



Fondazione Giovanni Paolo II
per il dialogo, la cooperazione e lo sviluppo - Onlus

Report

ANALISI DI MERCATO INTERNAZIONALE SUL DATTERO



DATES

Medjoul · Jericho
Palestine

REPORT

ANALISI DI MERCATO INTERNAZIONALE SUL DATTERO

a cura di: D.ssa Lara Pistocchi - Markt Analyst FGPII
FONDAZIONE GIOVANNI PAOLO II - Firenze 2019

- 01 Obiettivi dell'Analisi
- 02 Il prodotto
- 03 La produzione
- 04 Mercati mondiali
- 05 Requisiti per l'accesso ai mercati
- 06 Conclusioni



Ufficio progetti **John Paul II Foundation**

The Foundation, with the financial support of the Italian Agency for Development Cooperation, coordinates a network of high-profile academic partners from the world of scientific research, large-scale distribution and national and international institutions and relies upon the work of a qualified team of economists, agronomists and market experts. It promotes a partnership-based approach supporting small farmers in reorganizing their production in a quality-oriented perspective to favour access to international markets.

REPORT E GUIDE

I Reports Small Farmers sono una collana di pubblicazioni a cura dell'Ufficio Progetti della Fondazione Giovanni Paolo II che si propone di contribuire alla conoscenza e alla diffusione dei risultati ottenuti dai partner tecnico-scientifici nel corso delle loro attività di assistenza tecnica nei programmi di sviluppo economico in aree rurali.

La collana è finalizzata a sistematizzare sia temi teorici che metodologici per favorirne la replicabilità ed è rivolta sia ai piccoli produttori, cooperative e imprese agricole sia a tutti gli stakeholders interessati.

I Reports, rendendo fruibile un prezioso know how tecnico-scientifico, vogliono pertanto promuovere lo sviluppo umano, sociale ed economico nelle comunità più svantaggiate del nostro pianeta favorendo la lotta alla povertà.

Le altre collane: Guide Pratiche
Documenti di sistematizzazione
Brochure promozionale sul prodotto



SMALL FARMERS Quality Management System

The Quality Management System is a system of quality standards applied to agricultural production from plant cultivation to post-harvest management.

The QMS is part of an overall framework direct to promote synergies among several products as Date, Cherry, Apricot, Aloe Vera and to favorite network and cooperation between Small Farmers engaged in the application of a re-organization strategy.

The QMS is based on:

- An agro-ecologic production approach promoting a quality management system, which focuses on product quality enhancement to respond to the international market demand while protecting the delicate balance between trees and surrounding ecosystem.
- The promotion of cultivation-related traditions and local plant varieties, ensuring delivery of a high-quality and sustainable product.
- Ethical principles to enable inclusive and efficient agricultural system for farmers and workers involved in the value chain which aims to provide support for access to more profitable markets by promoting economic and social development in the most disadvantaged communities.



01

OBIETTIVI DELL'ANALISI

L'obiettivo principale di questo report è quello di esporre un estratto dell'analisi di mercato elaborata per favorire il commercio del dattero Medjoul coltivato nei territori palestinesi, se rilevante, di eventuali prodotti derivati commercializzati dagli agricoltori target del progetto "Sostegno alla riorganizzazione produttiva, manageriale e commerciale delle cooperative di produttori di datteri Palestinesi e Egiziani-AID 010601".

L'analisi vuole rispondere alle domande: a quali clienti devo rivolgermi? C'è una domanda per il nostro prodotto? Chi sono i nostri concorrenti? Quali prezzi possono essere applicati? Come posso promuovere il mio prodotto?

I dati analizzati, relativi a flussi commerciali degli ultimi anni, nel seguente elaborato sono stati reperiti presso le principali agenzie di commercio internazionale e attraverso il contatto diretto con trader ed importatori internazionali. Le fonti dei dati numerici relativi alle importazioni ed esportazioni del dattero¹ inseriti nell'elaborato sono stati ottenuti da: Eu-

rostat²; ISTAT³; International Trade Centre⁴; FAO⁵; USDA⁶, Ministero dell'Agricoltura Palestinese e da varie Università.

I dati relativi ai costi di acquisto o vendita del prodotto sono stati forniti da importatori, grossisti e GDA⁷, quelli relativi al consumo di prodotti BIO sono stati recuperati dalle varie pubblicazioni di: -The World of Organic Agriculture, IFOAM EU⁸.

1 Cod. 080410 Dattero, secco e fresco.

2 Eurostat, ufficio della comunità Europea che raccoglie ed elabora i dati dell'UE a fini statistici.

3 ISTAT, istituto nazionale di statistica, è un ente di ricerca pubblico italiano.

4 Centro internazionale del commercio (ITC) è l'unica agenzia di sviluppo che è pienamente dedicata a sostenere l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese (PMI).

5 Food and Agriculture Organization, Organizzazione delle nazioni unite per l'alimentazione e l'agricoltura.

6 United States Department of Agriculture Foreign Agricultural service.

7 Grandi Distribuzioni Associate.

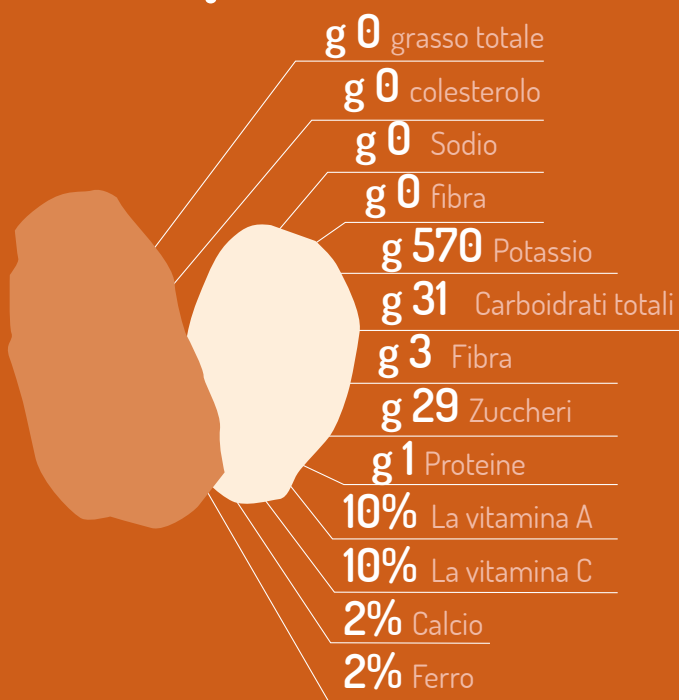
8 Federazione internazionale dei movimenti per l'agricoltura biologica, organizzazione internazionale.



PRODOTTO

02

Proprietà del dattero



proprietà del dattero con riferimento a 100g

Il dattero possiede molte qualità benefiche per l'organismo e ha un contenuto calorico piuttosto basso; quello secco è molto più calorico di quello fresco.

Il dattero è ricco di aminoacidi, vitamina A e vitamine del gruppo, K, J, C ed E, ricco di zuccheri e allevia le infiammazioni delle vie respiratorie; inoltre grazie all'alto contenuto di ferro è perfetto per chi soffre di anemia.

Gli sportivi utilizzano il dattero per prevenire crampi muscolari e abbassamenti di pressione, mentre la ricchezza di fosforo favorisce le funzioni cerebrali.

A differenza del frutto secco, il dattero fresco ha un maggior contenuto di vitamine A e B, carotenoidi e fibre: elementi con proprietà remineralizzanti e lassative, oltre ad essere un'ottima fonte di antiossidanti (recenti studi hanno dimostrato che il Medjoul ha antiossidanti noti come polifenoli).



”salirò sulla palma, coglierò i
grappoli di datteri; mi siano i
tuoi seni come grappoli d’uva
e il profumo del tuo respiro
come di pomi “

(Bibbia, cantico dei cantici)



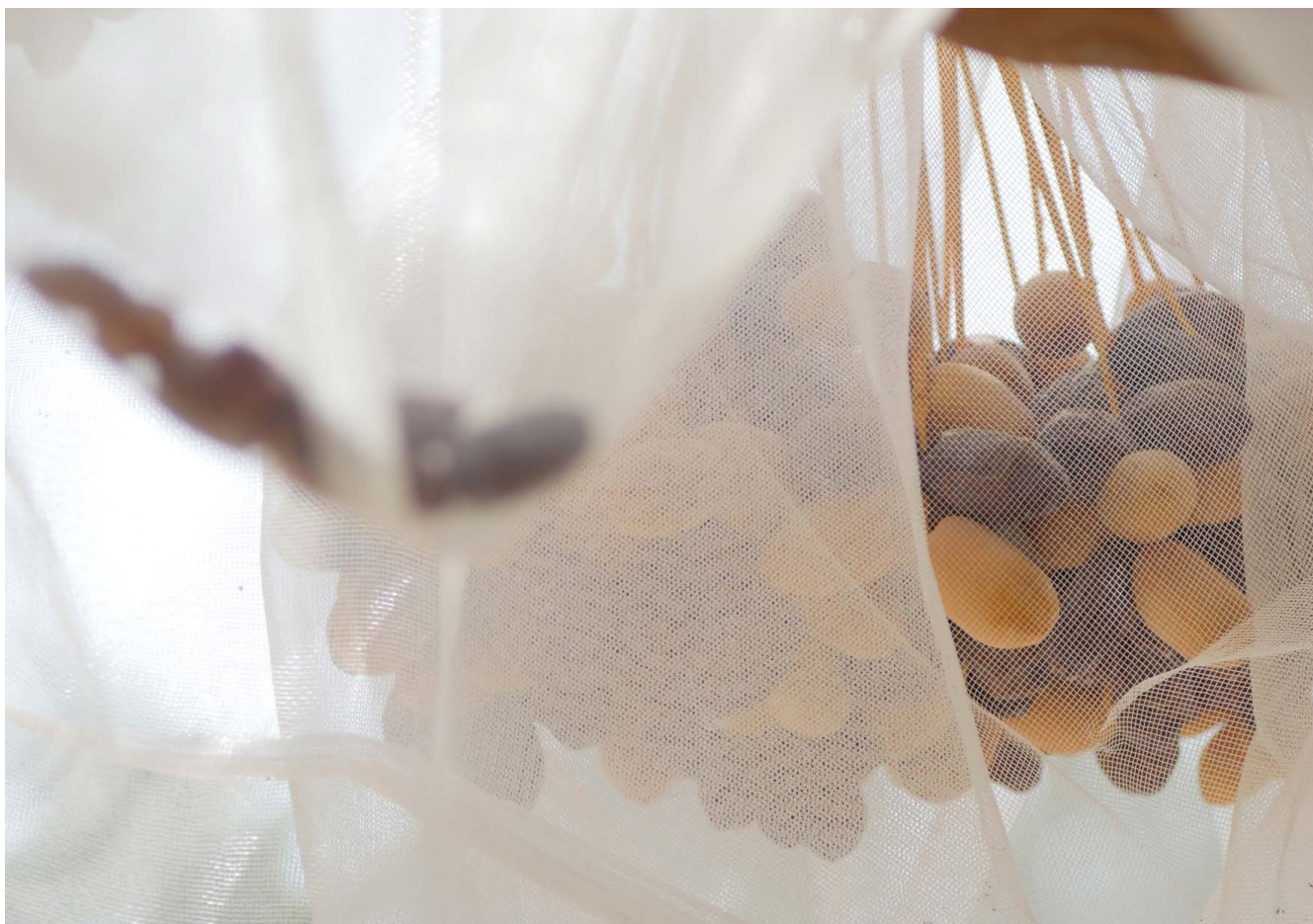
Il dattero è il frutto della palma “Phoenix Dactylifera⁹” le cui origini sono antichissime, originaria della Mesopotamia nelle rive del Nilo e dell’Eufrate nell’antico Egitto oggi può essere coltivata in molte zone facilmente irrigabili e con clima caldo; si trova in Africa settentrionale e meridionale, nelle Isole Canarie, in Asia e nell’estremo sud Europa e anche in altre aree geografiche come ad esempio gli Stati Uniti. Il “Frutto sacro” viene così definito perché citato in più occasioni nei testi sacri dell’Islam, del cattolicesimo e dell’ebraismo, dove ne vengono elogiate le proprietà nutritive e simboliche.

⁹ Un’unica palma da dattero può produrre all’incirca 50 Kg di datteri all’anno.

Il dattero matura in grappoli sotto le foglie della palma, ha una parte esterna polposa con al suo interno un seme circondato da un guscio duro. Il frutto può avere forma ovale o cilindrica, il diametro varia in base alla qualità, quando raggiunge la maturazione il suo colore diventa rosso acceso o marrone scuro a seconda della varietà.

Ci sono numerose varietà di dattero, prodotte nel mondo arabo, ma solamente alcune vengono prevalentemente vendute nel mercato internazionale, le cultivar più diffuse sono: ‘Ameri’; ‘Berhi’; ‘Deklet nour’; ‘Deri’; ‘Halawi’; ‘Hiann’; ‘Medjoul’; ‘Zahidi’.

Il dattero, prodotto nel Medio Oriente e in Nord Africa, non viene esclusivamente coltivato con il fine dell’esportazione commerciale, ma viene anche utilizzato in grandi quantità per il consumo interno perché ricco di sostanze nutrienti fondamentali per le popolazioni che abitano nelle zone di produzione.



LA PRODUZIONE

03

Secondo i dati FAO del 2017 le principali zone di produzione di datteri nel mondo sono in Egitto, Iran, Algeria, Arabia Saudita, Iraq e Pakistan.

dati FAO (2017)



- EGITTO 1.590.41 t.
- IRAN 1.185.16 t.
- ALGERIA 10.585.16 t.
- ARABIA SAUDITA 754.76 t.
- IRAQ 618.81 t.
- PAKISTAN 524.04 t.

Produzione della Palestina

La coltivazione della Palma da dattero esiste in Palestina da 5000 anni, le condizioni climatiche della zona sono ottime per la crescita della pianta e per lo sviluppo dei suoi frutti. Il Clima mediterraneo permette di coltivare in diversi momenti dell'anno, le principali zone di coltivazione della palma nei territori palestinesi sono quelle nelle regioni di Gerico, nella valle del Giordano, in Cisgiordania e nella Striscia di Gaza.

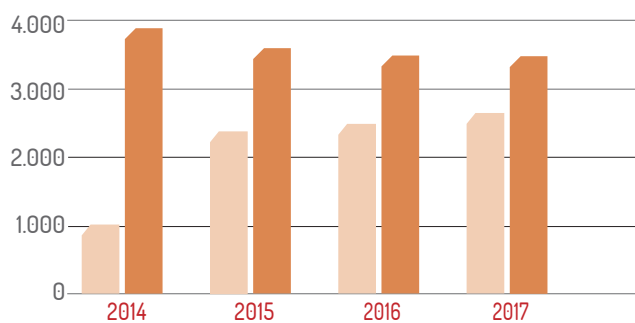


Il Medjool

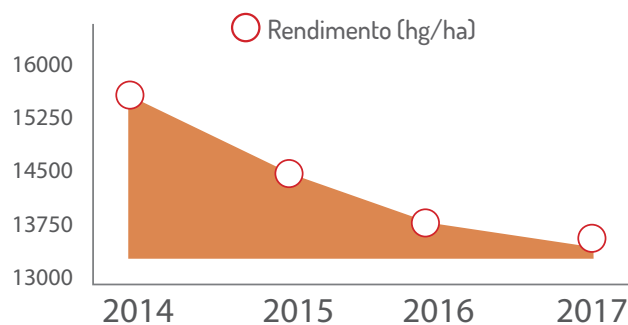
In Palestina viene prodotta una tra le varietà di dattero più conosciute e commercializzate, il Medjool, considerata la migliore varietà a livello internazionale. Uno dei suoi mercati principali è quello Europeo, soprattutto durante il periodo natalizio e nell'ambito della cucina vegana (ne fanno largo uso i praticanti del crudismo); viene utilizzato come sostituto degli zuccheri e del burro in cucina.

La Palma del dattero Medjool cresce, principalmente, in condizioni climatiche favorevoli che si trovano in alcune aree geografiche: Gerico, Maghreb nella regione del Nord Africa e California meridionale.

Originario del Marocco, il Medjool per la sua consistenza succosa e il sapore molto dolce, la sua alta percentuale di minerali, vitamine, antiossidanti e fibre, ha guadagnato l'attenzione dei consumatori, divenendo la qualità più ricercata in commercio, aumentando così il suo prezzo di vendita, fattore che l'ha reso un prodotto appetibile per i coltivatori che negli ultimi anni ne hanno aumentato considerevolmente la coltivazione. Dalle statistiche FAO nel 2017 in Palestinesi sono state prodotte circa 3600 t. Sono stati adibiti più terreni alla coltivazione della palma ma il rendimento è diminuito.



■ Area Coltivata (ha) ■ Quantità Prodotta (t)



Fonte: FAO

PREZZO DATTERI
GREZZI VENDUTO
GRANDI PRODUTTORI

3,0 EURO

CONFEZIONATI MERCATO
NAZIONALE 2° SCELTA

7,3 EURO

MERCATO NAZIONALE 1° SCELTA

9,00 EURO

EXPORTAZIONE 2° SCELTA

8,60 EURO

EXPORTAZIONE 1° SCELTA

10,50 EURO

PREZZO DATTERI CONFEZIONATI BIO

12,80 EURO

PREZZI VENDITA
AL KG DI DATTERI
MEDJOUL 2017



Per avere un quadro preciso della distribuzione e del consumo di datteri in Europa è possibile attingere ai dati pubblicati per quantitativi importati; diventa invece quasi impossibile reperire i dati quantitativi specifici per ogni singola tipologia di dattero ed ancora più complesso definire un prezzo standard per il consumatore, dal momento che i dati riguardanti la vendita al dettaglio, assomma diverse migliaia di commercianti, dettaglianti e diverse centinaia di migliaia di milioni di consumatori. I dati indicati sono frutto di elaborazione di informazioni date da grossisti, grandi magazzini / negozi specializzati.

IMPORTATORI
MONDO

[Tonnellate]

3.822

2015

7.095

2016

Negli ultimi anni il quantitativo di datteri venduto da Territori Palestinesi nei mercati internazionali è andato aumentando con un leggero arresto nel 2015.

I Principali paesi importatori di Datteri provenienti dalla Palestina sono:



I mercati che hanno relazioni commerciali con la Palestina evidenziano che gli acquirenti sono disposti a pagare prezzi più alti per una varietà di prodotto con particolari caratteristiche qualitative, che la varietà Medjoul soddisfa completamente.





MERCATI MONDIALI

04

Importazioni

DATI FAO DI IMPORTAZIONE

T 1.234.367=2017

| | |
|---------------|------------|
| INDIA | 373.505 t. |
| EMIRATI ARABI | 163.752 t. |
| MAROCCO | 70.055 t. |
| BANGLADESH | 43.932 t. |
| FRANCIA | 37.380 t. |
| INDONESIA | 34.820 t. |

UE IMPORTAZIONE DI DATTERI IN VOLUMI

| | |
|-------------|-----|
| FRANCIA | 34% |
| REGNO UNITO | 19% |
| GERMANIA | 17% |
| ITALIA | 9% |
| PAESI BASSI | 8% |
| SPAGNA | 8% |
| BELGIO | 5% |



Nel 2017 sono state importate 1.234.367 tonnellate nel mondo secondo i dati Trade Map con un incremento di circa 500.000 tonnellate rispetto all'anno precedente.

L'India negli ultimi 5 anni ha costantemente aumentato le importazioni.

Osservando l'andamento delle importazioni è possibile vedere come il mercato degli Emirati Arabi e della Marocco rimangano i maggiori importatori di dattero anche se hanno diminuito le tonnellate importate negli ultimi anni. Il dattero è molto richiesto nei paesi islamici perché è parte della dieta alimentare e viene utilizzato durante le festività.

Negli ultimi anni le importazioni nei paesi UE-28 sono incrementate annualmente di circa il 10%¹. La richiesta del prodotto nel mercato Europeo si concentra soprattutto durante il periodo invernale/natalizio², durante il Ramadan³ e le festività ebraiche⁴. Inoltre,

¹ In alcuni mercati "occidentali", negli ultimi anni, anche se vi è stata una diminuzione a livello mondiale delle esportazioni si ha un incremento di importazioni questa tendenza sembra rimandare al numero elevato di immigrati di origine Africana e Asiatica e ai nuovi stili di consumo che si stanno acquisendo da parte delle nuove generazioni di compratori; negli ultimi anni, all'interno dei punti vendita è possibile trovare il dattero non solo in confezioni classiche o per uso di pasticceria, 250gr o più grandi, ma in formati snack da consumare durante la giornata (70 gr).

negli ultimi anni i principali mercati d'importazione europei sono stati quelli della Francia, Regno Unito, Germania, Italia⁵, con un trend di importazione in costante crescita; oggi la popolazione islamica che vive in Europa incide considerevolmente sul consumo e sulla richiesta del mercato⁶.

Nel 2017 su un consumo mondiale di circa 8,5 milioni di tonnellate, più di 40.000 tonnellate sono state della varietà Medjoul, indice di un interesse crescente per questa tipologia di dattero, tanto nella produzione che nella importazione. Gli Stati Uniti⁷ e Israele⁸ sono tra i maggiori esportatori di questa varietà nel mercato Europeo, mentre la Palestina figura tra i primi dieci.

Il periodo di produzione del Medjoul si estende dalla fine di agosto alla fine di novembre⁹, permettendo però ai mercati di essere alimentati durante tutto l'anno, tenendo conto delle possibilità di mantenere il prodotto in celle frigorifere¹⁰, infatti se per l'importazione nei mercati europei da Israele o Palestina sono più rapide rispetto al prodotto in arrivo dagli Stati Uniti.

2 Nonostante negli ultimi anni si stia andando incontro alla de-stagionalizzazione dei prodotti il dattero ha un incremento delle vendite ristretto principalmente al periodo delle festività natalizie.

3 Il Ramadan varia ogni anno, essendo il calendario musulmano composto da soli 354 o 355 giorni.

4 Pesach e Yom Kippur.

5 Francia, Regno Unito, Germania, Italia, Paesi Bassi, Spagna, Belgio e Danimarca, che rappresentano circa l'80% del volume di importazione in Europa (i rimanenti 11 paesi dell'EU 28 raggiungono solo il 20%), con un trend di importazione in costante crescita.

6 I mercati obiettivo di seguito indicati sono composti da un considerevole numero di immigrati, incrementando il consumo del dattero.

7 I palmeti degli Stati Uniti si trovano principalmente nell'area Bard Valley in California.

8 Israele produce il 65% di dattero Medjoul esportato globalmente.

9 Il periodo include stagioni di raccolta del Medjool nelle varie aree geografiche.

10 Condizioni di stoccaggio Medjool conservata in frigorifero conserva tutte le sue qualità positive per sei mesi. Può anche essere congelato, estende la sua conservazione e soprattutto permette il gap da colmare tra due stagioni.

Esportazioni

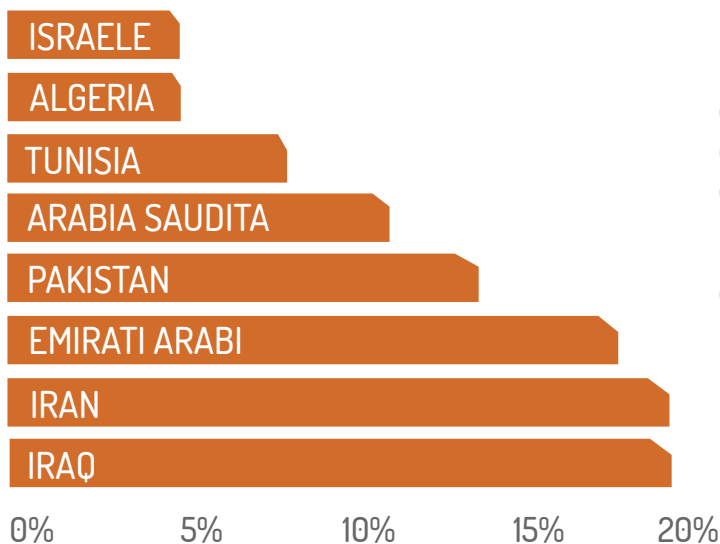
DATTERI DI QUALITÀ
SUPERIORE MEDJOUL.

QUANTITÀ DATTERI ESPORTATI
A LIVELLO MONDIALE NEL 2017

1.344.487

Tonnellate

Paesi Esportatori



La quantità di dattari esportata nel 2017 è di 1.344.487 tonnellate a livello mondiale. I principali paesi di esportazione sono: Iran, Iraq, Emirati arabi, Pakistan, Arabia Saudita, Tunisia e Israele.

La Palestina non rientra tra i principali paesi in quantità esportate ma incide notevolmente per ciò che riguarda i prezzi del dattero visto che esporta dattari di qualità superiore.

Israele esporta principalmente dattari di qualità, occupando circa il 40% del mercato mondiale del Medjoul.

La Tunisia produce la varietà Deglet Nour esportando principalmente verso paesi europei, statunitensi e asiatici.



REQUISITI PER L'ACCESSO AI MERCATI

05

I requisiti¹ minimi per la commercializzazione vengono applicati ai produttori mondiali e sono regolamentati dal "Codex Alimentarius" (CODEX STAN 143-1985), che si applica al prodotto impacchettato pronto per il consumo diretto, mentre non si applica ad altre tipologie di commercializzazione, come la produzione destinata a lavorazione industriale. Per la commercializzazione su mercati dell'Unione Europea, l'esportatore deve rispettare gli standard generali imposti per i prodotti ortofruitticoli conformemente al regolamento di esecuzione (UE) n. 543/2011 della Commissione eTBT e SPS². Il requisito standard più importante è EUREP-GAP, Questo dimostra ai clienti l'impegno e la capacità dell'azienda di produrre alimenti sicuri sotto un sistema completo (compreso l'HACCP) e verificato da un terzo attore indipendente e riconosciuto a livello internazionale.

Requisiti specifici del prodotto commercializzato in Unione Europea fanno riferimento alle Norme UNECE per i datteri secchi (UNECE standard DDP-08). Queste definiscono i requisiti per le merci indicate e i materiali di imballaggio.

1 Questi requisiti riguardano la definizione del prodotto, i tipi varietali, i fattori di composizione e qualità, il livello di additivi alimentari, l'igiene, i pesi e le misure, l'etichettatura e i metodi di analisi e campionamento.

2 Technical barriers to trade (TBT) and sanitary and phytosanitary (SPS)

3 Avere una certificazione che attesti la conformità della merce a contatto con gli alimenti.

Etichettatura per la produzione di consumo, che sono preconfezionati all'origine, deve seguire i requisiti di etichettatura dell'Unione Europea, fornendo il massimo di informazioni possibili rivolte al consumatore e includendo l'elenco degli ingredienti, dei coadiuvanti tecnologici che possano provocare allergie o intolleranze; la ricetta per ingredienti o categorie di ingredienti; quantità netta; la data di scadenza e delle condizioni di utilizzo di stoccaggio; nome e indirizzo del azienda; paese d'origine; numero di lotto; informazioni nutrizionali.

I prodotti organici certificati, devono contenere logo biologico di certificazione dell'Unione Europea, oltre a informazioni riguardanti l'ente di certificazione. La produzione organica certificata deve essere conforme alla normativa dell'Unione Europea per l'agricoltura biologica e di marketing.

Documenti di spedizione, dichiarazione doganale, fattura commerciale, certificato d'origine, certificato fitosanitario e certificato controllo della qualità e sicurezza alimentare.

Per gli imballaggi gli standard UNECE stabiliscono alcuni requisiti generali per il confezionamento di datteri secchi, requisiti che vengono applicati sia per imballaggi all'ingrosso che per quelli al dettaglio. La tipologia dei materiali di imballaggio non è specificamente menzionata ed entrambi possono essere realizzati nel paese di origine³.

DOVE REPERIRE DOCUMENTAZIONE QUADRO NORMATIVO

| | |
|---|--|
| Requisiti internazionali | http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/standards/list-of-standards/en/ |
| Requisiti Europei (importanti per gli esportatori) | http://www.exporthelp.europa.eu https://ec.europa.eu/agriculture/fruit-and-vegetables/marketing-standards_en http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX:32011R0543 |
| (standard UNECE) | http://www.unece.org http://www.unece.org/wp7-2015#/ |
| Requisiti prodotto specifico | http://ec.europa.eu/dgs/health_food-safety/index_en.htm |
| Packaging | http://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/labelling_legislation_en |
| Richiesta certificazione organica | https://ec.europa.eu/agriculture/organic/downloads/brochures_en https://www.ifoam.bio/ https://ec.europa.eu/agriculture/organic/downloads/logo_en https://ec.europa.eu/agriculture/organic/organic-farming/what-is-organic-farming/international-trade-in-organics_en |
| Sicurezza Alimentare | http://ec.europa.eu/food/safety http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=LEGISSUM:f84001 |
| Richiesta certificazione Fair Trade | https://www.fairtrade.net/ |

Clienti Target



Nei mercati target presi in esame in questo documento, vengono analizzati i consumi di un fruitore che sceglie in base a preferenze individuali e non a bisogni primari. I cambiamenti del consumo alimentare della popolazione, infatti, sono causati da cambiamenti strutturali avvenuti nella società e nella percezione dei rischi in tema alimentare è amplificati dalla crisi dell'agricoltura tradizionale.

Altri standard commerciali eco sostenibili sul mercato europeo sono il Fair Trade Ecocert e il Fair for Life. Il Fair Trade Ecocert prevede prezzi minimi garantiti, supporto ai produttori e buone pratiche agricole che permettano il raggiungimento dello standard richiesto dalla certificazione biologica. Fairtrade International è la principale organizzazione di standardizzazione e certificazione per il Fairtrade, che include il riconoscimento di un prezzo adeguato per il lavoro e la produzione dei piccoli agricoltori.

I datteri sui mercati europei sono suddivisi in base alla loro varietà, qualità ed eventuali certificazioni. Nella porzione del mercato di fascia alta, è possibile trovare datteri freschi e qualitativamente superiori, come le varietà Medjoul e Deglet Nour, con certificazione organica e/o fair trade; nella fascia centrale rientra la ca-

tegoria ancora di buona qualità che soddisfa i requisiti standard di vendita al dettaglio. La produzione inserita nel segmento low cost viene commercializzata attraverso canali popolari come piccoli alimentari o discount e sono comunemente venduti con etichette private di supermercati. Questo segmento è prevalentemente costituito da datteri senza certificazioni, appartenente alla categoria di prezzo inferiore.

Dalle analisi dei prezzi si è potuto vedere come la vendita del dattero di origine organica sia aumentato di circa il 20-30% rispetto a quella del dattero convenzionale. I prezzi di importazione di tali prodotti possono variare fino a dieci volte in base alla varietà, all'origine, all'imballaggio e alla qualità dei datteri in questione.

Ulteriori requisiti per i mercati più esigenti, riguardano principalmente la certificazione del commercio equo e solidale.

CONSUMO DATTERI 2017

| | | | |
|-------------|-----------|---------------|------------|
| DANIMARCA | 3.277 t. | ITALIA | 7.915 t. |
| BELGIO | 2.298 t. | FRANCIA | 20.894 t. |
| PAESI BASSI | 2.300 t. | EMIRATI ARABI | 184.694 t. |
| SPAGNA | 7.504 t. | REGNO UNITO | 17.713 t. |
| GERMANIA | 11.858 t. | TURCHIA | 21.538 t. |



CONCLUSIONI

06

L'analisi di mercato ha permesso di individuare dei nuovi mercati in crescita, oltre ai mercati abitualmente riforniti dalle esportazioni di datteri, la Palestina, potrebbe incrementare l'esportazione nei mercati Europei e nei mercati emergenti dell'Oriente.

Una delle strategie da perseguire per avvicinare il consumatore è il richiamo alla relazione alimento-natura. La richiesta di prodotti biologici sia freschi che trasformati, infatti, è cresciuta moltissimo nei mercati obiettivo indicati. Inoltre, valorizzare il prodotto dando una componente etica, in grado di esprimere il valore aggiunto immediatamente riconoscibile, distintivo e univoco per comunicare e preservare l'identità socioculturale della collettività che lo produce, territorio come patrimonio della comunità, puntare al "glocale".

L'aumento dell'esportazione del dattero Medjoul palestinese nei mercati europei, ad esempio non dipende soltanto da un aumento di produzione in loco ma soprattutto dalla capacità di soddisfare standard etici, rispetto alla produzione Statunitense, marocchina israeliana.

Nei mercati Europei e Orientali la sicurezza alimentare è un problema importante quindi risulta fondamentale fornire le varie certificazioni necessarie per l'ingresso del prodotto, aggiuntive se richieste; informarsi sul potenziale di nuove varietà e sui requisiti fitosanitari, di importazione e sistemi di gestione della sicurezza alimentare. Inoltre, è im-



portante avere una buona catena post raccolta e di mantenimento che permette di avere una finestra di vendita più ampia e un'ottimale conservazione del prodotto, per poter accedere ai mercati obiettivo nei momenti in cui vi è un'ulteriore richiesta che non può essere soddisfatta da altri esportatori è importante farsi trovare pronti e mantenere buoni contatti con gli importatori.

Le certificazioni biologiche che permettono di accedere ad alcuni mercati di nicchia possono essere costose quindi è rilevante comprendere il potenziale del mercato prima di investire.

per trovare partner affidabili è fondamentale la partecipazione a fiere internazionali come Fruit Logistica.

Ci sono nazioni che hanno relazioni di importazioni già avviate con paesi in via di sviluppo, importante individuare questi canali di importazione e instaurare relazioni di lungo termine con compratori, la competizione basata solamente sul prezzo senza eccellere in un prodotto di qualità che si distingue dagli altri non è duratura nel lungo termine.





Contact numbers

Economic Development Programme Coordinator
c.simonetti@fondazionegiovannipaolo.org
Phone number: +39 0575 583077

www.smallfarmers.trade



AGENZIA ITALIANA
PER LA COOPERAZIONE
ALLO SVILUPPO



La pubblicazione è stata finanziata dall' Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo nel progetto " Sostegno alla riorganizzazione produttiva, manageriale e commerciale delle cooperative di produttori di datteri Palestinesi ed Egiziani" AID 010601.
I contenuti di questa pubblicazione sono di esclusiva responsabilità dell'autore e non rappresentano necessariamente il punto di vista dell'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo.
L'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo non è responsabile di eventuali informazioni imprecise o diffamatorie o dell'uso errato delle informazioni.