



LA G.D.O. DEL SETTORE ALIMENTARE IN NORVEGIA

Giugno 2010

La Norvegia con 4,7 milioni di abitanti e un PIL in euro di 283,9 mld nel 2007 (secondo gli ultimi dati SSB – Statistisk Sentralbyrå), può essere definita una economia avanzata aperta al mercato globale ed è membro dello Spazio Economico Europeo, con pieno accesso al mercato EU, tranne per quanto riguarda i prodotti della pesca e dell'agricoltura.

Per il settore agroalimentare è in vigore un regime di dazi doganali per proteggere le categorie dove esiste una significativa produzione locale, come ad esempio: prodotti ortofrutticoli a seconda della stagione, latticini, carni e farinacei.

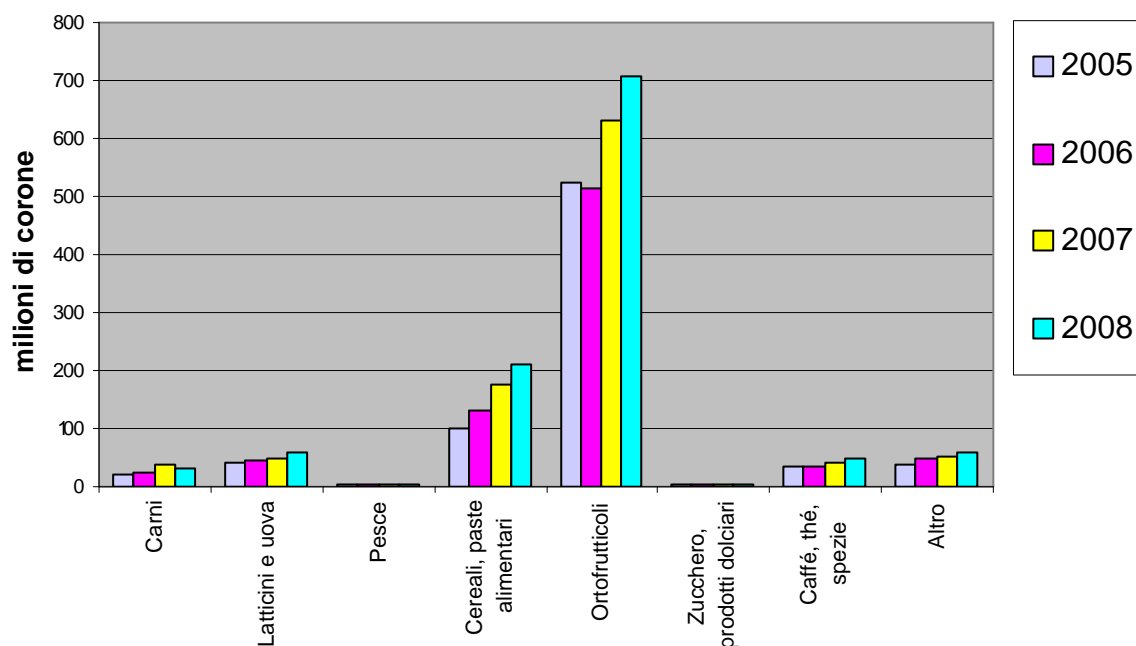
Importazioni di prodotti alimentari in Norvegia

Totale import (milioni di euro)	2004	2005	2006	2007	2008
	1852	2008	2206	2569	2794
di cui da:					
dall'Italia	76	96	100	124	136
quota di mercato %	4,1	4,8	4,5	4,8	4,9

Per le importazioni di prodotti alimentari in Norvegia, si può osservare come dal 2004 al 2008, ci sia stato un favorevole aumento, rispettivamente da 1852 milioni di euro, fino a 2794 milioni di euro.

Anche per le importazioni di prodotti italiani si vede una crescita, che va da 76 milioni di euro nel 2004, con una quota di mercato del 4,1%, a 136 milioni di euro nel 2008, con una quota di mercato del 4,9%. Una stabilizzazione è osservabile nel 2006, dove un lieve aumento, porta la quota di mercato da 4,8 del precedente anno, ad un abbassamento del 4,5%.

Importazione di prodotti alimentari italiani in Norvegia (SITC 02 - Standard International Trade Classification)



Facendo un'osservazione sulle diverse ripartizioni di importazioni italiane, per tipologia di prodotto, nel 2008, notiamo come, un grosso incremento si è verificato nei reparti ortofrutticoli, cereali e paste alimentari, con quote d'aumento rispettivamente di 86 milioni di euro ca. e 26 milioni di euro ca. Non contribuiscono all'importazione categorie come zucchero, prodotti dolciari con stime di 570 mila euro, e pesce che arriva a 290 mila euro.

Buon incremento nei reparti di carni con quasi 4 milioni di euro, latticini e uova con 7 milioni di euro ca. e caffè, thé, spezie con 6 milioni di euro ca.

Per tutte le altre categorie alimentari, si ha una crescita con 7 milioni di euro ca. Possiamo in definitiva avere un totale di 136 milioni di euro ca., registrato nel 2008.

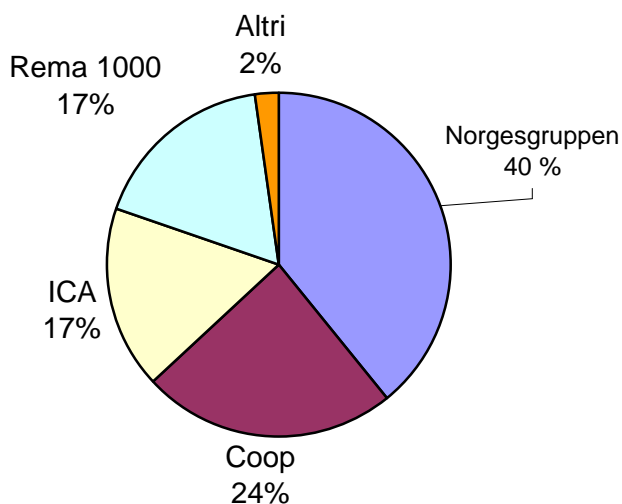
La situazione del mercato

Il numero di punti vendita della GDO alimentare norvegese e' pari a 4.100, mentre quasi 2.500 sono negozi specializzati, convenience stores, stazioni di servizio, ecc. Nel 2007 (ultimi dati disponibili) il dettaglio di generi alimentari e bevande aveva raggiunto un giro di affari di ca. 148 miliardi di corone (ca. 19 miliardi di euro) (IVA esclusa). Le vendite di alimentari e articoli di uso quotidiano avvengono per il 91% in supermercati e per il 9 % in negozi specializzati.

Gli alimentari sono venduti anche in convenience stores (7-Eleven, Deli de Luca, Narvesen), e anche presso le stazioni di servizio, con apertura sia nei giorni festivi sia nelle ore notturne.

Le catene di supermercati in Norvegia sono circa 30, organizzate in 4 gruppi di acquisto e realizzano il 98% delle vendite totali. I punti vendita delle catene raggiungono mediamente un fatturato quadruplo rispetto a quello dei negozi indipendenti.

Quote del mercato dei gruppi di acquisto - 2008



Le principali catene di vendita dei vari gruppi sono le seguenti:

Norgesgruppen: Ultra, Centra, Meny, Kiwi, Spar, Bunnpris, Joker

ICA: Rimi, ICA Supermarked, ICAMaxi, ICA Nær

COOP: Coop Mega, Coop Prix, Coop Obs!, Coop Marked

Reitangruppen: Rema 1000

Il Franchising si è affermato anche in Norvegia, si stima che ca. il 20% dei supermercati sono gestiti con vari modelli di franchising. La GDO norvegese rimane, in linea di massima, in mano ai norvegesi, ma ha trascorso un periodo di integrazione a livello scandinavo. Il principale gruppo norvegese, Norgesgruppen, è entrato in alleanza strategica con Carrefour nel 2003, ma la collaborazione è stata interrotta nel 2005 per motivi di divergenza di opinioni sulle scelte strategiche. Il gruppo è, quindi, tornato in mano ai norvegesi. L'ICA, invece è divisa tra la Ahold di Olanda e la società svedese ICA AB. Anche la Coop ha effettuato una integrazione nordica, tra i reparti nei paesi Svezia, Danimarca e Norvegia per rafforzare la propria posizione sui mercati. L'ultimo gruppo, Reitangruppen, è un gruppo norvegese a conduzione familiare, ma ha trascorso un periodo di espansione in Danimarca, Svezia e Lettonia, soprattutto nel settore dei convenience stores.

La GDO norvegese è fortemente concentrata e lascia poco spazio ai negozi specializzati. Ogni supermercato norvegese offre una gamma limitata di prodotti italiani, come ad esempio: mele, kiwi, mozzarella, parmigiano o grana, caffè, pesto e pasta secca. Solo pochi supermercati norvegesi si avvicinano a quello che uno si aspetta da

un supermercato in Italia. Negli ultimi anni, infatti, quest'Ufficio si è impegnato ad organizzare presso la GDO diverse degustazioni di prodotti italiani per permettere una maggiore conoscenza degli stessi e della cultura della tradizione che li lega al territorio.

Nonostante che si presti, ormai da 10 anni, molta attenzione alla dieta mediterranea e alla sua virtù salutare, e' necessario un continuo sforzo per contribuire all'introduzione di una gamma piu' ricca di prodotti italiani di qualita' nella GDO norvegese.

La Norvegia si propone di abbassare i dazi doganali per i prodotti agroalimentari, ma e' un processo lento, in quanto viene fortemente frenato dall'influenza dei contadini e dell'industria alimentare norvegese.

Nell'industria norvegese, quella alimentare riveste un'importanza primaria con ca. il 15% delle imprese, il 20% dei lavoratori dell'industria ed oltre il 25% del fatturato complessivo realizzato dalle imprese norvegesi.