino). La categoria non comprende salse per condire insalate, grassi, né margarine per uso alimentare.

Nel corso del 2016 il volume delle vendite nel settore è diminuito del 6,2% (31.404.100 litri) e in valore è stata registrata una flessione del 5,9% (388,5 milioni di kune) rispetto ai 12 mesi precedenti.



I produttori leader per quote di mercato sono: Bunge Cereol (Viviol), Dijamant, IPK tvornica ulja Čepin (Tena, Vitaol) /IPK Oleificio Čepin (Tena, Vitaol), vari marchi commerciali, Zvijezda (Zvijezda, Omegol). I produttori sono citati in ordine alfabetico e dei prodotti a marchio ne vengono citati solo i più conosciuti.

I supermercati rappresentano il principale canale distributivo attraverso il quale si realizza il 40% del volume delle vendite, seguiti dagli ipermercati con il 26%. I negozi di grandi e medie dimensioni sono presenti rispettivamente con il 16% e 13%. I piccoli negozi detengono solo il 4% in volume.

Dalla ripartizione in base alla tipologia di prodotto emerge la predominanza dell'olio di girasole, con l'88% in volume, la rimanente quota è così suddivisa: olio di oliva (5%), olio vegetale (4%) e altri oli (2%).

Nel 2016 in Croazia sono stati prodotti circa 35.000 ettolitri di olio d'oliva e 31.183 tonnellate di olive, mentre 18.184 sono stati gli ettari coltivati a uliveto (1.000 ettari in meno rispetto allo scorso anno). Un calo dovuto in parte ai numerosi incendi che hanno colpito gli uliveti e in parte al loro abbandono.

In base ai dati forniti dal Ministero dell'Agricoltura, in Croazia sono presenti circa 160 frantoi geograficamente ben distribuiti e con una capacità media di lavorazione di circa 1.300 kg/ora. I frantoi costituiscono fondamentalmente un'attività di servizio (chi raccoglie le olive le porta in frantoio, ritira l'olio e da solo si occupa della vendita). In Croazia, si effettua soltanto la lavorazione primaria delle olive, ovvero, la loro trasformazione in olio, mentre mancano del tutto la lavorazione dell'olio grezzo, la filtrazione e la sua raffinazione e non si ricava l'olio dalla sansa di olive. La produzione locale, pertanto, non rappresenta ancora una grande concorrenza e per tale motivo la maggior parte dell'olio presente sul mercato proviene da Paesi i cui prezzi sono più bassi.

Il consumo per persona di olio di oliva è pari a 1,5 litri, ma se si somma il consumo nel campo della ristorazione la quantità sale a 2 litri pro capite. Cifre ben lontane, ad esempio, dai 20 litri della Grecia, dagli 11 litri di Spagna e Italia, oppure dagli 8,2 litri del Portogallo. Significative sono le differenze regionali relative al consumo che nella parte costiera risulta essere in linea con la media mediterranea, mentre è praticamente marginale nella Croazia continentale. La produzione nazionale riesce a soddisfare circa il 70% del fabbisogno del mercato, ma gran parte è costituita dal sommerso, ovvero dall'acquisto diretto dell'olio dal produttore senza alcun controllo di qualità.

Il consumo di olio d'oliva negli ultimi anni è in continuo aumento, grazie alla sua maggiore diffusione e alle attività messe in campo al fine di migliorare la qualità. Numerose manifestazioni a carattere educativo e altrettante competizioni tra olivicoltori hanno decretato valutazioni che dimostrano che l'olio extra vergine d'oliva è presente sul mercato per il 60%, l'olio vergine di oliva per il 35% e l'olio vergine di oliva lampante per il 5%. Cresce anche il numero degli oli d'oliva croati inseriti nelle prestigiose guide mondiali quali "L'extravergine" e "Flos olei".

## Settore dei prodotti biologici

Dai dati del Ministero dell'Agricoltura per il 2016 emerge che della complessiva superficie agricola quella adibita a coltivazioni biologiche ammonta a 93.594 ettari (+23% rispetto al 2015), 44.147 ettari sono suolo arabile e orti (+29% rispetto al 2015), mentre sono destinati a prati permanenti 39.089 ettari (+ 16% in più rispetto all'anno precedente). Nel 2016 la maggior crescita (31%) è stata segnata dalle coltivazioni di colture stabili su 10.358 ettari.

Tra i prodotti biologici di origine animale si registra un calo della produzione del 16% del latte vaccino (grezzo), di cui nel 2016 sono state prodotte 5.023 tonnellate, e del miele, che ha registrato una lieve flessione del 2% per un totale di 47 tonnellate prodotte. Nel 2016 la maggior crescita, pari al 155%, è stata registrata nella produzione di latte di capra (grezzo) per un totale di 102 tonnellate e nella produzione di uova commestibili (246.890 pezzi) con un aumento del 110% rispetto al 2015. Un incremento è stato realizzato anche da altri prodotti agricoli biologici: carne suina (+52%), carne ovina (+50%), carne di manzo e vitello (+36%), carne caprina (+8%). Nonostante l'aumento sembri significativo, si tratta in realtà di quantità produttive irrilevanti.

Da Paesi terzi quali Giappone, India, Perù, Filippine, Pakistan, Macedonia, Stati Uniti, Sri Lanka, si importano: condimenti vari (papavero, curcuma, zenzero, olio di cocco, green magma, moringa, noni), farina e sciroppo di riso, burro di arachidi, tè verde e mix di altri tè, spezie, salsa di soia, alghe e altro. La frutta secca e surgelata viene importata principalmente dalla Turchia e dalla Serbia (frutta da bacca), mentre non si registrano dati particolari sui prodotti biologici provenienti dagli altri Paesi membri dell'UE. Sul mercato è stato evidenziato un aumento dell'offerta interna per quanto riguarda l'olio di oliva certificato e il vino, nonché un'ampia offerta di prodotti derivanti dalla lavorazione dell'aronia. L'offerta croata di alimenti biologici continua a scarseggiare per quanto riguarda gli ortaggi e non è sufficiente neppure l'offerta di frutta biologica. I latticini e le uova biologici non riescono a raggiungere il consumatore su un mercato più vasto a causa di una produzione limitata e rigidi criteri di distribuzione. La maggior parte dei prodotti sul mercato è di origine straniera.

La vendita al dettaglio di prodotti biologici non è ancora entrata in misura rilevante nei grandi canali distributivi, pertanto la maggior parte di questi prodotti può essere acquistata nei mercati, grazie all'attività di associazioni e gruppi di scambio solidale (trattasi per lo più di prodotti freschi), nei negozi specializzati in prodotti biologici oppure in determinate catene di drogherie e supermercati.

La situazione attuale per i prodotti biologici è cambiata sensibilmente in seguito ai problemi riportati dal gruppo Agrokör, nello specifico dalla catena di negozi al dettaglio *Konsum*, nella quale si potevano trovare prodotti alimentari biologici sia croati che stranieri e la cui offerta, al momento, risulta essere molto limitata. L'impossibilità di molti produttori di biologico di far fronte alle mancate riscossioni dei pagamenti ha già influito sull'attività di molti, aprendo nuove possibilità di ingresso nella fetta di mercato che tali produttori stanno abbandonando.

Un notevole assortimento di prodotti è presente nei negozi *bio&bio*, *dm* e *Spar* che stanno diffondendo questo assortimento tra la clientela croata. BioVega (*bio&bio*) già da 20 anni si impegna ad incentivare l'agricoltura biologica croata non solo incoraggiando gli agricoltori alla conversione, ma fornendo anche garanzie per il raccolto e supporto nello sviluppo delle attività.

La gamma di prodotti presenti nei negozi specializzati *bio&bio* comprende prodotti freschi quali frutta e verdura, una selezione giornaliera di prodotti da forno nonché un'offerta di latticini biologici (in particolare prodotti di latte caprino e ovino) e un'accurata scelta di fresche delizie vegane. L'offerta comprende prodotti relativi alla preparazione dei pasti quali cereali, legumi, semi e frutta secca, nonché cosmetici e spezie/condimenti vari. È intenzione dei punti vendita *bio&bio* avere il maggior numero possibile di prodotti biologici croati e attualmente circa il 20% dell'offerta complessiva risulta provenire da produttori locali.

*Spar* Croazia offre, all'interno del proprio assortimento biologico denominato *Natur pur*, una linea di prodotti che include frutta e verdura fresche, una vasta gamma di latticini, generi alimentari vari, pane e altri prodotti da forno, snack, prodotti di salumeria. La *Spar* collabora con fornitori croati per tutte le categorie di prodotti, in particolare per l'ortofrutta per il loro brand *Natura pur*.

L'assortimento di articoli biologici offerti dall'azienda *dm* comprende prodotti alimentari, inclusi quelli per bambini, bibite, articoli per la cura della casa, prodotti per la cura del viso e del corpo, cosmetici, spezie e condimenti vari. La quota di cibo biologico presente all'interno dell'assortimento relativo alla cosiddetta alimentazione consapevole è pari al 47,39%. La gamma dei prodotti biologici è in continua espansione ed oggi il brand *dmBio* conta più di 400 prodotti diversi. Allo stesso tempo, è stata intensificata la collaborazione con i produttori locali i cui prodotti sono ormai presenti in tutti i punti vendita. Tutti i negozi *dm* propongono attualmente articoli di 16 produttori croati tra cui anche l'offerta di otto imprese agricole a conduzione familiare specializzate in produzioni biologiche. Cosmetici e prodotti alimentari sono tra i principali prodotti biologici croati offerti nei punti vendita *dm*.

Nel settore dei prodotti ecologici ampio spazio viene dato alle importazioni, infatti sono pochi gli articoli di produzione locale (si tratta prevalentemente di prodotti freschi, cereali, farine, creme spalmabili, ortaggi sott'aceto, pasta alimentare, creme spalmabili alla frutta e prodotti affini, olio di oliva biologico). Il mercato locale del biologico dimostra segni di saturazione con molti prodotti simili (per es. numerose lavorazioni di bacche di aronia). Pertanto, con una buona promozione, c'è spazio per lanciare prodotti innovativi sul mercato.

## Quadro normativo

### *Sicurezza alimentare*

La Repubblica di Croazia ha acquisito il diritto comunitario (acquis communautaire) in materia di sicurezza alimentare. Per sicurezza alimentare si intende il mantenimento di un alimento sano e sicuro lungo l'intera filiera che comprende produzione, lavorazione, stoccaggio, trasporto e immissione sul mercato. Le aziende della filiera del settore agroalimentare sono responsabili per il cibo in tutte le fasi sotto il loro controllo; è loro obbligo legale introdurre sistemi di autocontrollo che si basano sui principi dell'analisi del rischio e dei punti critici di controllo (HACCP), applicando buone prassi igieniche.

Secondo le disposizioni della Legge sugli alimenti è il Ministero dell'Agricoltura l'organo dello Stato responsabile della sicurezza, dell'igiene e della qualità di alimenti e mangimi; è preposto alla sorveglianza e rappresenta un punto di contatto per la Commissione europea.

### *Etichettatura degli alimenti*

L'etichettatura, la pubblicità, la presentazione ovvero l'informazione dei consumatori sui prodotti alimentari devono essere tali da non indurre in inganno il consumatore finale in termini di composizione, quantità, durata, origine, processo di produzione, caratteristiche degli alimenti, natura del prodotto, identità e proprietà. La responsabilità per l'etichettatura, la pubblicità e la presentazione degli alimenti confezionati o preconfezionati è a carico del produttore o della persona che immette gli alimenti sul mercato o li commercializza, e che ha sede nel territorio dell'Unione europea.

L'operatore del settore alimentare che commercializza l'alimento al consumatore finale è responsabile dell'etichettatura ovvero della fornitura di informazioni ai consumatori sugli alimenti non confezionati o non preimballati.

Se si vende ad altre società e non ai consumatori finali, non persiste l'obbligo di usare la lingua croata sui prodotti. Per la vendita ai consumatori finali è obbligatorio l'uso della lingua croata.

### *Standard di qualità alimentare*

Al fine di informare i consumatori e tutelare i loro interessi in Croazia, la maggior parte delle categorie alimentari sono disciplinate da apposite normative che riguardano:

- classificazione, categorizzazione e denominazione dell'alimento,
- proprietà fisiche, determinate proprietà chimiche, fisico-chimiche e sensoriali nonché composizione degli alimenti,
- proprietà fisico-chimiche e sensoriali degli ingredienti e loro tipologia e quantità, additivi e altre sostanze utilizzate nella produzione e nella lavorazione degli alimenti,
- processi tecnologici che vanno applicati nella produzione e lavorazione di alimenti
- procedure da espletare prima dell'immissione degli alimenti sul mercato (solo per determinati alimenti)
- requisiti supplementari di etichettatura degli alimenti,
- metodologie stabilite dall'UE per il controllo degli standard di qualità alimentare.

La maggior parte delle leggi e degli atti normativi aventi forza di legge in materia di sicurezza alimentare e qualità degli alimenti sono armonizzati con la legislazione dell'UE e non vi è alcuna necessità di adeguamenti per essere in regola con la legislazione croata.

Si ritiene che i prodotti immessi legalmente sul mercato in altri Stati membri dell'UE, nello Spazio economico europeo o in Turchia soddisfino i requisiti stabiliti dal Regolamento sulla sicurezza alimentare e possono, quindi, essere immessi sul mercato se prodotti conformemente alla legislazione nazionale che garantisce un livello equivalente di tutela dell'interesse pubblico.

#### *Riconoscimento reciproco*

Per molte categorie di prodotti sono in vigore a livello UE norme e specifiche tecniche. Se per il prodotto/i esistono specifiche UE, gli stessi devono essere conformi a tali specifiche per poter essere liberamente commercializzati nell'UE.

Se non esistono specifiche a livello UE, in diversi paesi dell'UE possono venir applicate specifiche differenti. In questi casi i prodotti devono essere conformi alle normative in vigore nel paese d'origine. Altri paesi non possono vietare la commercializzazione del prodotto o prescrivere l'obbligo di modificarlo o richiedere controlli aggiuntivi se si può comprovare che i prodotti soddisfano tutti i requisiti tecnici e qualitativi nel paese di provenienza e hanno un livello di sicurezza simile: si applica, quindi, il principio di riconoscimento reciproco.

Per quanto riguarda i requisiti richiesti le norme nazionali si differenziano in relazione a:

- grandezza/dimensioni
- peso
- composizione
- etichettatura
- imballaggio
- controllo

Possono scattare divieti d'importazione per quei prodotti per i quali si dimostra che non soddisfano i requisiti tecnici nazionali e pertanto non sono equivalenti in termini di livelli di sicurezza richiesti.

Tale disposizione si riferisce alla sicurezza e qualità degli alimenti importati direttamente da paesi terzi e non alla sicurezza e qualità degli alimenti che si trovano sul mercato comune dell'UE.

In materia di tutela dei diritti di proprietà intellettuale nel settore agroalimentare la Croazia collabora con gli altri Stati membri tramite l'Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale. I regolamenti dell'UE hanno stabilito l'obbligo generale di creare un sistema di controllo delle denominazioni di origine geografica. Gli Stati membri sono tenuti ad adottare delle appropriate misure amministrative e giuridiche per prevenire o impedire l'uso illegale di prodotti a denominazione protetta che vengono prodotti o commercializzati sui loro mercati nazionali. Tali misure sono state adottate per garantire una migliore protezione delle denominazioni registrate in tutta l'Unione europea (oltre ai controlli ufficiali delle denominazioni registrate a livello nazionale); queste attività vengono svolte senza preavviso e sono principalmente destinate ad assicurare agli utenti provenienti da un determinato Stato membro la protezione sul mercato di un altro Paese dell'UE.

La legislazione croata ha varato una serie di normative relative al diritto al marchio nonché la legge sulla concorrenza sleale e la legge sulla tutela dei consumatori, che forniscono a utenti e consumatori efficaci mezzi di tutela dei loro diritti.

**(traduzione a cura di Vanda Maržić-Sabalić)**