



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



Il settore agroalimentare in Australia

2022



Indice

- [La Piccola Biblioteca Digitale di Savor Piemonte](#)
- [Glossario](#)
- [Australia](#)
- [Prodotti confezionati](#)
- [Ingredienti e pasti pronti](#)
- [Prodotti lattiero-caseari](#)
- [Snack](#)
- [Bevande alcoliche](#)
- [Bevande analcoliche](#)
- [Bevande calde](#)
- [La Camera di commercio di Torino per l'export](#)
- [Contatti](#)



Credits: Photo by [Cullen Jones](#) on [Unsplash.com](#)



La Piccola Biblioteca Digitale

Premessa

Nell'ambito del progetto [Savor Piemonte](#), la Camera di commercio di Torino ha realizzato un archivio digitale di documenti utili allo sviluppo delle attività di internazionalizzazione delle imprese piemontesi operanti nei comparti agroalimentare e bevande.

All'interno de [La Piccola Biblioteca Digitale di Savor Piemonte](#) è possibile trovare:

- analisi di mercato realizzate sui Paesi target del progetto, finalizzate ad offrire alle imprese un'informazione puntuale ed aggiornata circa le opportunità d'affari per l'export agroalimentare italiano;
- esempi di business plan pensati specificamente per l'export, in cui vengono analizzati dei casi concreti e vengono offerti degli schemi reali di pianificazione strategica;
- esempi di studi sul packaging alimentare, in cui vengono analizzati dei casi concreti e vengono offerte soluzioni alternative e reali, finalizzate alla sostituzione degli imballaggi con il ricorso a materiali, anche innovativi, più sostenibili da un punto di vista ambientale e più performanti da un punto di vista tecnico;
- vademecum per la progettazione di percorsi di visite aziendali, per raccontare il territorio, la propria storia aziendale e i propri prodotti a potenziali clienti, siano essi operatori professionali o consumatori finali, italiani o stranieri.

DISCLAIMER

I documenti presenti ne «La Piccola Biblioteca Digitale di Savor Piemonte» si basano su analisi di mercato aggiornate e esempi di casi di studio realmente condotti. La realizzazione di questi documenti è stata ispirata dalla necessità di poter fornire informazioni e strumenti utili a orientare le imprese sui mercati internazionali. Data la sensibilità e la complessità degli argomenti trattati, si ritiene opportuno segnalare che le informazioni contenute in questi documenti sono tratte da fonti ritenute attendibili ed aggiornate alla data di pubblicazione, salvo dove diversamente indicato. Tuttavia, essendo soggette a possibili modifiche ed integrazioni periodiche da parte delle fonti citate, si sottolinea che le stesse hanno valore meramente orientativo ed esemplificativo. Pertanto, il loro utilizzo da parte del lettore nello svolgimento della propria attività professionale richiede una puntuale verifica presso i soggetti competenti nella/e materia/e cui le informazioni stesse ineriscono.



Glossario

Definizioni utilizzate

- Consumi Off-trade / Retail: in questa categoria rientrano le vendite al dettaglio, ossia vendite di alimenti effettuate presso punti vendita (off-line e on-line) per il consumo domestico.
- Consumi On-trade / Foodservice: in questa categoria rientrano le vendite di alimenti effettuate presso i servizi di ristorazione, consumati in loco, con consegna a domicilio o da asporto.
- Acquisti off-line: acquisti effettuati presso canali di vendita fisici (ad es. GDO, negozi specializzati e non).
- Acquisti on-line: acquisti effettuati presso canali di vendita virtuali (ad es. e-commerce).
- Canali di distribuzione:
 - GDO: discount, supermercati, ipermercati, ecc.
 - Negozi specializzati: negozi specializzati in generi alimentari, indipendenti dal sistema della GDO
 - Mixed retailers: negozi non specializzati in generi alimentari
 - E-commerce: siti e piattaforme di vendita on-line
 - Altro: Vending, home shopping, direct selling, ecc.

Categorie merceologiche

- Prodotti confezionati (Staple foods): cereali e farine; dolci e prodotti di pasticceria; frutta lavorata e conservata; funghi e tartufi; ortaggi lavorati e conservati; pasta; prodotti da forno; riso; salumi e derivati carnei.
- Ingredienti e pasti pronti (Cooking ingredients and meals): aceto; creme spalmabili dolci; marmellate, confetture e composte; miele; olio; prodotti di gastronomia e pasti pronti; sale, spezie ed erbe aromatiche; salse e sughi.
- Prodotti lattiero-caseari (Dairy products and alternatives): formaggi e altri prodotti lattiero-caseari (es. burro, dessert, latte, yoghurt, ecc.).
- Snack (Snacks): biscotti; cacao e altri prodotti a base di cacao; caramelle e gomme da masticare; gelati; snack (dolci e salati).
- Prodotti freschi (Fresh food): abcd
- Bevande alcoliche (Alcoholic drinks): bevande fermentate e fortificate; birra; liquori e spiriti; vino.
- Bevande analcoliche (Soft drinks): acqua e bevande analcoliche; succhi di frutta e sciroppi.
- Bevande calde (Hot drinks): caffè; tè e infusi.



Glossario

Tabella di comparazione

Categoria di prodotto nel progetto Savor Piemonte	Riferimento categoria di prodotto in analisi di mercato Euromonitor	Categoria di prodotto nel progetto Savor Piemonte	Riferimento categoria di prodotto in analisi di mercato Euromonitor
Aceto	Ingredienti e pasti pronti	Legumi	Prodotti freschi
Acqua e bevande analcoliche	Bevande analcoliche	Liquori e spiriti	Bevande alcoliche
Bevande fermentate e fortificate	Bevande alcoliche	Marmellate, confetture e composte	Ingredienti e pasti pronti
Biscotti	Snack	Miele	Ingredienti e pasti pronti
Birra	Bevande alcoliche	Olio	Ingredienti e pasti pronti
Cacao e altri prodotti a base di cacao	Snack	Ortaggi lavorati e conservati	Prodotti confezionati
Caffè	Bevande calde	Pasta	Prodotti confezionati
Caramelle e gomme da masticare	Snack	Prodotti da forno	Prodotti confezionati
Cereali e farine	Prodotti confezionati	Prodotti di gastronomia e pasti pronti	Ingredienti e pasti pronti
Creme spalmabili dolci	Ingredienti e pasti pronti	Riso	Prodotti confezionati
Dolciumi e prodotti di pasticceria	Prodotti confezionati	Sale, spezie ed erbe aromatiche	Ingredienti e pasti pronti
Formaggi e altri prodotti lattiero-caseari (ad es. burro, yoghurt, ecc.)	Prodotti lattiero-caseari	Salse e sughi	Ingredienti e pasti pronti
Frutta lavorata e conservata	Prodotti confezionati	Salumi e derivati carnei	Prodotti confezionati
Frutta secca (es. nocciole, noci, ecc.)	Prodotti freschi	Snack (dolci e salati)	Snack
Funghi e tartufi	Prodotti confezionati	Succhi di frutta e sciroppi	Bevande analcoliche
Gelati	Snack	Tè e infusi	Bevande calde
		Vino	Bevande alcoliche



Australia

Informazioni generali

- Capitale: Canberra
- Fuso orario: GMT +7 / GMT +12
- Lingua: Inglese
- Abitanti: 25,7 milioni
- Superficie: 7.741.200 kmq
- Valuta: Dollaro Australiano (AUD)
- PIL: 1.540 miliardi USD
- PIL (crescita): +1,5%
- PIL per capita: 59.934 USD

Fonte: World Bank Group (2021)



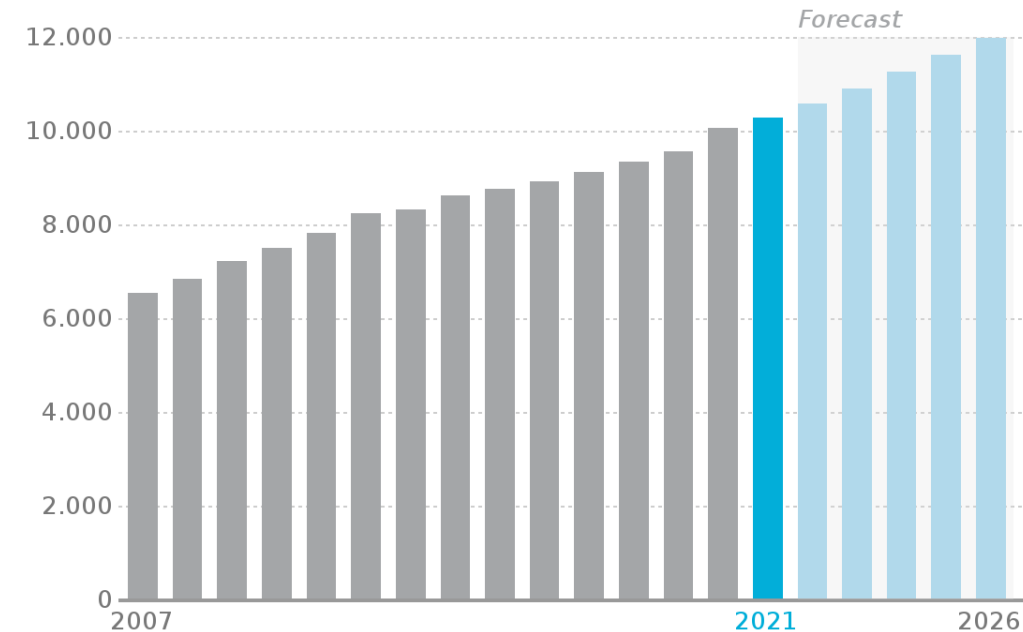
Prodotti confezionati

Vendite per categoria

Sales of Staple Foods in Australia

Retail Value RSP - EUR million - Current - 2007-2026

10.255



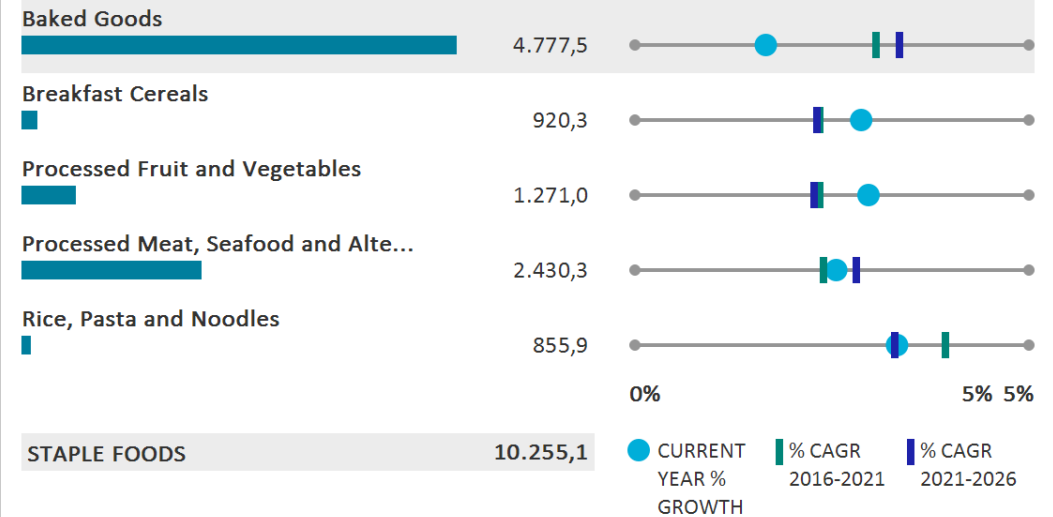
Vendite per sotto-categoria

Sales of Staple Foods in Australia by Category

Retail Value RSP - EUR million - Current - 2021

Growth Performance

Click on a Category to update Sales Chart

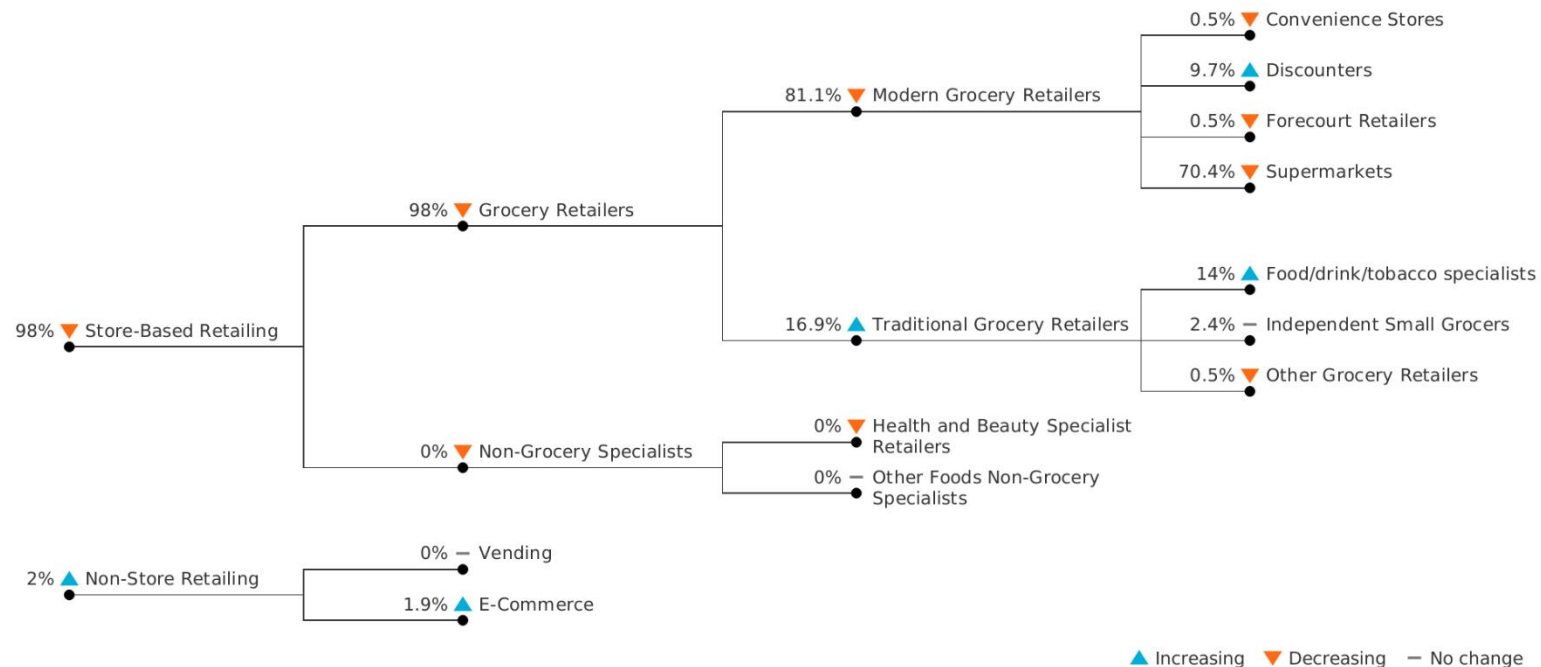


Prodotti confezionati

Canali di distribuzione

Retail Channels for Staple Foods in Australia

Retail Value RSP 2021 and Percentage Point Growth - 2016-2021



Prodotti confezionati

Commenti

- In seguito ai periodi di lockdown, la popolazione australiana si è sempre più concentrata sulle proprie scelte alimentari, ricercando prodotti salutari, in linea con le imminenti necessità orientate al miglioramento del proprio stile di vita.
- Un'alimentazione bilanciata a base di verdure è tra quelle maggiormente seguite dai consumatori, divenuti sempre più consapevoli delle proprie scelte. Infatti, «Vegie Delights», marchio leader di sostituti di carne e frutti di mare, ha lanciato una nuova gamma di salse a base vegetale per offrire ai consumatori una piacevole esperienza sensoriale.
- In seguito alla pandemia da COVID-19, i consumatori sono costantemente alla ricerca di prodotti convenienti, sostenibili e con un basso tasso di additivi.
- Nel 2021, il marchio di carni lavorate «Lilydale» ha ampliato la sua offerta di prodotti con miscele di sapori uniche come «Kakadu Plum» o opzioni esotiche come «Curry Katsu», «Chimichurri» e il gusto al barbecue coreano.



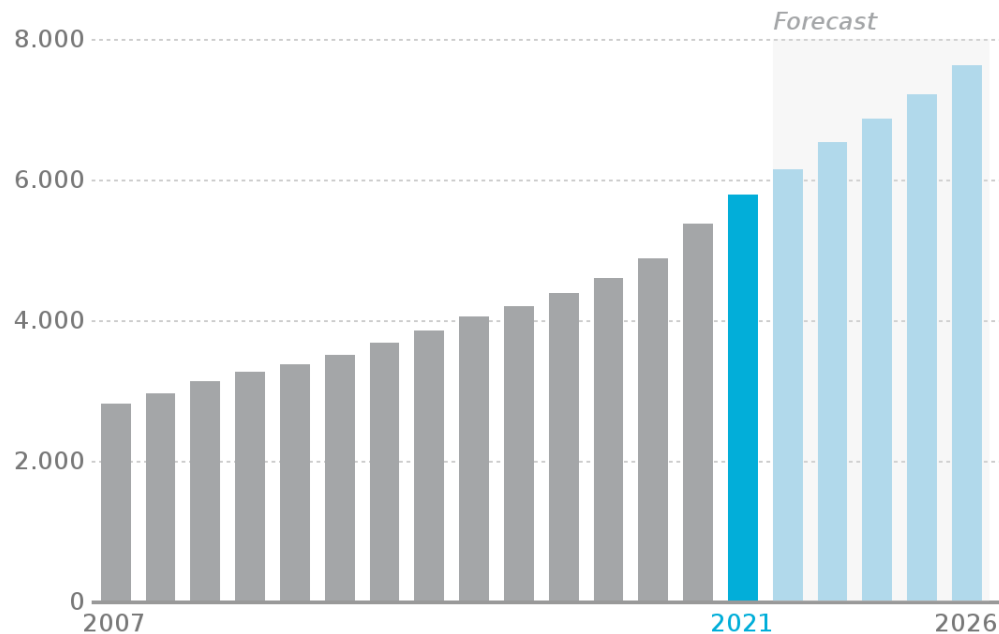
Ingredienti e pasti pronti

Vendite per categoria

Sales of Cooking Ingredients and Meals in Australia

Retail Value RSP - EUR million - Current - 2007-2026

5.775



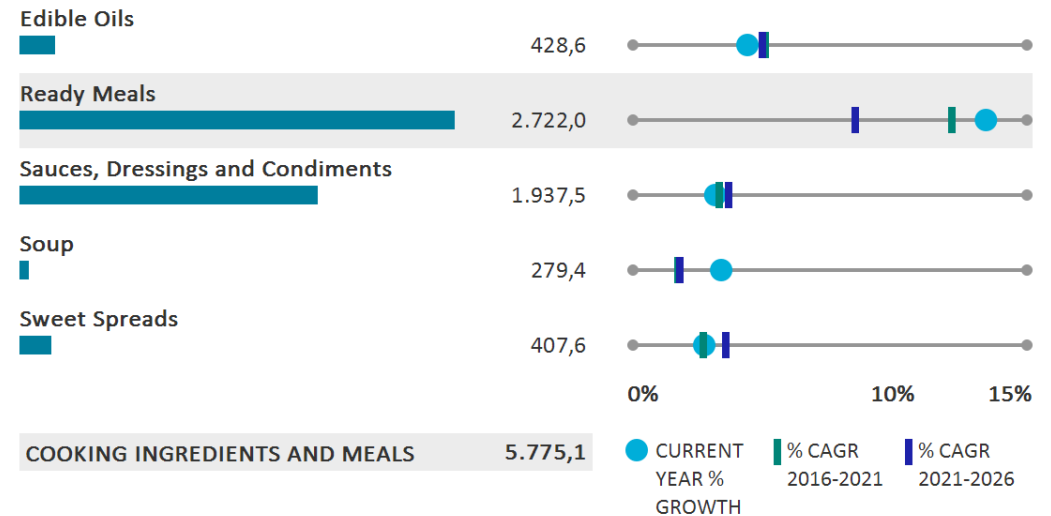
Vendite per sotto-categoria

Sales of Cooking Ingredients and Meals in Australia by Category

Retail Value RSP - EUR million - Current - 2021

Growth Performance

Click on a Category to update Sales Chart



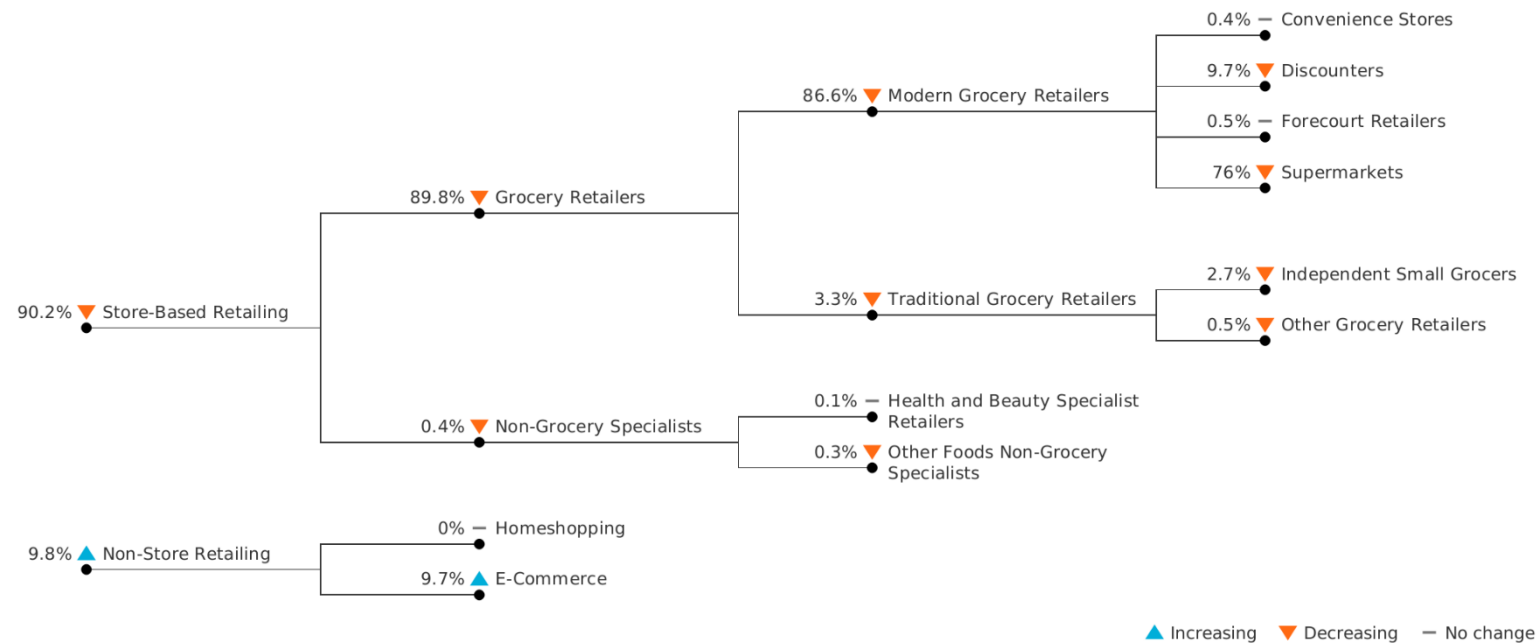
Valore in milioni di euro del segmento off-trade / retail, dato dalla produzione nazionale, meno le esportazioni, più le importazioni

Ingredienti e pasti pronti

Canali di distribuzione

Retail Channels for Cooking Ingredients and Meals in Australia

Retail Value RSP 2021 and Percentage Point Growth - 2016-2021





Ingredienti e pasti pronti

Commenti

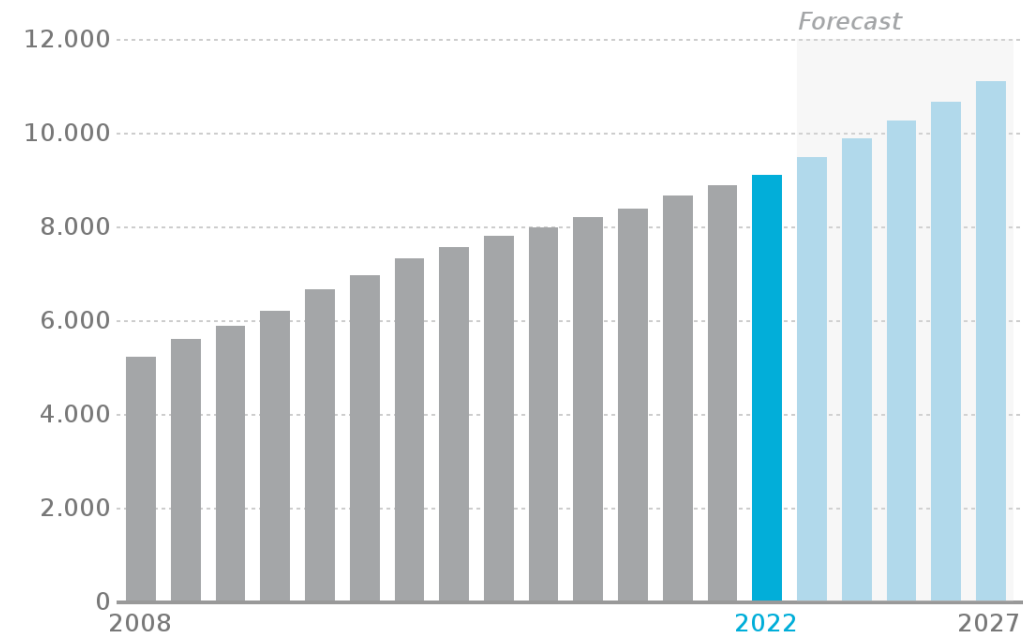
- A seguito della pandemia da COVID-19, i consumatori si sono sempre più orientati verso soluzioni convenienti, mantenendo il desiderio di sperimentare sapori sempre più audaci.
- Inoltre, essi adottano soluzioni salutari per il miglioramento del proprio stile di vita. Infatti, il brand australiano «Leggo's» ha lanciato una nuova gamma di sughi biologici per soddisfare le nuove necessità dei consumatori.
- Inoltre, nel corso del 2021, si è anche verificata una maggiore attenzione nei confronti dei prodotti freschi, a discapito di quelli congelati.
- Attualmente, la sostenibilità sembra essere una delle questioni maggiormente rilevanti sia per i consumatori, sia per le aziende operanti nel settore. A tal proposito, la «South Australian Gourmet Food Company» ha investito nell'energia solare e in un sistema avanzato di riciclaggio dell'acqua utilizzata per la produzione.

Prodotti lattiero-caseari

Vendite per categoria

Sales of Dairy Products and Alternatives in Australia
Retail Value RSP - EUR million - Current - 2008-2027

9.090



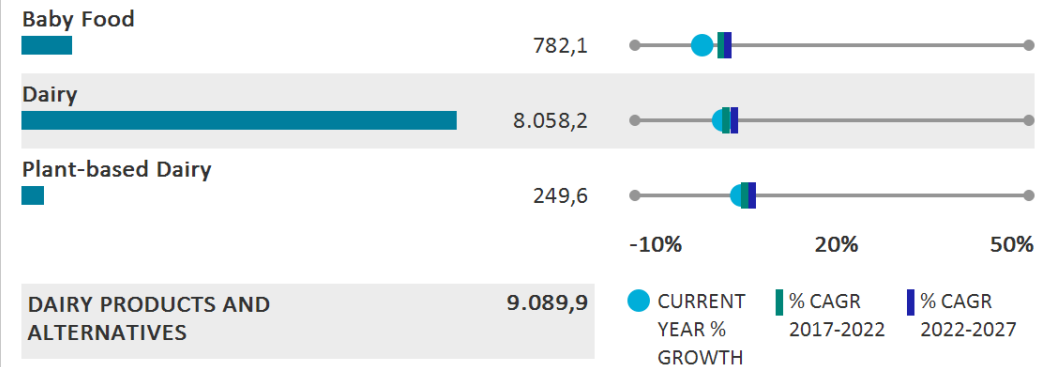
Vendite per sotto-categoria

Sales of Dairy Products and Alternatives in Australia by Category

Retail Value RSP - EUR million - Current - 2022

Growth Performance

Click on a Category to update Sales Chart



Valore in milioni di euro del segmento off-trade / retail, dato dalla produzione nazionale, meno le esportazioni, più le importazioni

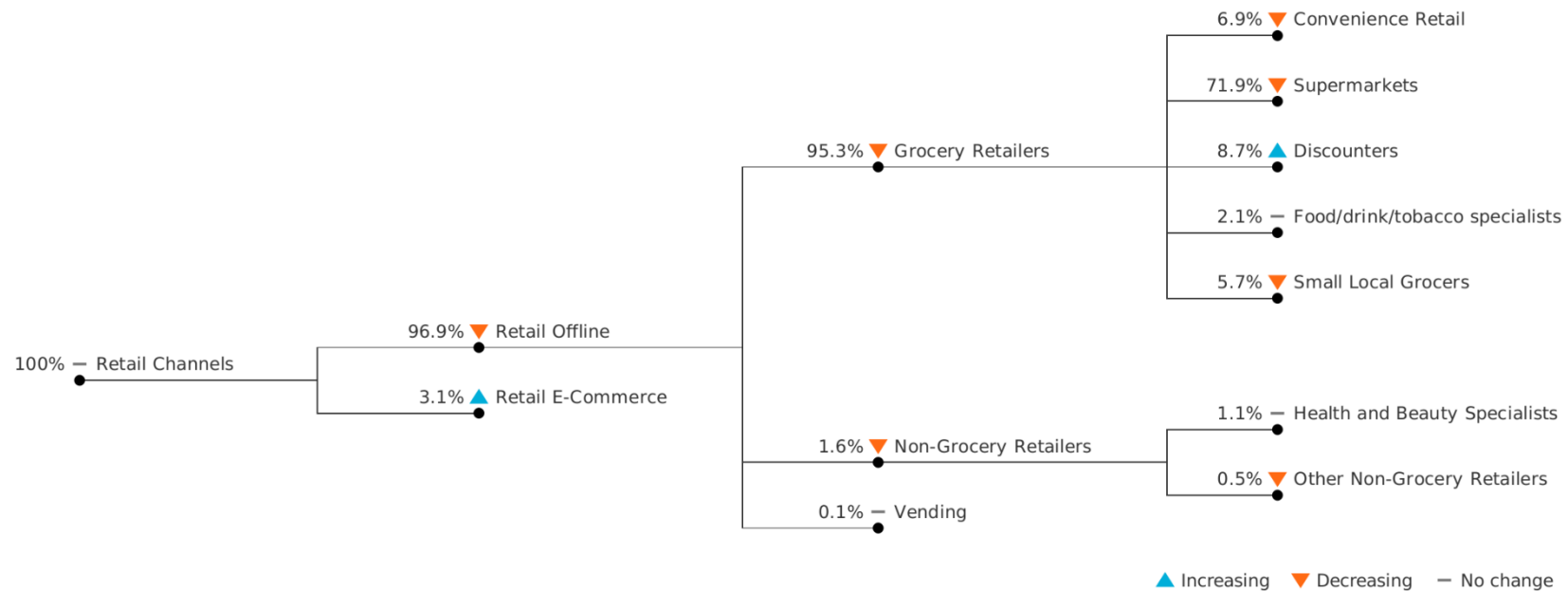


Prodotti lattiero-caseari

Canali di distribuzione

Retail Channels for Dairy Products and Alternatives in Australia

Retail Value RSP 2022 and Percentage Point Growth - 2017-2022



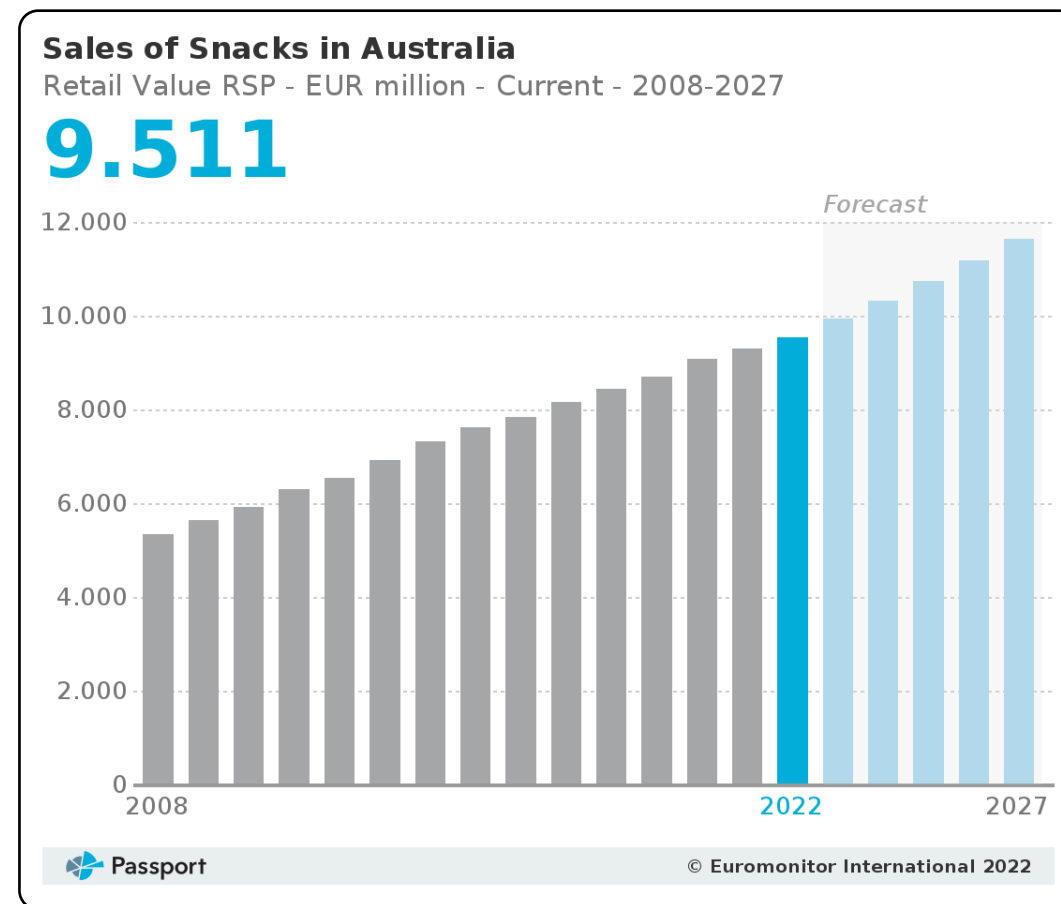
Prodotti lattiero-caseari

Commenti

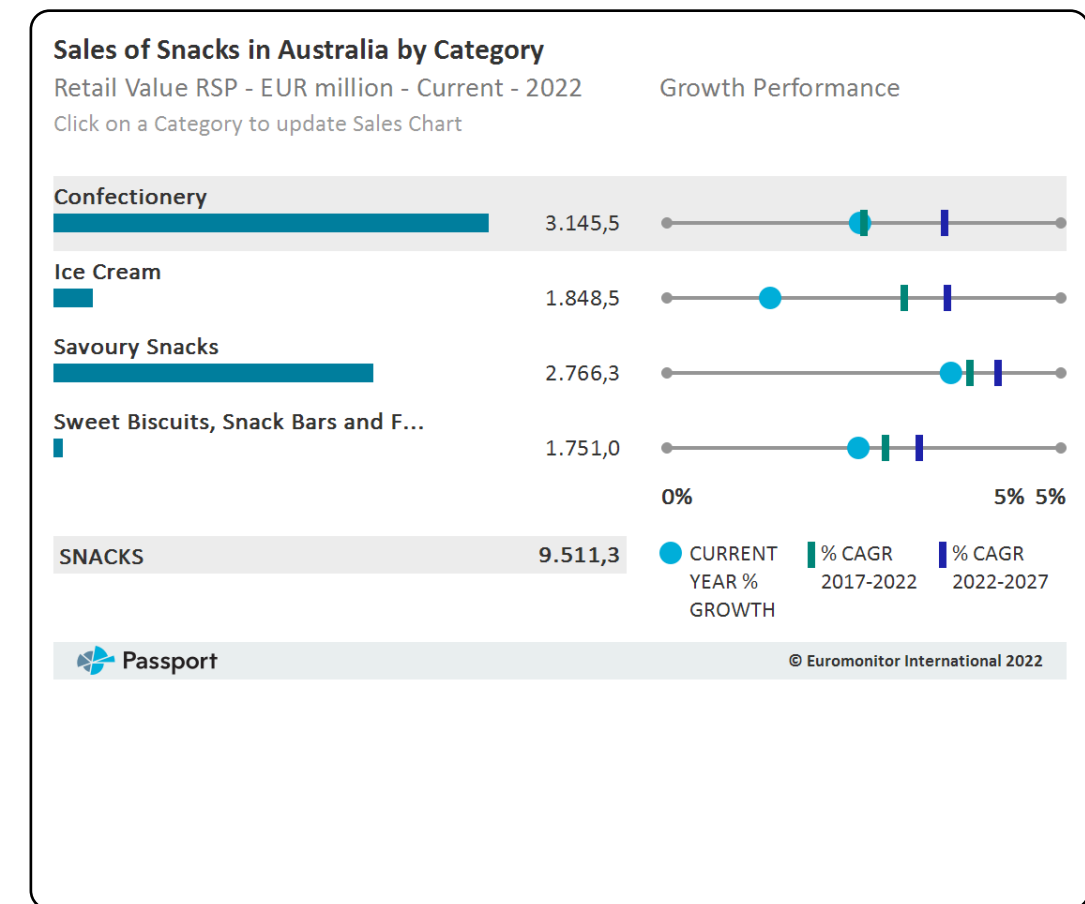
- La pandemia da COVID-19 ha aumentato la necessità di supportare l'industria locale australiana dei prodotti lattiero-caseari, ponendo maggiore attenzione sul luogo di provenienza degli alimenti.
- I consumatori sono diventati sempre più inclini ad acquistare prodotti naturali e altamente proteici. Infatti, nel corso del 2021, l'attenzione si è gradualmente spostata sull'utilizzo di prodotti ricchi di vitamine.
- Nel mercato australiano, il primato per la produzione di yoghurt, di prodotti a base di latte acido e di creme spalmabili è stato ripetutamente mantenuto da «Lion Pty Ltd», «Parmalat Australia Pty Ltd» e «Saputo Dairy Australia Pty Ltd».
- Inoltre, malgrado le restrizioni derivanti dal lockdown siano state acute, il mercato dei prodotti lattiero-caseari in Australia continua a presentare tendenze positive di crescita che potrebbero continuare a espandersi in futuro.

Snack

Vendite per categoria



Vendite per sotto-categoria



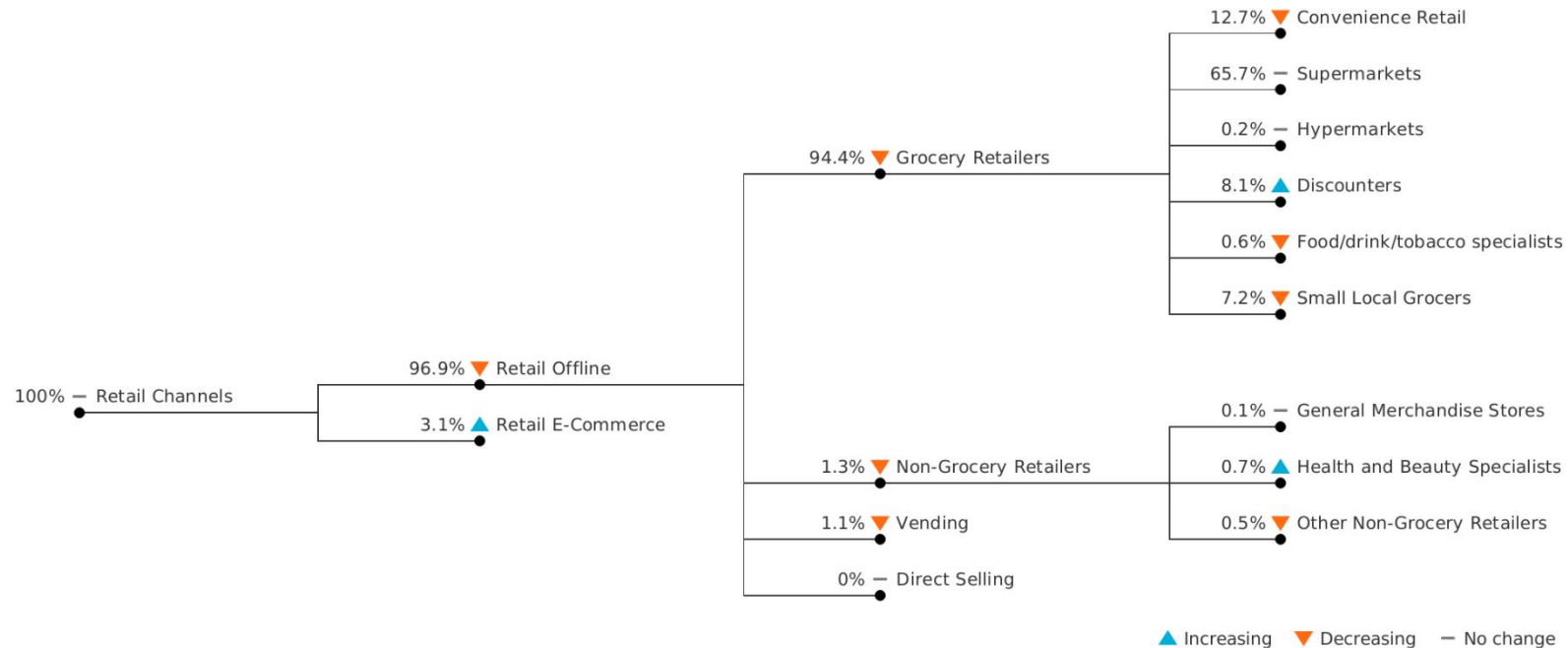
Valore in milioni di euro del segmento off-trade / retail, dato dalla produzione nazionale, meno le esportazioni, più le importazioni

Snack

Canali di distribuzione

Retail Channels for Snacks in Australia

Retail Value RSP 2022 and Percentage Point Growth - 2017-2022



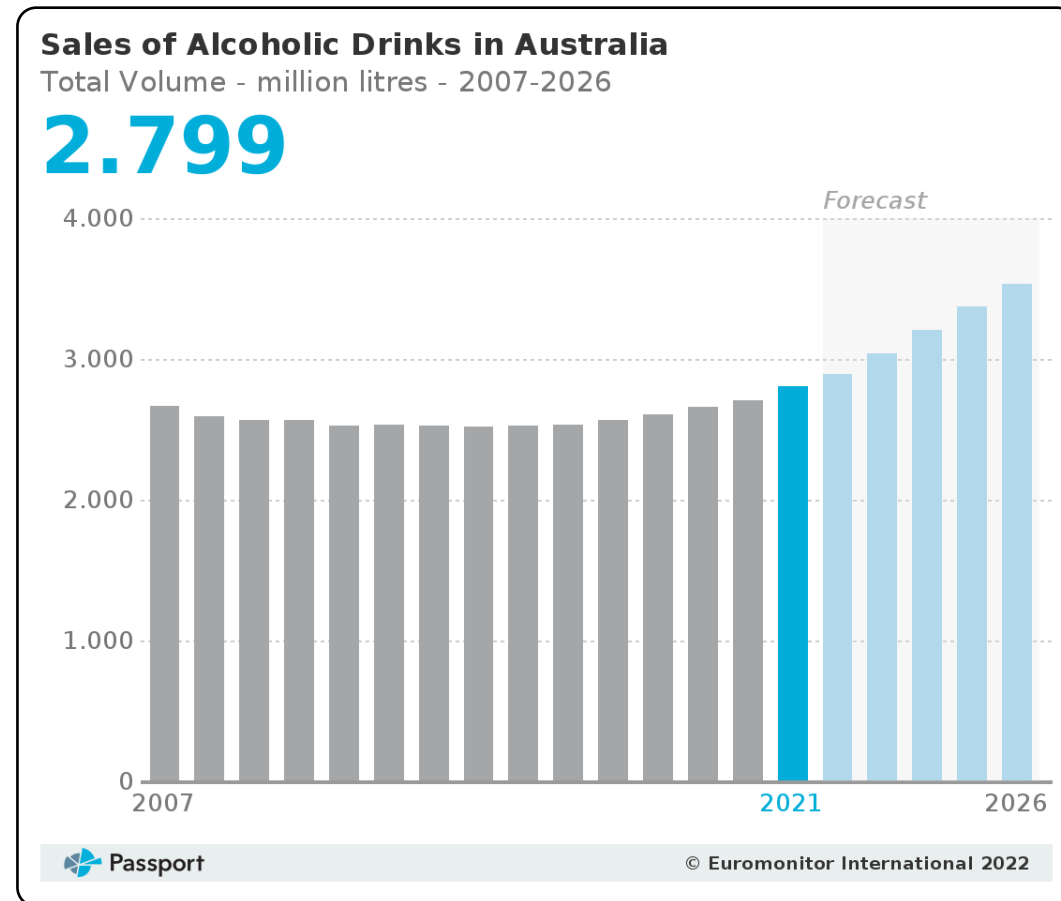
Snack

Commenti

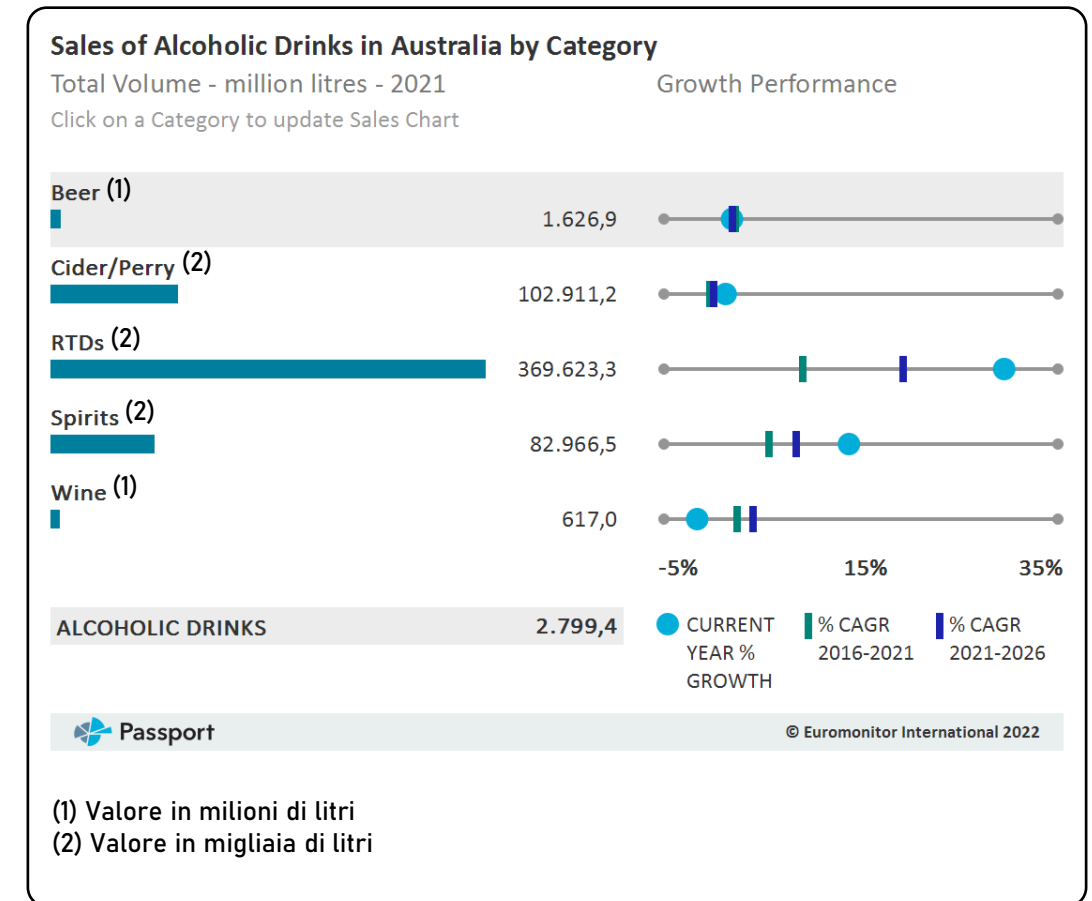
- L'attenzione alla salute e alla cura del corpo è tra le principali tendenze che guidano il comportamento dei consumatori nell'acquisto di snack in Australia.
- Attualmente gli snack con alto contenuto proteico sono tra i prodotti maggiormente acquistati dai consumatori, insieme ai biscotti e agli snack a base di frutta.
- In generale, la tendenza salutista verificatasi nel Paese ha completamente modificato l'atteggiamento dei consumatori nell'acquisto degli snack, poiché essi sono diventati parte integrante dei valori nutrizionali quotidiani dei consumatori.
- Attualmente, «Mondelez» continua a detenere il suo primato nel mercato degli snack australiani, in particolare per quanto riguarda la sua linea di dolci al cioccolato, all'interno della quale sono stati lanciati una serie di prodotti con gusti nuovi.

Bevande alcoliche

Vendite per categoria



Vendite per sotto-categoria



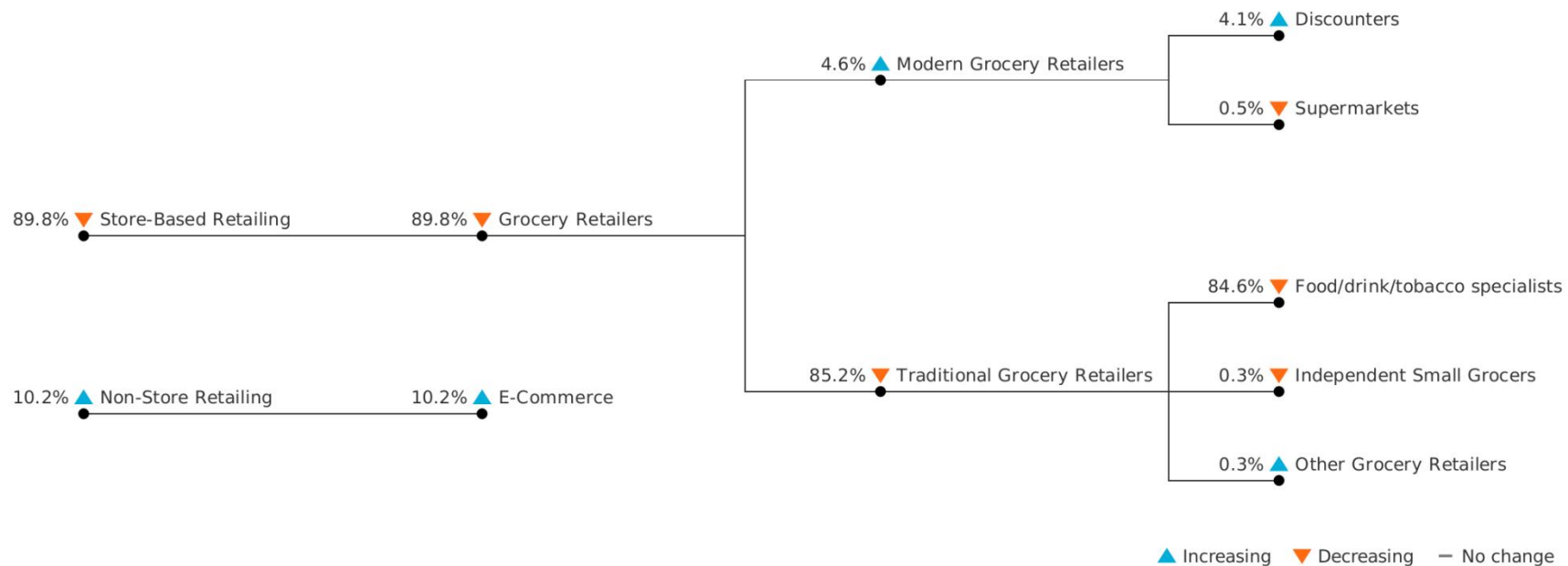
Volume in milioni di litri del segmento off-trade / retail, dato dalla produzione nazionale, meno le esportazioni, più le importazioni

Bevande alcoliche

Canali di distribuzione

Retail Channels for Alcoholic Drinks in Australia

Off-trade Volume 2021 and Percentage Point Growth - 2016-2021





Bevande alcoliche

Commenti

- Come risultato dell'impatto della pandemia da COVID-19, la vendita di bevande alcoliche in Australia è nettamente calata rispetto agli anni precedenti.
- A tal proposito, le principali caratteristiche ricercate dai consumatori nell'acquisto di bevande sono orientate al mantenimento della propria salute e del benessere fisico, a beneficio del mercato delle bevande analcoliche.
- Inoltre, la qualità del prodotto e la freschezza sembrano essere tra le più importanti caratteristiche ricercate dai consumatori, spingendo così le aziende a sperimentare nuove tipologie di prodotti precedentemente non considerate.
- Infatti, con l'impatto della pandemia, le aziende di bevande alcoliche sono diventate maggiormente collaborative e resilienti, estendendo la propria presenza sul mercato e risolvendo le problematiche esistenti nella maniera più efficiente possibile.
- Consumi off-trade 81,9% vs consumi on-trade 18,1%.



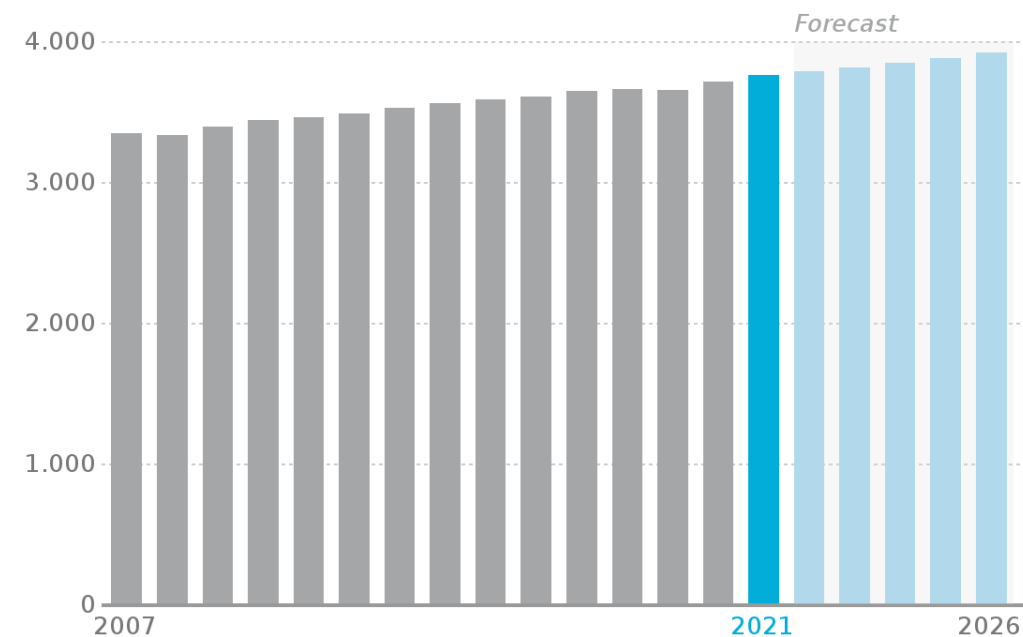
Bevande analcoliche

Vendite per categoria

Sales of Soft Drinks in Australia

Off-trade Volume - million litres - 2007-2026

3.751



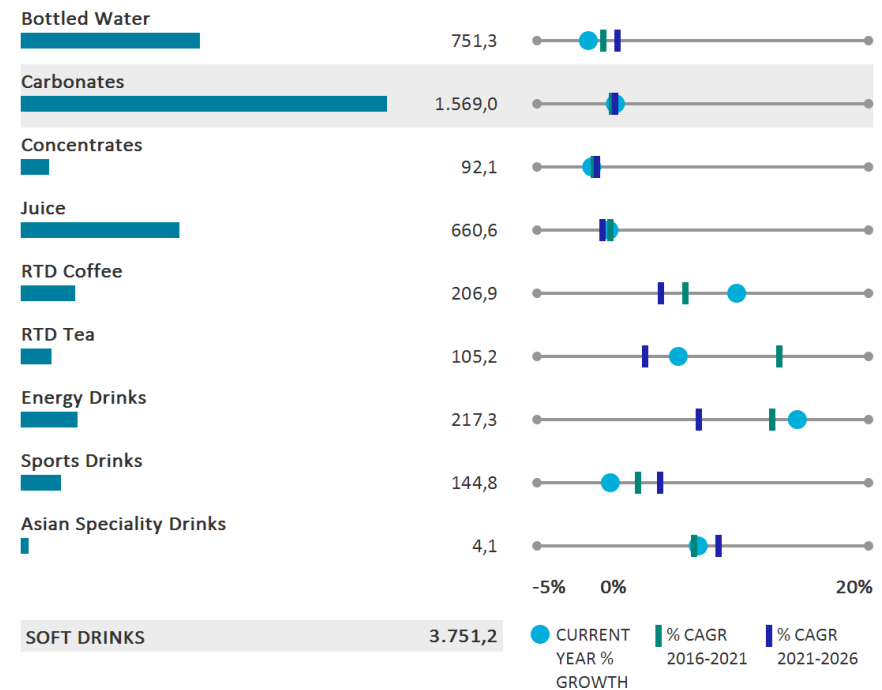
Vendite per sotto-categoria

Sales of Soft Drinks in Australia by Category

Off-trade Volume - million litres - 2021

Growth Performance

Click on a Category to update Sales Chart



SOFT DRINKS 3.751,2

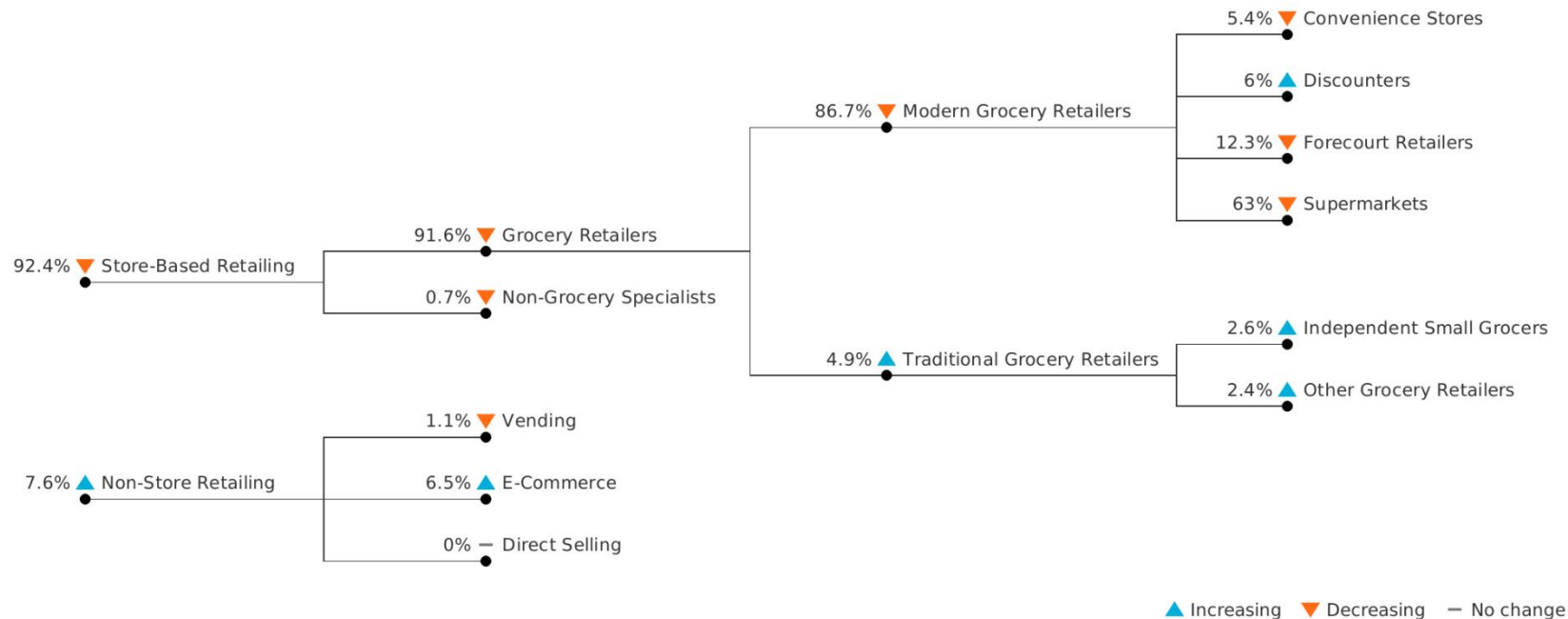
Volume in milioni di litri del segmento off-trade / retail, dato dalla produzione nazionale, meno le esportazioni, più le importazioni

Bevande analcoliche

Canali di distribuzione

Retail Channels for Soft Drinks in Australia

Off-trade Volume 2021 and Percentage Point Growth - 2016-2021





Bevande analcoliche

Commenti

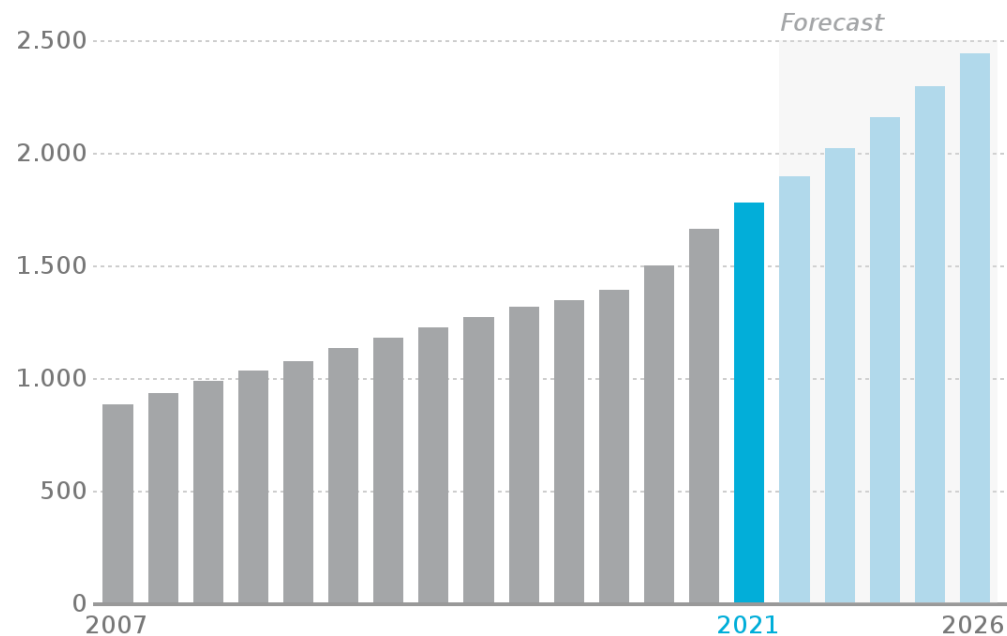
- A seguito della pandemia da COVID-19, le persone hanno speso molto tempo in casa utilizzando gran parte del proprio tempo on-line. Pertanto, i consumatori si sono sempre più orientati verso l'utilizzo di bevande energetiche acquistate in confezioni multiple.
- Inoltre, lavorando da casa, molti consumatori sono diventati autosufficienti acquistando estrattori per produrre succhi di frutta fatti in casa e utilizzando l'acqua del rubinetto a discapito dell'acquisto di acqua in bottiglia.
- In più, la pandemia ha gradualmente reso i consumatori più consapevoli rispetto al proprio stile di vita e al proprio benessere, orientandone le scelte verso l'utilizzo di bevande a basso contenuto di zuccheri.
- Nel corso del 2021, aziende come «Bickford», «Nudie», «Dare» e «Fever-Tree» si sono espanse nel mercato delle bevande analcoliche, specialmente per quanto riguarda i concentrati, i succhi di frutta, caffè RTD e acqua tonica.

Bevande calde

Vendite per categoria

Sales of Hot Drinks in Australia
Retail Value RSP - EUR million - Current - 2007-2026

1.775



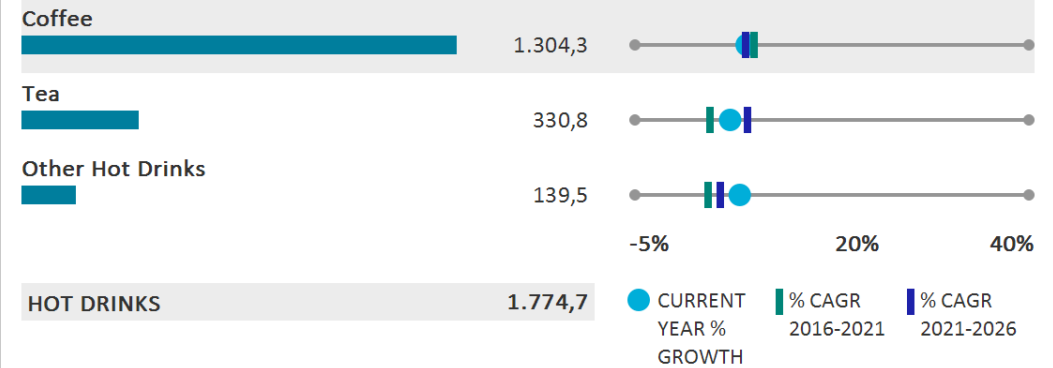
Vendite per sotto-categoria

Sales of Hot Drinks in Australia by Category

Retail Value RSP - EUR million - Current - 2021

Growth Performance

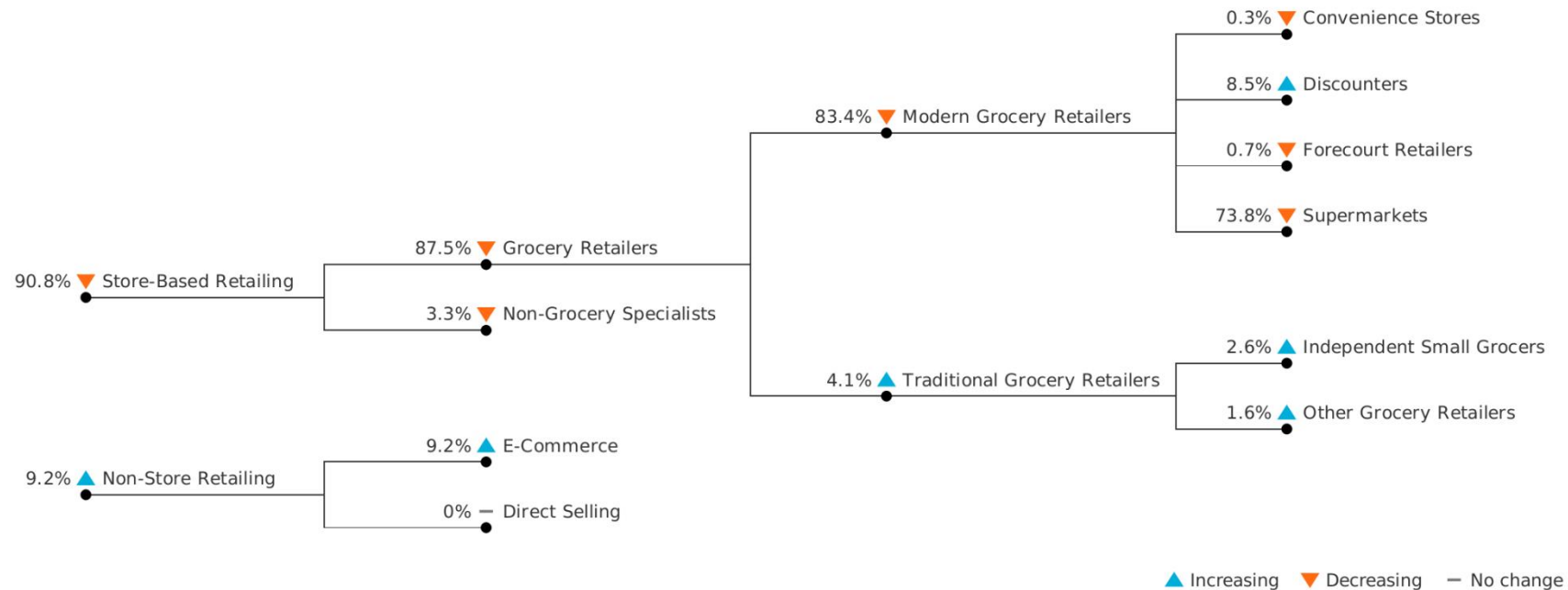
Click on a Category to update Sales Chart



Bevande calde

Canali di distribuzione

Retail Channels for Hot Drinks in Australia
Retail Volume 2021 and Percentage Point Growth - 2016-2021



Bevande calde

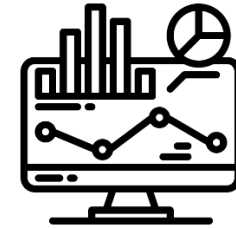
Commenti

- In seguito alla pandemia da COVID-19, i consumatori hanno iniziato a replicare in casa alcune delle loro esperienze precedentemente sperimentate nei bar.
- Infatti, molti consumatori hanno acquistato macchine del caffè per potersi facilmente servire in casa in maniera efficiente e veloce.
- A tal proposito, i miscelatori di caffè hanno fortemente attratto l'attenzione dei consumatori, tesi a riprodurre sapori come caffè caramellato e latte alla vaniglia, precedentemente consumati presso punti vendita come «Starbucks» e «Gloria Jean's Coffees».
- Inoltre, nel corso del 2021, «Nestlé Australia Ltd» ha mantenuto il proprio primato nel mercato delle bevande calde grazie alla popolarità delle cialde macinate di caffè «Nespresso» e al caffè istantaneo «Nescafé».

La Camera di commercio per l'export

I servizi per le imprese che operano con l'estero

- Orientamento all'import-export (www.to.camcom.it/worldpass)
- Analisi di mercato (www.to.camcom.it/target-market)
- Formazione e aggiornamento (www.to.camcom.it/calendario-eventi)
- Progetti di promozione settoriale (www.to.camcom.it/progetti-settoriali)
- Ricerca partner stranieri (www.to.camcom.it/ricerca-partner-commerciali)
- Analisi sull'affidabilità delle imprese straniere (www.to.camcom.it/affidabilita-finanziaria)
- Informazioni e assistenza sulla normativa UE (www.to.camcom.it/normativa-comunitaria)
- Mentoring e tutoraggio (www.to.camcom.it/mentoring-program)
- Documenti e certificati per l'estero (www.to.camcom.it/documentiestero)
- Traduzione di atti camerali (www.to.camcom.it/traduzioni-di-atti-camerali)



Sei interessato a ricevere un'analisi di mercato personalizzata per la tua azienda e per il tuo prodotto su un Paese di tuo specifico interesse?

Scrivi a export.agrofood@to.camcom.it

Contatti

Progetto Savor Piemonte

Camera di commercio di Torino

Settore Sviluppo competitività e internazionalizzazione

Via San Francesco da Paola, 24

10123 Torino (TO)

Italy

E-mail: export.agrofood@to.camcom.it

Website (ita): www.to.camcom.it/savor-piemonte

Website (eng): www.to.camcom.it/savorpiemonte



Credits:
Icons on Flaticon.com
Flags on Iconfinder.com