

LITUANIA

Nota di Settore **Prodotti agro-alimentari**

A cura di

dott.ssa Laima Janciute e dott.ssa Irina Vitkovskaja

L'Istituto nazionale per il Commercio Estero, con la propria rete di Uffici nel mondo e con le attività di promozione e di assistenza, costituisce un osservatorio sui mercati internazionali al servizio delle imprese italiane.

La presente pubblicazione rientra nel programma editoriale dell'Istituto - collana "INDAGINI/PROFILI - PRODOTTO/MERCATO" - ed è stata realizzata dall'Ufficio ICE di Varsavia

Il programma editoriale è curato dall'Area Prodotti Informativi - Editoria Elettronica.

Novembre 2010

INDICE

Quadro Macroeconomico del Paese	3
Valutazione del mercato	5
Concorrenza e posizionamento dell'Italia	6
Sistema distributivo	16
Previsioni del mercato	17
Media e manifestazioni	18
Norme tecniche.....	20

Per ulteriori chiarimenti sul settore presentato in questa Nota si contatti:

ICE atstovybė Vilniuje

Universiteto g. 4, LT-01122 Vilnius

T +370.52123744 F +370.52123449

vilnius@ice.it www.ice.it

Quadro Macroeconomico del Paese

Principali indicatori macroeconomici

	2006	2007	2008	2009	2010
Media della popolazione (migliaia)	3384.9	3366.4	3349.9	3338.7	3254.6
Tasso di disoccupazione (%)	5.6	4.3	5.8	13.7	17.8 ⁴
Tasso d'inflazione annuale rispetto al periodo precedente (var. %)	4.5	8.1	8.5	1.3	0.5 ³
Media reddito lordo degli occupati (in LTL.)	1495.7	1802.4	2151.7	2056.0	2081.8
Media reddito netto degli occupati (in LTL.)	1092.9	1351.9	1650.9	1602.0	1614.22
Indice del reddito reale degli occupati (%)	114.9	117.0	110.1	92.8	93.1
Media delle pensioni di vecchiaia (in LTL.)	477	595	770	811	747.00 ⁵
Indice della produzione agricola lorda a prezzi costanti (%)	87.1	116.7	105.2	101.8	98.5 ⁵
Indice di produzione industriale (IVA ed accise escluse) a prezzi costanti (%)	106.5	102.4	105.5	85.4	108.1 ⁶
Indice del lavoro autonomo svolto all'interno del Paese a prezzi correnti (%)	121.6	122.7	103.7	52.1	
Indice del giro d'affari (IVA esclusa) nelle imprese di commercio al dettaglio, vendita di autoveicoli e motoveicoli, loro manutenzione e riparazione, vendita al dettaglio di carburanti (%)	123.5	125.6	103.5	54.7	117.3 ⁷
Esportazioni beni e servizi (in mld. di LTL.)	38.9	43.2	55.5	40.7	23.7 ⁵
Importazioni beni e servizi (in mld. di LTL.)	53.3	61.5	73.0	45.1	26.5
Saldo bilancia commerciale (in mld. di LTL.)	-14.4	-18.3	-17.5	-4.4	-2.9 ⁵
Stock di investimenti diretti dall'estero (in mln. di LTL.)	28924.6	35503.9	32040.4	33695.9	32741.0 ⁵
PIL a prezzi correnti (in mln. di LTL.)	82793	98669	111190	91526	69314 ⁴
Variazione del PIL (%)	7.8	9.8	2.8	-14.7 ²	
PIL pro-capite a prezzi correnti (in LTL.)	24393	29230	33111	27656 [*]	

Fonte: Istituto Nazionale di Statistica lituano

² Dato non definitivo

³ Dato riferito ad ottobre 2010

⁴ Dato riferito al 3° trimestre 2010

⁵ Dato riferito al 2° trimestre 2010

⁶ Dato riferito a settembre 2010

⁷ Dato riferito ad agosto 2010



La Lituania è la più grande delle tre Repubbliche baltiche e, per la sua posizione geografica, costituisce un ponte naturale verso un mercato più vasto, che include Bielorussia, Polonia orientale, Lettonia, Estonia e Russia. Secondo i più recenti dati dell'Istituto Nazionale di Statistica lituano (maggio 2010) la popolazione ammonta a 3.310.700 unità, in diminuzione dello 0,9%.

In Lituania per parecchi anni la crescita economica è stata poderosa con un aumento medio annuo del PIL del 7,4% nel periodo 2001-2008. Tuttavia gli squilibri interni e esterni accumulati durante questa fase hanno condotto ad una inversione del ciclo, a partire dal 2008, iniziata con una contrazione della domanda interna. All'inversione del ciclo si è aggiunta la crisi finanziaria globale, provocando lo scoppio delle bolle immobiliare, finanziaria ed il credito e al crollo della domanda esterna ed interna, quest'ultima sia pubblica che privata.

A causa dei tagli ai salari (-4,4%) nei settori pubblici e privati, della riduzione dei benefit sociali, dell'aumento delle tasse indirette nel 2009, delle restrizioni sul credito, il reddito disponibile delle famiglie si è ridotto notevolmente. La disoccupazione nel 2009 ha raggiunto il tasso del 13,9%.

Si prevede una ripresa dell'economia solo a medio termine, anche se il Governo nel 2010:

- punta sull'incremento delle esportazioni per uscire dalla crisi;
- ha già introdotto delle misure correttive di natura fiscale, perseguendo il contenimento del deficit statale e l'avvio di riforme strutturali (quali la riforma del sistema pensionistico).

Le statistiche relative al IV trimestre 2009 indicano che l'agricoltura ha inciso per il 4,4% del PIL, scendendo dal 12% del 1995; si tratta in ogni caso di una percentuale che è ben al di sopra della media europea del 2%. L'agricoltura lituana si propone oggi come settore meritevole di un certo interesse, grazie alle consolidate tradizioni agricole ed al buon livello dei suoi operatori. Il suolo arato corrisponde tuttavia a solo il 47% circa della superficie totale della Lituania; vengono prodotti grano, orzo, segale, avena, patate, barbabietole da zucchero, colza, lino, frutta e ortaggi.

Il settore dei servizi, invece, è passato dal 40% del PIL del 1992 al 68,9% dell'ultimo dato disponibile (2009). Il restante 26,7% è il contributo del settore industriale alla formazione del PIL. Il 75% dell'attività economica ha luogo nella sfera del settore privato.

L'asse portante della struttura produttiva del Paese è costituito dalle industrie alimentari, da quelle per la lavorazione del legno e da quelle tessili, mentre il settore più dinamico è quello dei servizi, ambito nel quale una delle voci più importanti è costituita dal commercio di transito, soprattutto di prodotti petroliferi da e verso l'enclave russa di Kaliningrad.

~~~~~

Dal 1 maggio 2004, ovvero del momento dell'ingresso nella UE, il mercato lituano rientra nel mercato unico europeo, pertanto:

- lo scambio con l'Italia è libero e regolato dalle normative intracomunitarie (in parole povere: non ci sono frontiere doganali), incluse quelle sull'IVA
- I rapporti di import/export con Paesi terzi (extracomunitari), inclusi quindi codici merceologici, dazi, procedure doganali, magazzini doganali, misure antidumping, trattamento attivo/passivo della merce, ecc., sono regolati dalle stesse direttive UE che valgono in Italia
- Per quanto concerne certificazioni/omologazioni, ecc., la regola fondamentale è quella che vale in tutti i Paesi UE: se per un settore, o – meglio – un gruppo merceologico esiste la normativa UE (EN) vigente, allora valgono le regole comunitarie simboleggiate dal marchio CE; altrimenti valgono le normative locali.

Il tasso di cambio è stato fissato, a partire dal 2 febbraio 2002, a 1 Euro=3,4528 Lit.

## Valutazione del mercato

La Lituania è tradizionalmente un paese nel quale si produce la maggioranza dei prodotti destinati alla tavola. Sebbene il settore agricolo sia diminuito di molto, continua ad avere un ruolo importante per l'economia locale: più di 450 mila persone lavorano nel settore agricolo. Invece nell'industria della lavorazione dei prodotti agroalimentari sono impiegate 40 mila persone. Anche adesso le industrie alimentari (lattiero-casearia, produzione e lavorazione di carne, produzione di alcolici, birra, cioccolateria, prodotti di panificazione, piscicoltura e lavorazione del pesce ed altre) costituiscono uno degli assi portanti della struttura produttiva del Paese. Comunque una serie di prodotti vengono completamente importati come vino d'uva, olio d'oliva, caffè, tè, agrumi e vari altri tipi di frutta e verdura. Si importano inoltre in abbondanza anche molti prodotti delle categorie sopra menzionate la cui produzione è presente in Lituania, e le cui relative quote di mercato vengono condivise quindi con i produttori esteri.

Il giro d'affari della vendita al dettaglio di generi alimentari, bevande alcoliche e tabacchi nel 2008 in Lituania ha raggiunto circa a 3,6 miliardi di euro, crescendo più del doppio in valore dal 2000 (circa 1,7 miliardi di euro rispettivamente). Mentre il settore Ho.re.ca. (ristoranti, bar, mense ed altre attività) negli stessi anni di riferimento ha fatturato ca. 0,3 miliardi di euro nel 2008, crescendo quindi 3 volte in valore da ca. 0,1 miliardi di euro, di dieci anni fa.

### Tabella 1 - Bilancia commerciale lituana dei principali prodotti agro-alimentari

(vv.dd. 02, 03, 04, 05, 07, 08, 09, 10, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22).

| Dati                  | 2006   | 2007   | 2008   | 2009   | 9 m. 2010 |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|-----------|
| Esportazioni in mln € | 1201,7 | 1624,4 | 2036,3 | 1735,2 | 1461,5    |
| Importazioni in mln € | 1202,9 | 1500,1 | 2038,0 | 1608,6 | 1362,9    |
| saldo                 | -1,2   | 124,3  | -1,7   | 126,6  | 98,6      |

Fonte: Elaborazione ICE Vilnius su dati Istituto Nazionale di Statistica lituano

L'export lituano dei principali prodotti agro-alimentari (vv.dd. 02, 03, 04, 05, 07, 08, 09, 10, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22) nel 2008 è cresciuto del 25 % rispetto al 2007, mentre nel 2009 è diminuito di quasi il 15% rispetto al 2008. L'import, invece, è cresciuto del 36 % nel 2008 sul 2007 e diminuito del 21% nel 2009 rispetto all'anno precedente.

Per quanto attiene alle abitudini d'acquisto dei consumatori lituani, fino a tempi recenti, uno dei principali criteri per la scelta dei prodotti era il prezzo. Però attualmente, sempre più consumatori scelgono prodotti di qualità anche se più costosi. Alla domanda<sup>1</sup> "quali criteri sono più importanti nel processo di scelta del prodotto agroalimentare", la maggioranza dei consumatori ha indicato freschezza e genuinità (oltre il 79% dei consumatori valutano negativamente la presenza di conservanti e aromi artificiali). Schede di certificazione di qualità sono sempre più richieste, anzitutto nei settori connessi alla produzione/lavorazione di latte, pesce e carne.

I sondaggi mostrano che i consumatori sono interessati a ricevere più informazioni possibili sulla qualità e sicurezza dei prodotti. I lituani pensano che a queste esigenze rispondano di più i prodotti agroalimentari lituani; perciò, ove possibile, normalmente scelgono i prodotti locali. In Lituania il 52% degli interrogati hanno indicato che comprano più frequentemente prodotti agroalimentari d'origine lituana, invece l'11% degli interrogati non hanno dato nessuna priorità ad alcuno dei gruppi di prodotti.

Durante la crisi, nel 2009-2010, si sono notate due tendenze di sviluppo del mercato lituano dei prodotti agroalimentari: da un lato, la maggiore parte di consumatori preferisce acquistare i prodotti più economici e, dall'altro lato, alcuni consumatori, soprattutto di classe media, preferiscono acquistare prodotti di alta qualità, molto spesso delicatessen.

<sup>1</sup> Fonte [www.manoukis.it](http://www.manoukis.it)

### Cenni sulla produzione locale

I settori dell'agricoltura lituana tradizionalmente forti sono l'industria del latte e l'allevamento del bestiame da carne. Nell'agroindustria eccelle la produzione di prodotti e lavorazione della carne. Nel settore della lavorazione della carne attualmente operano più di 400 aziende che producono, trattano e vendono carne e prodotti a base di carne. Oltre 150 aziende producono, trattano e vendono prodotti lattiero-caseari, tra cui i 4 maggiori produttori sono le società PIENO ZVAIGZDES, ZEMAITIJOS PIENAS, ROKISKIO SURIS, e VILKYSKIU PIENINE. Tutte queste società producono diversi prodotti lattiero-caseari – latte, formaggi, yogurt ed altri. Una grande parte dei prodotti di queste società viene esportata sia nei Paesi occidentali che nei paesi dell'ex Urss.

Attualmente in Lituania si sta sviluppando la produzione dei prodotti biologici, controllati e certificati da un'istituzione riconosciuta a livello internazionale „Ekoagros“. Le relative aziende sono per lo più di carattere misto, cioè coltivano frumento, patate, allevano bestiame, alcune sono specializzate nella produzione di verdura, frutta, frutti di bosco, erbe medicinali e miele.

---

### **Concorrenza e posizionamento dell'Italia**

---

#### Il mercato dei prodotti italiani in Lituania

Nel corso degli ultimi anni in Lituania il consumo di prodotti agroalimentari italiani stava facendo riscontrare un continuo aumento: l'import dall'Italia nel 2007 è aumentato del 39 % in valore rispetto al 2006 e del 44 % nel 2008 rispetto al 2007. Nel 2009 è invece registrata una tendenza di riduzione delle importazioni anche dei prodotti italiani del 10% inferiore a quelle di nostri concorrenti principali.

#### **Tabella 2 Importazione dei principali prodotti agro-alimentari**

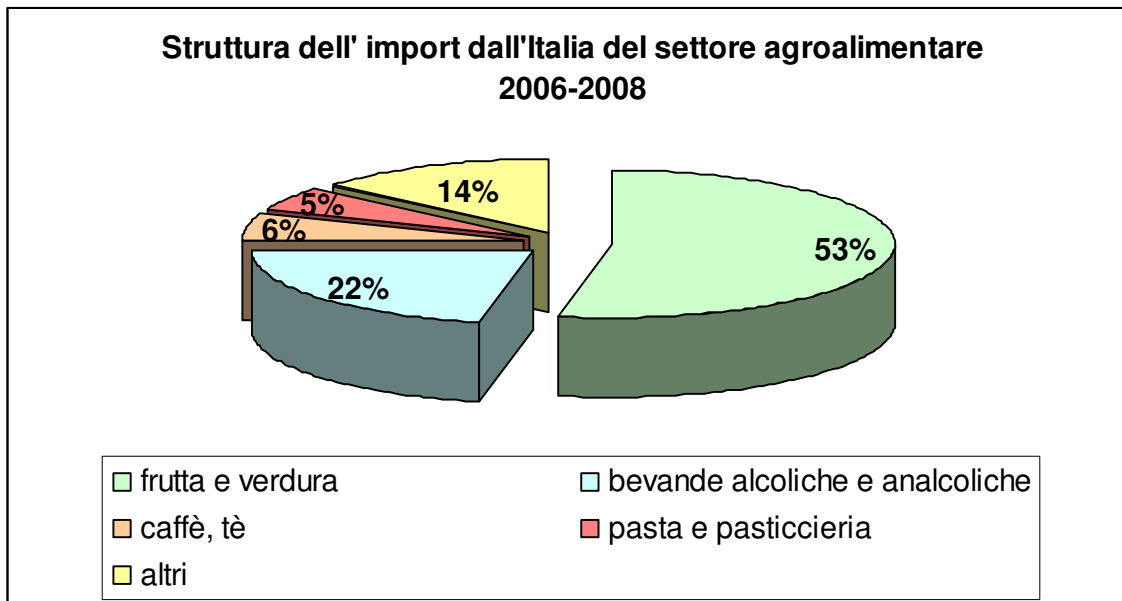
(vv.dd. 02, 03, 04, 05, 07, 08, 09, 10, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22).

| <b>Dati</b>                                              | <b>2006</b> | <b>2007</b> | <b>2008</b> | <b>2009</b> | <b>9m. 2010</b> |
|----------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------------|
| Importazioni dall'Italia in mln €                        | 38,9        | 54,2        | 78,1        | 69,9        | 68,8            |
| Quota importazioni dall'Italia sulle importazioni totali | 3,2%        | 3,6%        | 3,8%        | 4,3%        | 5,0%            |

Fonte: Elaborazione ICE Vilnius su dati Istituto Nazionale di Statistica lituano

I prodotti italiani più conosciuti in Lituania sono il vino, il caffè e le paste alimentari. Questi, a parte quelli ortofrutticoli, costituiscono le maggiori voci delle esportazioni italiane del settore verso il mercato lituano. L'olio d'oliva, i prodotti da forno, i salumi e le conserve alimentari, pur avendo delle quote interessanti nei propri segmenti, sono meno importanti in termini di interscambio assoluto.

In molte categorie di prodotti in Lituania l'interscambio avviene con i paesi limitrofi: la Polonia, la Lettonia, l'Estonia, la Russia (soprattutto quale destinazione delle esportazioni alimentari lituane), la Germania ed i Paesi Scandinavi. Nelle categorie dei prodotti tipicamente mediterranei l'Italia occupa quasi sempre le prime posizioni; la Spagna e la Francia sono i principali Paesi concorrenti a seconda dei prodotti.



Fonte: Elaborazione ICE Vilnius su dati Istituto Nazionale di Statistica lituano

Di seguito si riportano i dati statistici dell'interscambio relativo ad alcuni prodotti, quali salumi, formaggi, paste, olio, pasticceria, cioccolata, caffè.

N.B. per maggiori informazioni sul mercato del vino vedasi la relativa Nota settoriale.

## SALUMI v.d. 1601 e 0210

I punti vendita di tali prodotti in Lituania abbondano soprattutto di salumi di produzione locale. Per quanto riguarda le importazioni di salumi, i principali fornitori sono la Polonia, la Lettonia e l'Estonia. La produzione proveniente da questi paesi è avvantaggiata da tradizioni e da abitudini alimentari simili, ma soprattutto dal rapporto qualità-prezzo e dal fatto che i costi di trasporto incidono meno rispetto agli altri Paesi fornitori. Inoltre, la produzione dai suddetti paesi viene distribuita nel mercato locale anche con marchi lituani.

Nel 2008 l'Italia risultava il secondo fornitore di prosciutti, dopo la Polonia, e l'import della v.d. 0210 è aumentato circa 18 volte in valore rispetto al 2007. Il mercato pare soprattutto favorevole ai prosciutti crudi italiani, in quanto i prezzi dei prodotti locali della stessa tipologia sono uguali a quelli dei prodotti italiani. Nel 2009 l'Italia ha perso la sua posizione diventando solo il 6° tra i fornitori di prosciutti. Questo fatto è dovuto a una delle tendenze del mercato lituano – tendenza di una considerevole percentuale dei consumatori ad acquistare i prodotti più economici e quindi, di produzione locale o importati dai paesi limitrofi, prima di tutto dalla Polonia.

## Prosciutti import v.d. 0210 (valore in migliaia Eur)

| Dati          | 2006   | 2007   | 2008    | 2009   |
|---------------|--------|--------|---------|--------|
| POLONIA       | 448,04 | 737,72 | 1429,36 | 1689,7 |
| SPAGNA        | 105,13 | 138,84 | 214,29  | 384,5  |
| LETONIA       | 74,84  | 111,21 | 183,47  | 234,7  |
| <b>ITALIA</b> | 13,44  | 35,16  | 630,47  | 92,5   |



|               |                |               |               |               |
|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|
| GERMANIA      | 28,18          | 175,34        | 217,27        | 269,0         |
| AUSTRIA       | 67,19          | 191,35        | 439,50        | 102,2         |
| ALTRI         | 20,8           | 50,0          | 230,5         | 93,3          |
| <b>Totale</b> | <b>757,617</b> | <b>1439,6</b> | <b>3344,9</b> | <b>2865,9</b> |

Prosciutti export v.d. 0210(valore in migliaia Eur)

| Dati          | 2006         | 2007         | 2008         | 2009         |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| LETTONIA      | 99,9         | 360,3        | 409,0        | 335,7        |
| REGNO UNITO   | 14,5         | 30,3         | 61,1         | 54,2         |
| IRLANDA       | 59,5         | 61,9         | 47,6         | 44,5         |
| GERMANIA      | 2,0          | 0,0          | 7,8          | 0,0          |
| RUSSIA        | 2,0          | 95,6         | 63,6         | 5,2          |
| ESTONIA       | 34,4         | 89,0         | 108,6        | 89,2         |
| POLONIA       | 7,7          | 20,1         | 27,7         | 21,5         |
| ALTRI         | 3,4          | 0,2          | 5,2          | 5,7          |
| <b>Totale</b> | <b>223,4</b> | <b>657,4</b> | <b>730,6</b> | <b>556,0</b> |

~~~~~

Salsicce, salami e prodotti simili, di carne, import v.d. 1601(valore in migliaia Eur)

Dati	2006	2007	2008	2009
POLONIA	10096,0	13657,1	15471,9	16928,2
SPAGNA	417,6	564,6	1063,1	1033,2
LETTONIA	1499,6	1232,4	1329,1	914,1
SVEZIA	381,9	375,6	163,5	121,1
ITALIA	5,4	20,1	65,5	39,6
GERMANIA	120,0	280,4	257,6	432,4
AUSTRIA	31,4	43,1	337,1	186,0
FRANCIA	33,7	138,4	132,3	18,4
BELGIO	59,7	77,4	95,2	12,3
ESTONIA	2440,5	2072,4	2767,0	3188,0
DANIMARCA	1,9	354,4	720,6	387,9
ALTRI	2,1	2,6	28,2	153,1
Totale	15089,8	18818,5	22431,1	23414,3



Salsicce, salami e prodotti simili, di carne export v.d. 1601 (valore in migliaia Eur)

Dati	2006	2007	2008	2009
LETTONIA	2411,1	2527,8	2022,6	2524,2
REGNO UNITO	479,3	730,1	1084,9	1132,4
IRLANDA	1090,2	1293,7	1477,9	1248,2
GERMANIA	32,6	12,3	13,4	2,1
RUSSIA	265,7	403,4	230,4	478,0
ESTONIA	859,2	1019,5	979,6	1760,5
POLONIA	115,6	122,4	106,8	67,8
ALTRI	69,2	34,6	64,8	126,6
Totale	5322,9	6143,8	5980,4	7339,8

Import complessivo vv.dd. 0210 e 1610 (valore in %)

Dati	2006	2007	2008	2009
POLONIA	66,5%	71,1%	65,6%	70,8%
SPAGNA	3,3%	3,5%	5,0%	5,4%
LETTONIA	9,9%	6,6%	5,9%	4,4%
ITALIA	0,1%	0,3%	2,7%	0,5%
GERMANIA	0,9%	2,2%	1,8%	2,7%
AUSTRIA	0,6%	1,2%	3,0%	1,1%
ESTONIA	15,4%	10,2%	10,7%	12,2%
SVEZIA	2,4%	1,9%	0,6%	0,5%
FRANCIA	0,2%	0,7%	0,5%	0,1%
DANIMARCA	0,0%	1,7%	2,8%	1,5%
ALTRI	0,1%	0,3%	1,0%	0,9%
Totale	100%	100%	100%	100%

Export complessivo vv.dd. 0210 e 1610 (valore in %)

Dati	2006	2007	2008	2009
LETTONIA	45,3%	42,5%	36,2%	36,2%
REGNO UNITO	8,9%	11,2%	17,1%	15,0%
IRLANDA	20,7%	19,9%	22,7%	16,4%
GERMANIA	0,6%	0,2%	0,3%	0%
RUSSIA	4,8%	7,3%	4,4%	6,1%

ESTONIA	16,1%	16,3%	16,2%	23,4%
POLONIA	2,2%	2,1%	2,0%	1,1%
ALTRI	1,3%	0,5%	1%	1,7%
Totale	100 %	100%	100%	100%

FORMAGGI v.d. 0406

Il consumatore lituano ormai conosce, apprezza e reperisce nei vari punti di vendita tutti i principali tipi di prodotti caseari italiani. Tuttavia essi, a causa del prezzo, al momento rientrano più nella categoria dei prodotti di fascia alta/delikatessen che tra i prodotti di alimentazione quotidiana. La Lituania comunque si afferma piuttosto come forte esportatore dei formaggi, con volumi dell'export dei relativi prodotti molto più alti di quelli dell'import. Infatti, l'Italia, dopo la Russia, attualmente risulta la seconda destinazione dell'export lituano di formaggi.

Import v.d. 0406 (valore in migliaia Eur/ %)

Dati	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%
POLONIA	3849,3	48,6%	5627,6	47,8%	8818,1	46%	8260,6	54,0%
ESTONIA	933,7	11,8%	1865,4	15,8%	3078,9	16,1%	3104,0	20,3%
GERMANIA	840,3	10,6%	1668,5	14,2%	3347,1	17,5%	1713,0	11,2%
LETTONIA	1658,6	21%	1585,1	13,5%	1853,1	9,7%	1022,6	6,7%
DANIMARCA	165,8	2,1%	153,5	1,3%	196,8	1,0%	158,5	1,0%
ITALIA	139,9	1,8%	187,5	1,6%	290,3	1,5%	193,1	1,3%
FRANCIA	125,8	1,6%	421,7	3,6%	417,3	2,2%	136,3	0,9%
REGNO UNITO	80,3	1%	136,5	1,2%	167,7	0,9%	111,6	0,7%
PAESI BASSI	55,1	0,7%	22,7	0,2%	603,1	3,1%	306,6	2,0%
RUSSIA	7,8	0,1%	76,9	0,7%	177,1	0,9%	86,7	0,6%
ALTRI	56,8	0,7%	31,3	0,3%	207,5	1,1%	192,9	1,3%
Totale	7913,4	100%	11776,8	100%	19156,9	100%	15285,9	100%

Export v.d. 0406 (valore in migliaia Eur/ %)

Dati	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%
RUSSIA	89998,6	54,4%	98894,8	52,9%	119053,4	52,5%	89772,5	47,8%
ITALIA	45107,9	27,3%	50020,8	26,7%	63527,2	28,0%	59295,2	31,6%
LETTONIA	8552,4	5,2%	10210,2	5,5%	15809,8	7,0%	14177,5	7,6%
GERMANIA	3550,5	2,1%	7465,9	4,0%	3988,4	1,8%	921,0	0,5%
PAESI BASSI	5085,4	3,1%	4202,9	2,2%	4796	2,1%	3147,4	1,7%
ESTONIA	4169,4	2,5%	2705,8	1,4%	2108,3	0,9%	1383,8	0,7%
ROMANIA	0	0,0%	2965	1,6%	5748,1	2,5%	955,4	0,5%



POLONIA	1508,8	0,9%	1764,4	0,9%	1282	0,6%	3539,2	1,9%
DANIMARCA	1099,9	0,7%	2173,6	1,2%	1232,5	0,5%	1115,8	0,6%
STATI UNITI	678,8	0,4%	722,4	0,4%	1843,9	0,8%	1877,8	1,0%
ALTRI	5668,5	3,4%	5968,4	3,2%	7333,2	3,2%	11472,0	6,1%
Totale	165420,2	100%	187094,2	100%	226722,8	100%	187657,6	100%

~~~~~

### OLIO D'OLIVA v.d. 1509

La gamma degli olii d'oliva italiani presenti sul mercato lituano sta diventando sempre più vasta. Nei supermercati è possibile trovare tra gli altri gli olii di queste marche: Monini, Carapelli, Coricelli, Montevergine. L'olio d'oliva extra vergine diventa sempre più apprezzato e ricercato dal consumatore. Il dato relativo all'esportazione dalla Lituania di questo prodotto deriva dall'esportazione dai distributori locali del prodotto importato verso i punti di distribuzione, spesso di propria proprietà, ubicati in altri Paesi.

### Import v.d. 1509 (valore in migliaia Eur/ %)

| Dati          | 2006          | %           | 2007          | %           | 2008          | %           | 2009          | %           |
|---------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| SPAGNA        | 556,5         | 45,7%       | 900,3         | 53,0%       | 1340,4        | 49,7%       | 915,6         | 26,8%       |
| <b>ITALIA</b> | 430,1         | 35,3%       | 542,9         | 32,0%       | 896,2         | 33,2%       | 514,0         | 21,3%       |
| LETTONIA      | 173,9         | 14,3%       | 160,3         | 9,4%        | 312,6         | 11,6%       | 257,3         | 10,7%       |
| GRECIA        | 0             | 0%          | 0             | 0%          | 104,6         | 3,9%        | 40,4          | 1,7%        |
| ESTONIA       | 5,2           | 0,4%        | 4,6           | 0,3%        | 8,6           | 0,3%        | 26,6          | 1,1%        |
| GERMANIA      | 18,2          | 1,5%        | 6,5           | 0,3%        | 8,6           | 0,3%        | 11,4          | 0,5%        |
| PORTOGALO     | 0             | 0%          | 0             | 0%          | 6,7           | 0,2%        | 22,0          | 0,9%        |
| REP. CECA     | 0             | 0%          | 3,7           | 0,2%        | 6,6           | 0,2%        | 35,0          | 1,5%        |
| BULGARIA      | 0             | 0%          | 0             | 0%          | 5,9           | 0,2%        | 584,3         | 24,2%       |
| FRANCIA       | 34            | 2,8%        | 78            | 4,6%        | 5,2           | 0,2%        | 0,9           | 0,0%        |
| ALTRI         | 0,4           | 0%          | 1,8           | 0,1%        | 1,2           | 0,0%        | 3,7           | 0,2%        |
| <b>Totale</b> | <b>1218,3</b> | <b>100%</b> | <b>1698,1</b> | <b>100%</b> | <b>2696,6</b> | <b>100%</b> | <b>2411,2</b> | <b>100%</b> |

### Export v.d. 1509 (valore in migliaia Eur/ %)

| Dati          | 2006         | %           | 2007         | %           | 2008         | %           | 2009          | %           |
|---------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|---------------|-------------|
| RUSSIA        | 125,5        | 67,5%       | 478,5        | 71,3%       | 328,8        | 52,7%       | 833,4         | 78,0%       |
| LETTONIA      | 57           | 30,7%       | 138          | 20,6%       | 182,6        | 29,3%       | 99,6          | 9,3%        |
| ESTONIA       | 2,4          | 1,3%        | 44,7         | 6,7%        | 84,7         | 13,6%       | 60,0          | 5,6%        |
| BIELORUSSIA   | 0,1          | 0,1%        | 8,9          | 1,3%        | 27,4         | 4,4%        | 71,0          | 6,6%        |
| ALTRI         | 0,9          | 0,5%        | 1,4          | 0,2%        | 0,2          | 0,0%        | 4,6           | 0,4%        |
| <b>Totale</b> | <b>185,9</b> | <b>100%</b> | <b>671,5</b> | <b>100%</b> | <b>623,7</b> | <b>100%</b> | <b>1068,6</b> | <b>100%</b> |

~~~~~

PASTE ALIMENTARI ETC. v.d. 1902

Indubbiamente, la pasta è uno dei prodotti italiani piu' conosciuti in Lituania, reperibile praticamente in ogni negozio di generi alimentari del paese. Ormai nel mercato sono presenti diversi marchi italiani: Barilla, Italtasta, Agnesi, Delverde, Pasta Zara, Divella ed altri, nonché diversi tipi di pasta (fresca, ripiena etc.). Alcune catene di GDO producono in Italia pasta con il proprio marchio. Anche i sughi pronti sono reperibili nei supermercati e non solo. Alcuni marchi presenti sono: Barilla, Agnesi, Biffi, Saclà.

Va segnalata la presenza sul mercato di prodotti locali e di provenienza polacca, ceca, francese ed altra. I suddetti prodotti hanno una qualità e spesso anche una tipologia diversa da quella del prodotto italiano, perciò non costituiscono una minaccia concorrenziale significativa nei confronti della pasta di provenienza italiana.

Secondo le recenti analisi del quotidiano commerciale 'Verslo zinios', ca. il 40% della pasta presente nei punti di vendita è prodotto importato. Il più grande produttore locale è la società AMBER PASTA.

Import v.d. 1902 (valore in migliaia Eur/ %)

Dati	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%
POLONIA	2316,2	30,6%	2532,3	24,1%	2538,6	21,1%	2856,3	24,7%
ITALIA	1224,1	16,2%	1825,9	17,3%	2524,3	21,0%	2043,4	17,5%
ESTONIA	423,2	5,6%	966,5	9,2%	1430,6	11,9%	1871,2	16,1%
LETTONIA	248,9	3,3%	753	7,2%	1168,5	9,7%	1624,1	13,9%
UCRAINA	563,3	7,4%	804,5	7,6%	988,8	8,2%	746,9	6,4%
REP. CECA	978,3	12,9%	838	8,0%	871,8	7,3%	577,0	5,0%
REP. SLOVACCA	230,9	3,1%	346,4	3,3%	696,4	5,8%	398,3	3,4%
RUSSIA	687,9	9,1%	1100,8	10,5%	654	5,4%	787,9	6,8%
GERMANIA	453,8	6,0%	629,5	6,0%	531,3	4,4%	322,7	2,8%
FRANCIA	173,4	2,3%	415,6	3,9%	381,1	3,2%	139,8	1,2%
ALTRI	263	3,5%	311,5	3,0%	238,7	2,0%	277,0	2,4%
Totale	7563,0	100%	10524,0	100%	12024,1	100%	11644,9	100%

Export v.d. 1902 (valore in migliaia Eur/ %)

Dati	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%
LETTONIA	2195,1	42,4%	2672,5	38,5%	2929,2	33,3%	2404,7	29,7%
ESTONIA	739,8	14,3%	1719,4	24,8%	1943	22,1%	1901,0	23,5%
GERMANIA	799,6	15,4%	784,2	11,3%	1249,9	14,2%	1048,0	12,9%
REGNO UNITO	454,4	8,8%	609	8,8%	806,3	9,2%	699,2	8,6%
RUSSIA	109,9	2,1%	207,1	3,0%	667,3	7,6%	478,9	5,9%
IRLANDA	567,7	11,0%	616	8,9%	482	5,5%	415,4	5,1%
FINLANDIA	83,4	1,6%	55,6	0,8%	147,2	1,7%	126,0	1,6%
POLONIA	75,2	1,5%	111,6	1,6%	112	1,3%	63,6	0,8%
ISRAELE	0	0%	18,4	0,3%	80,9	0,9%	34,0	0,4%
SPAGNA	54,9	1,1%	35,4	0,5%	37,6	0,4%	91,0	1,1%
ALTRI	101,4	2,0%	105,1	1,5%	352,6	4,0%	837,5	10,3%
Totale	5181,4	100%	6934,3	100%	8808,0	100%	8099,3	100%



PRODOTTI DELLA PANETTERIA, DELLA PASTICCERIA O DELLA BISCOTTERIA, ANCHE CON AGGIUNTA DI CACAO. v.d.1905

Import v.d. 1905 (valore in migliaia Eur/ %)

Dati	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%
LETTONIA	7807,9	33,9%	9934,5	32,2%	11095	31,4%	9889,2	34,0%
POLONIA	7250,7	31,5%	8525,1	27,6%	8596,8	24,3%	7335,0	25,2%
ESTONIA	874,3	3,8%	2204,3	7,1%	3828,8	10,8%	3664,2	12,6%
GERMANIA	1336,9	5,8%	1540,4	5,0%	1819,5	5,1%	1365,7	4,7%
PAESI BASSI	1070,2	4,6%	1486	4,8%	1607,9	4,5%	1318,7	4,5%
RUSSIA	961,9	4,2%	1013	3,3%	849,4	2,4%	350,6	1,2%
FINLANDIA	427,6	1,9%	801	2,6%	1364,9	3,9%	1188,1	4,1%
ITALIA	512,7	2,2%	798	2,6%	741,9	2,1%	301,3	1,0%
BELGIO	321,8	1,4%	639,3	2,1%	1077,9	3,0%	703,9	2,4%
FRANCIA	119	0,5%	546,1	1,8%	985,8	2,8%	375,0	1,3%
ALTRI	2353,8	10,2%	3350,5	10,9%	3399,8	9,6%	2607,4	9,0%
Totale	23037	100%	30838,2	100%	35367	100%	29099,1	100%

Export v.d. 1905 (valore in migliaia Eur/ %)

Dati	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%
LETTONIA	3873,8	22,2%	5471,5	27,7%	7147,0	28,1%	7133,7	29,5%
ESTONIA	1787,9	10,3%	2839,4	14,4%	4089,9	16,1%	4064,9	16,8%
RUSSIA	1915,5	11,0%	2417,4	12,3%	2976,9	11,7%	3381,3	14,0%
STATI UNITI	3641,8	20,9%	865,7	4,4%	1017,1	4,0%	987,0	4,1%
REGNO UNITO	1050,9	6,0%	1340,4	6,8%	1886,9	7,4%	1595,1	6,6%
POLONIA	1078,9	6,2%	1360,0	6,9%	1489,7	5,8%	519,1	2,1%
SVEZIA	807,7	4,6%	1032,0	5,2%	1467,8	5,8%	1307,5	5,4%
GERMANIA	701,2	4,0%	1058,8	5,4%	1410,1	5,5%	1317,3	5,4%
IRLANDA	648,3	3,7%	967,8	4,9%	900,0	3,5%	624,7	2,6%
UCRAINA	495,9	2,8%	597,7	3,0%	732,7	2,9%	484,7	2,0%
ALTRI	1435,5	8,2%	1776,3	9,0%	2353,0	9,2%	2779,0	11,5%
Totale	17437,4	100%	19726,9	100%	25471,0	100%	24194,3	100%

~~~~~

**CIOCCOLATA E ALTRE PREPARAZIONI ALIMENTARI CONTENENTI CACAO v.d. 1806**

Import v.d. 1806 (valore in migliaia Eur/ %)

| Dati          | 2006           | %             | 2007           | %             | 2008           | %             | 2009           | %             |
|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| POLONIA       | 8231,8         | 25,2%         | 10769,1        | 24,0%         | 14001,9        | 24,9%         | 12222,3        | 26,3%         |
| GERMANIA      | 5029,9         | 15,4%         | 8081,8         | 18,0%         | 9440,5         | 16,8%         | 8655,2         | 18,6%         |
| LETTONIA      | 3139,0         | 9,6%          | 3727,5         | 8,3%          | 3548,4         | 6,3%          | 2495,2         | 4,4%          |
| PAESI BASSI   | 2781,3         | 8,5%          | 3088,9         | 6,9%          | 4067,6         | 7,2%          | 3154,1         | 6,8%          |
| ESTONIA       | 1957,7         | 6,0%          | 2707,3         | 6,0%          | 3315,5         | 5,9%          | 2381,6         | 5,1%          |
| UCRAINA       | 1092,0         | 3,3%          | 2736,0         | 6,1%          | 3620,0         | 6,4%          | 3668,0         | 7,9%          |
| BELGIO        | 911,3          | 2,8%          | 1798,5         | 4,0%          | 3884,6         | 6,9%          | 3897,8         | 8,4%          |
| SVEZIA        | 2075,4         | 6,4%          | 1576,5         | 3,5%          | 1908,3         | 3,4%          | 1402,3         | 3,0%          |
| NORVEGIA      | 704,7          | 2,2%          | 1624,6         | 3,6%          | 2943,1         | 5,2%          | 823,0          | 1,8%          |
| UNGHERIA      | 1059,6         | 3,2%          | 1374,1         | 3,1%          | 1277,1         | 2,3%          | 1033,8         | 2,2%          |
| <b>ITALIA</b> | 616,2          | 1,9%          | 1644,0         | 3,7%          | 1193,6         | 2,1%          | 1156,7         | 2,5%          |
| ALTRI         | 5080,5         | 15,5%         | 5831,0         | 13,0%         | 6996,9         | 12,5%         | 5553,1         | 12,0%         |
| <b>Totale</b> | <b>32679,4</b> | <b>100,0%</b> | <b>44959,2</b> | <b>100,0%</b> | <b>56197,4</b> | <b>100,0%</b> | <b>46443,1</b> | <b>100,0%</b> |

Export v.d. 1806 (valore in migliaia Eur/ %)

| Dati          | 2006           | %             | 2007           | %             | 2008           | %             | 2009           | %             |
|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| LETTONIA      | 11517,7        | 24,6%         | 10516,8        | 24,4%         | 11231,7        | 18,3%         | 10348,5        | 19,1%         |
| POLONIA       | 6935,4         | 14,8%         | 7884,0         | 18,3%         | 8156,3         | 13,3%         | 6841,8         | 12,6%         |
| UCRAINA       | 15119,7        | 32,3%         | 146,5          | 0,3%          | 4317,5         | 7,0%          | 1126,9         | 2,1%          |
| SVEZIA        | 2375,2         | 5,1%          | 4465,4         | 10,4%         | 8983,0         | 14,6%         | 8526,4         | 15,7%         |
| ESTONIA       | 2091,0         | 4,5%          | 3558,1         | 8,3%          | 4812,3         | 7,8%          | 5195,1         | 9,6%          |
| GERMANIA      | 2447,6         | 5,2%          | 3089,3         | 7,2%          | 4177,8         | 6,8%          | 2897,3         | 5,3%          |
| NORVEGIA      | 700,4          | 1,5%          | 3023,6         | 7,0%          | 3839,2         | 6,3%          | 5136,1         | 9,5%          |
| BULGARIA      | 2027,4         | 4,3%          | 2315,3         | 5,4%          | 2106,8         | 3,4%          | 1487,6         | 2,7%          |
| RUSSIA        | 1633,7         | 3,5%          | 1855,8         | 4,3%          | 2414,4         | 3,9%          | 1798,0         | 3,3%          |
| FRANCIA       | 0,0            | 0,0%          | 2090,0         | 4,9%          | 3052,0         | 5,0%          | 3597,8         | 6,6%          |
| ALTRI         | 2007,7         | 4,3%          | 4098,9         | 9,5%          | 8265,6         | 13,5%         | 7186,0         | 12,3%         |
| <b>Totale</b> | <b>46855,8</b> | <b>100,0%</b> | <b>43043,7</b> | <b>100,0%</b> | <b>61356,6</b> | <b>100,0%</b> | <b>54141,5</b> | <b>100,0%</b> |

~~~~~



CAFFÈ v.d. 0901

Import v.d. 0901 (valore in migliaia Eur/ %)

Dati	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%
GERMANIA	14194,9	36,1%	12952,8	29,5%	13394,2	27,7%	15398,4	30,1%
POLONIA	5435,3	13,8%	5594,7	12,7%	6814,4	14,1%	5321,6	10,4%
FINLANDIA	4595,0	11,7%	6129,5	13,9%	6568,9	13,6%	387,3	0,8%
LETTONIA	3803,5	9,7%	3872,0	8,8%	4869,8	10,1%	6242,1	12,2%
SVEZIA	3598,4	9,1%	4839,0	11,0%	2859,6	5,9%	3338,7	6,5%
DANIMARCA	3928,0	10,0%	3597,5	8,2%	3586,5	7,4%	4496,0	8,8%
ITALIA	2164,9	5,5%	3115,4	7,1%	3751,2	7,8%	5018,2	9,8%
ESTONIA	167,6	0,4%	553,9	1,3%	3196,6	6,6%	7745,2	15,1%
BELGIO	430,7	1,1%	831,9	1,9%	901,0	1,9%	807,0	1,6%
FRANCIA	266,0	0,7%	824,8	1,9%	742,0	1,5%	130,0	0,3%
ALTRI	770,7	2,0%	1627,8	3,7%	1630,7	3,4%	2328,3	4,5%
Totale	39355,0	100,0%	43939,2	100,0%	48314,9	100,0%	51212,8	100,0%

Export v.d. 0901 (valore in mila Eur/ %)

Dati	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%
LETTONIA	6089,1	61,5%	6243,7	54,3%	6414,0	47,1%	7958,1	44,9%
ESTONIA	1860,5	18,8%	3339,4	29,0%	2927,9	21,5%	3988,0	22,5%
RUSSIA	1189,4	12,0%	798,1	6,9%	1495,4	11,0%	2592,0	14,6%
POLONIA	172,4	1,7%	331,5	2,9%	1277,8	9,4%	1236,1	7,0%
BIELORUSSIA	89,6	0,9%	238,6	2,1%	459,9	3,4%	1450,7	8,2%
ALTRI	499,5	5,0%	544,9	4,7%	1028,9	7,6%	492,1	2,8%
Totale	9900,6	100,0%	11496,3	100,0%	13603,8	100,0%	17717,0	100,0%

Sistema distributivo

In Lituania la struttura distributiva è composta da numerosi negozi prevalentemente self-service, di tipo tradizionale e da pochi grandi gruppi locali e stranieri. La maggior parte della vendita dei prodotti alimentari avviene attraverso le reti dei supermercati. La vendita dei prodotti alimentari costituisce la parte dominante, pari all'80%, del fatturato di queste catene 4 principali operatori della GDO sono:

- la catena MAXIMA (della società lituana MAXIMA LT, UAB) maggiore attore in questo mercato, occupando ad oggi circa il 36% del mercato locale di vendita al dettaglio;
- il gruppo IKI – tre catene con i nomi IKI, IKIUKAS e CENTO (quest'ultima di fascia discount) con una quota di circa il 15% del mercato lituano (gestita dalla società a capitale misto PALINK, UAB);
- la catena NORFA, con il 12% (gestita dalla società NORFOS MAZMENA, UAB di proprietà lituana);
- RIMI e Supernetto, un'altra catena che detiene circa il 7% del mercato, (gestita dalla società RIMI Lietuva, UAB, appartenente al gruppo RIMI Baltic di capitale misto).

Complessivamente attraverso queste catene GDO, che sono ben strutturate con diverse tipologie di punti di vendita, si realizza circa il 70% del commercio al dettaglio di prodotti alimentari. Il giro d'affari complessivo dei suddetti 4 operatori GDO nel 2008 ammonta a circa 3,3 mld di euro.

Il rimanente 30% del mercato è detenuto dalle piccole catene di negozi e/o da singoli punti vendita di soli prodotti alimentari.

Le catene di supermercati offrono prodotti sia importati direttamente che attraverso altri importatori. In Lituania operano molti importatori di generi alimentari, ma tra questi quelli il cui giro d'affari supera i 25 mln di dollari sono circa 10 (tra cui GELSVA, EUGESTA, SANITEX, MINERALINIAI VANDENYS, OGMIOS PREKYBA, OSAMA, BENNET DISTRIBUTORS). Gli importatori distribuiscono i prodotti alle catene GDO e anche ai negozi al dettaglio, essendo peraltro anche i fornitori del settore Ho.re.ca. Alcuni di essi operano anche sui mercati limitrofi di Lettonia, Russia, Estonia e nel distretto di Kaliningrad. Ci sono società che si occupano solo d'importazione di generi alimentari e/o di bevande alcoliche ed analcoliche. Inoltre sono presenti operatori la cui attività comprende sia il commercio di alimentari che di altre categorie di prodotti compresi quelli non alimentari e a volte offrono anche i servizi di logistica.

Inoltre, stanno diventando sempre più numerose le botteghe specializzate/gourmet e sempre più diffusa la vendita on line. Un'altro sbocco importante per i prodotti italiani è rappresentata dalla rete Ho.re.ca., la quale attualmente conta circa 4000 operatori. Il settore Ho.re.ca. è approvvigionato dai sopra menzionati importatori/grossisti.

N.B. per maggiori informazioni sul sistema distributivo vedasi l'apposita Nota.

Presenza di eventuali barriere all'entrata

Date le dimensioni ridotte del mercato lituano, spesso da parte degli operatori locali è richiesto il contratto d'esclusiva, perciò in molti casi è possibile commercializzare un marchio solo attraverso un unico importatore.

Sul costo dei prodotti agroalimentari italiani incide abbastanza il costo del trasporto e il fatto che gli importatori applicano un margine piuttosto alto di "guadagno" da loro ritenuto il "minimo applicabile", in quanto il mercato è dimensionalmente limitato per poter avere grossi guadagni basandosi semplicemente sulla quantità.

In ogni caso, l'adesione della Lituania all'UE ha influenzato positivamente le possibilità d'importare i prodotti alimentari di provenienza italiana e di conquistare il mercato lituano. Oltretutto il fatto che non si applichino più dazi doganali per i prodotti importati dall'UE e che sia diminuito il carico di lavoro amministrativo (la compilazione dei diversi documenti) ha facilitato l'accesso al mercato locale di numerose categorie di prodotti.

N.B. per maggiori informazioni tecniche vedasi infra (pag. 20).

Previsioni del mercato

La Lituania ha la più numerosa popolazione fra le c.d. Repubbliche Baltiche con circa 3,25 milioni di abitanti e dopo un periodo di netta espansione, la sua economia attraversa un periodo di declino, che si è iniziato a manifestare dal secondo semestre del 2008. Nonostante la crisi e la contrazione dei consumi, legate al generale quadro sfavorevole che colpisce anche i principali partner commerciali del Paese, quello lituano rimane un mercato potenzialmente vantaggioso per l'export italiano. Le aziende italiane devono considerare il mercato lituano ancora interessante, affinché siano pronte, nel momento del rilancio dell'attività economica, a sfruttare le opportunità che si presenteranno. Nell'ultimo decennio il mercato lituano ha registrato un costante e notevole sviluppo e alla ripresa dell'economia la capacità d'acquisto dei consumatori lituani potrà aumentare.

Nel mercato enogastronomico lituano si registra una tendenza interessante e cioè la sempre maggiore richiesta di prodotti gastronomici gourmet/prodotti di qualità e un crescente interesse verso la dieta mediterranea nonché verso la cultura enogastronomica in generale. Negli ultimi anni in Lituania si sta creando una nuova nicchia legata a detta tendenza e, malgrado l'attuale recessione economica ed il recente calo dei consumi, questa fascia di mercato sembra avere delle buone prospettive: entrano sul mercato nuovi operatori, stanno diventando sempre più numerosi i negozi specializzati in cibi gourmet, si introducono nuove referenze. Molti operatori del settore enologico, affermatasi come importatori e commercianti di vini, ampliano la loro offerta con olio di oliva extravergine, formaggi, salumi ed altre ricercatezze. Questi prodotti trovano sempre più spazio anche presso la GDO, spinta a proporre ai propri clienti una scelta più diversificata, in quanto i consumatori stanno diventando più esigenti. Tale tendenza apre il mercato anche ai produttori italiani minori, realtà familiari, specializzate nella produzione di prodotti tipici e autentici. Il crescente interesse verso i cibi di alta qualità è legato anche al sempre più diffuso interesse verso una alimentazione sana, perciò nel mercato nei prossimi anni dovrebbero trovare sempre più spazio anche i prodotti biologici.

Le possibilità di essere presenti e/o espandersi su questo mercato sarà legata all'offerta di prodotti di sempre migliore qualità e dal buono rapporto qualità-prezzo nonché alla capacità di essere percepiti dai propri partner più affidabili rispetto ai produttori dei Paesi concorrenti.

Suggerimenti sulla strategia commerciale da adottare

Le attività di promozione sul mercato degli alimentari dovrebbero essere diversificate e volte sia ai professionisti del settore che al semplice consumatore, mettendo l'accento nella qualità dei prodotti di provenienza italiana nonché valorizzando la cultura gastronomica italiana in generale. Perciò dovranno essere avviate campagne di informazione ed educazione atte a promuovere l'immagine dei prodotti italiani nonché l'offerta di un assortimento sempre più ampio degli stessi. Le azioni promozionali devono essere realizzate utilizzando tutti i canali: le grandi reti commerciali, negozi locali al dettaglio, settore Ho.re.ca. ecc.

Sono importanti anche i corsi di formazione sulla cucina italiana magari inviando cuochi italiani a fare dimostrazioni presso la GDO o presso le scuole alberghiere.

Affiancandosi alle campagne educative e promozionali settoriali, esistono ottime opportunità sia di inserimento e di acquisizione di nuove quote di mercato, sia di allargamento di quelle eventualmente già possedute.

Media e manifestazioni

a) media

titolo testata	Vyno zurnalas (<i>Rivista dei vini</i>)
Periodicità	Semestrale
tiratura	2.500
target e tematica	Importatori, distributori, grossisti, catene di negozi, settore Horeca, cultura enogastronomica
sito	www.vynozurnalas.lt
titolo testata	Geras skonis (<i>Buon gusto</i>)
Periodicità	Bimestrale
tiratura	10.000
target e tematica	Importatori, distributori, grossisti, catene di negozi, settore Horeca, cultura enogastronomica, life style
sito	www.skonis.lt
titolo testata	Restoranu verslas (<i>Business della ristorazione</i>)
Periodicità	Trimestrale
tiratura	3.300
target e tematica	Importatori, distributori, grossisti, catene di negozi, settore Horeca, cultura enogastronomica
sito	www.meniu.lt
titolo testata	Gurmano gidas (<i>Guida del gourmet</i>)
Periodicità	bimestrale
tiratura	6.000
target e tematica	Importatori, distributori, grossisti, catene di negozi, professionisti del settore Horeca, cultura enogastronomica
sito	www.sanitex.eu
titolo testata	Sanitex Horeca (Rivista sul settore Horeca della Società Sanitex)
Periodicità	Mensile
tiratura	6000

target e tematica Professionisti del settore Horeca, cultura enogastronomica
sito www.sanitex.eu

b) principali fiere del settore

nome fiera Agrobalt
luogo Vilnius
periodicità e
prossima edizione biennale, aprile-maggio 2012
descrizione profilo Prodotti alimentari, gastronomia e industria alimentare
sito www.agrobalt.lt

nome fiera BAF (Baltic Food and Beverages Fair)
luogo Vilnius
periodicità e
prossima edizione biennale, novembre 2012
descrizione profilo Prodotti alimentari e gastronomia
sito www.litexpo.lt

nome fiera Vyno dienos (*Giorni del vino*)

luogo Vilnius
periodicità e
prossima edizione annuale, maggio 2011
descrizione profilo Salone del vino
sito www.vynodienos.lt

* * *

Informazioni tecniche

Regolamentazione delle importazioni

Le procedure doganali sul territorio lituano sono identiche a quelle di tutti Paesi dell'UE.

Circolazione di merci tra stati UE

I prodotti animali e non animali possono circolare tra gli Stati Membri UE senza limitazioni, cioè possono essere trasportati da uno Stato Membro ad altro senza certificazione degli ufficiali enti nazionali di controllo. La responsabilità relativa alla sicurezza, qualità, marcatura adeguata, conformità ed altre norme dei prodotti è del produttore-venditore. Non c'è un unico documento per i generi alimentari forniti sul mercato Comunitario. Di solito si usa il documento di commercio nel mercato UE quando si forniscono prodotti animali, con il quale deve essere indicato il numero di autorizzazione veterinaria del produttore. Il documento di commercio viene emesso da chi spedisce la merce.

Fornire i prodotti animali sul mercato UE può essere fatto solo dai produttori, la cui produzione è approvata per essere immessa sul mercato comune UE, dimostrata dal marchio di sanità contenente il numero di autorizzazione del produttore.

I controlli dei generi alimentari provenienti dagli altri paesi UE vengono eseguiti dal Servizio Nazionale degli Alimenti e della Veterinaria della Repubblica Lituana.

Etichettatura dei prodotti alimentari

I Prodotti alimentari forniti sul mercato lituano, devono essere marcati come è previsto nella **Norma igienica HN 119: 2002 „Marcatura dei prodotti alimentari“** (Gazzetta ufficiale, No. 13-530, 2003) e nelle **Regole di indicazione dei prezzi e di marcatura degli oggetti (merci) venduti nella Repubblica Lituana** (Gazzetta ufficiale, No. 50-1927, 2002).

Sulla confezione dei prodotti alimentari devono essere indicati i seguenti dati:

- la *denominazione di vendita*: è il "nome" dell'alimento, può corrispondere all'alimento stesso (es. latte), in tal caso seguito dal tipo di trattamento tecnologico che è stato eseguito (es. pastorizzato o in polvere, intero o altro), oppure essere un nome di fantasia;
- gli *ingredienti*: tutte le sostanze utilizzate nella preparazione dell'alimento, in ordine decrescente dal punto di vista della quantità;
- il *peso netto*;
- il *nome* e la *sede* del produttore;
- ove necessario, il *termine minimo di conservazione*, la data entro la quale il prodotto conserva le sue proprietà specifiche in adeguate condizioni di conservazione, ma può ancora essere consumato, o la *data di scadenza*, la data entro la quale il prodotto va consumato, perché altrimenti può diventare pericoloso;
- ove necessario, le *modalità di conservazione* del prodotto, come per i prodotti altamente deperibili, che devono essere conservati in frigo;
- il *numero di singole unità* contenute in una confezione, se non evidente dalla confezione esterna.
- *Informazioni sul luogo di origine*, se la mancanza di queste informazioni potrebbe indurre il consumatore in errore,
- *Modalità d'uso*, se la mancanza di questa informazione potrebbe causare un uso inadeguato del prodotto,
- Sulle bevande contenenti più dell'1,2% di alcol deve essere indicato *il contenuto effettivo di alcol*.



Informazioni supplementari devono essere indicate nei casi seguenti; quando per confezionare il prodotto è stato usato il gas („Confezionato con l'uso del gas protettivo“), dolcificanti („Con dolcificante (dolcificanti)“), zucchero (zuccheri) e dolcificante (dolcificanti) („Con zucchero (zuccheri) e dolcificante (dolcificanti)“).

L'etichettatura degli edulcoranti da tavola o dei prodotti alimentari contenenti polioli o aspartame o entrambi deve contenere le seguenti avvertenze:

- polioli/prodotti alimentari contenenti polioli in quantità superiore al 10%: "un consumo eccessivo può avere effetti lassativi";
- aspartame/prodotti alimentari contenenti aspartame: "contiene una fonte di fenilalanina";
- sale di aspartame - acesulfame/prodotti alimentari contenenti sale di aspartame-acesulfame: "contiene una fonte di fenilalanina".

Informazioni da indicare obbligatoriamente sulla confezione dei prodotti contenenti chinino e caffeina:

L'etichettatura dei prodotti alimentari e delle bevande prevede la menzione obbligatoria della presenza di chinino e caffeina, anche se utilizzati soltanto come aroma. Per la caffeina, in caso di superamento di una certa soglia (150 milligrammi per litro), sull'etichetta deve figurare, nello stesso campo visivo della denominazione del prodotto, la menzione « Contenuto elevato di caffeina », seguita dalla quantità.

Questa misura è destinata a tutelare la salute dei consumatori, che possono risentire dell'assunzione di caffeina o di chinino, in particolare nel caso di consumo di bevande diverse da quelle a base di caffè o di tè e di cui spesso è sconosciuto il contenuto di caffeina. Queste richieste non sono applicabili alle bevande a base di caffè o tè oppure basate sui loro estratti, quando nella denominazione del prodotto ci sono le parole „caffè“ o „tè“).

Specifiche norme sono state emanate riguardo al contenuto in **energia** (in kilocalorie o in kilojoule) e **nutrienti** (proteine, grassi, carboidrati, fibra, vitamine e sali minerali, ma anche, meno di frequente, altri nutrienti come i grassi insaturi della serie ω -3 ed il colesterolo) dei prodotti alimentari.

A parte queste, possono essere indicate altre **informazioni supplementari** previste dagli atti legislativi, ad es., in base alle Richieste obbligatorie per la qualità del latte trattato termicamente (Gazzetta ufficiale, No. 46-1467, 1999), devono essere indicati i seguenti dati: denominazione - „Latte“, modo di preparazione - „naturale“, „parzialmente scremato“, „magro“, trattamento termico - „pastorizzato“, „pastorizzato ad alta temperatura“, „sterilizzato“ etc.

Informazioni sui **prodotti confezionati** devono essere indicate sia sulla singola confezione che sulla confezione comune.

Informazioni sui **prodotti non confezionati** devono essere indicati solo sulla confezione comune. Sulle etichette dei prodotti non confezionati devono essere indicati i seguenti dati - denominazione, nome del produttore, termine minimale di consumo, prezzo di un pezzo standard. Le altre informazioni possono essere indicati per iscritto in altro modo.

Le informazioni principali (di marcatura) devono essere indicate in lingua lituana mentre le informazioni supplementari possono essere indicate in lingua (lingue) estera. Le informazioni in lingua locale devono essere conformi alle informazioni riportate dal produttore (lingua originale).

Legislazione per gli imballaggi

La direttiva comunitaria n 94/62/EC, agli artt. 9 e 11, prevede che gli Stati Membri della Comunità si adeguino a standard comuni europei per quanto riguarda gli imballaggi.

Fonte: Servizio Nazionale degli Alimenti e della Veterinaria della Repubblica Lituana.

IVA La tariffa attuale dell'IVA applicata ai generi alimentari venduti è pari a 21%.