

แนวโน้มการเติบโตของการบริโภคอาหารแช่แข็งในอิตาลี

สินค้าอาหารแช่แข็งยังคงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอิตาลี จากการจำหน่ายในช่องทางการค้าปลีก ซึ่งมีตัวเลขเติบโตขึ้นสองหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าผัก อาหารทะเล มันฝรั่ง พืชชา และของว่าง



ในช่วงปีแห่งการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่ส่งผลให้การบริโภคในอิตาลีลดลงเป็นประวัติการณ์ (ลดลง ๙.๑% หากเทียบกับปี ๒๕๖๒) แต่ในขณะเดียวกัน ยังคงมีสัญญาณเชิงบวกที่สำคัญจากการใช้จ่ายรายเดือนของชาวอิตาลีสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งเติบโตขึ้น ๐.๘% โดยในการเติบโตดังกล่าวนี้ การบริโภคอาหารแช่แข็งเพิ่มขึ้น ๕.๕% หากเทียบกับปีก่อนหน้า ปริมาณการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น ๘๙๖,๐๓๔ ตัน นำมาสู่การบริโภคต่อหัวที่ ๑๕.๑ กิโลกรัมโดยเฉลี่ยต่อปี มูลค่าตลาดเป็นที่คาดการณ์อยู่ที่ประมาณ ๔.๔-๔.๗ พันล้านยูโร

จากรายงานประจำปีเกี่ยวกับการบริโภคอาหารแช่แข็งของสถาบันอาหารแช่แข็งของอิตาลี (Iias - Istituto Italiano Alimenti Surgelati) แสดงให้เห็นว่า การเติบโตของการบริโภคอาหารแช่แข็งเป็นผลมาจากการดำเนินการในช่องทางการค้าปลีก (เพิ่มขึ้น ๑๒.๑%) ครอบคลุมสัดส่วน ๖๘.๕% ของมูลค่าตลาด เช่นเดียวกับการจำหน่ายแบบ door to door ปริมาณการจำหน่าย ๑๐๐,๐๐๐ ตัน และการจำหน่ายในช่องทางอีคอมเมิร์ซ ขณะที่ในช่องทางการบริโภคนอกบ้านลดลงอย่างมาก ทั้งผลกระทบจากมาตรการ lockdown และมาตรการที่ระงับการดำเนินกิจการเป็นระยะ (ลดลง ๓๗% หากเทียบกับปีก่อนหน้า)

ในปี ๒๕๖๓ ชาวอิตาลีเลือกบริโภคอาหารแช่แข็งเป็นจำนวนมากในระหว่างการแพร่ระบาด การใช้ชีวิตส่วนใหญ่ในบ้านด้วยอาหารแช่แข็งได้ช่วยเพิ่มความไว้วางใจที่มีอยู่แล้วต่ออาหารแช่แข็งให้มากขึ้น และทำให้อาหารแช่แข็งกลายเป็นส่วนสำคัญของพฤติกรรมบริโภคของชาวอิตาลี ทั้งนี้ การหันมาเลือกใช้อาหารแช่แข็งมากขึ้นส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความสะดวกสบายในการเก็บรักษาที่ช่วยประหยัดเวลาและลดการเดินทางในการจ่ายตลาด ความปลอดภัยตามมาตรฐาน รวมทั้งเหตุผลด้านสุขภาพ โดยเห็นได้จากการบริโภคผักและปลาที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ข้อมูลจากการบริโภคในไตรมาสที่ ๑ ของปี ๒๕๖๔ ยังยืนยันแนวโน้มดังกล่าว จากการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ แม้ว่าจะไม่อยู่ในระดับตัวเลขสองหลักอย่างในปีที่แล้ว

ในบรรดาสินค้าอาหารแช่แข็งทั้งหมด ผักยังคงได้รับความนิยมในอันดับหนึ่ง โดยในปี ๒๕๖๓ สัดส่วนอยู่ที่ ๔๒% ของการค้าปลีก หรือเพิ่มขึ้น ๑๐.๕% จากปีก่อนหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผักแบบพร้อมปรุง/ทานและซูปต่างๆ เช่นเดียวกับมันฝรั่งแช่แข็งที่ได้รับความนิยมอย่างมาก โดยปริมาณการจำหน่ายอยู่ที่ ๘ หมื่นตัน

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

หรือเพิ่มขึ้น ๑๐.๗% นอกจากนี้ สินค้าที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้น ได้แก่ อาหารทะเล (+๑๘%) เนื่องจากได้รับการพิจารณาว่าปลอดภัย ดีต่อสุขภาพ และมีคุณค่าทางโภชนาการ โดยเฉพาะปลาซุสเกล็ดขนมปังหรือซุสแบ่งทอด ซึ่งเติบโตขึ้น ๓๐.๑% รวมถึงสินค้าพืชชาและของว่าง เติบโตขึ้น ๑๕.๖% (การบริโภคพืชชามาร์เก็ตที่อยู่ ที่ ๑๑๐ ล้านชิ้น) อาหารพร้อมทานและพาสต้าจากนวัตกรรมใหม่ที่ก่อให้เกิดรูปแบบและรสชาติใหม่ มีปริมาณการจำหน่าย ๓๓,๙๔๐ ตัน หรือเติบโตขึ้น ๔.๘% และเนื้อสัตว์ ทั้งเนื้อแดงและขาวที่เติบโตขึ้น ๑๐.๕% และ ๙% ตามลำดับ

ความเห็น/ข้อเสนอแนะของ สคต. ความนิยมบริโภคสินค้าอาหารแช่แข็งในอิตาลีเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาด ที่ช่วยทำให้ความต้องการสินค้าที่สามารถเก็บได้นานเพิ่มสูงขึ้น และเป็นที่ยกย่องว่าแนวโน้มดังกล่าวจะยังคงเติบโตขึ้นอีก จากการสถานการณ์การแพร่ระบาดที่ยังไม่คลี่คลายและความสะดวกสบายในการบริโภคและเก็บรักษา ดังนั้น จึงเป็นโอกาสสำคัญของผู้ประกอบการไทยในการพัฒนาสินค้า โดยเน้นวัตถุดิบที่เป็นจุดแข็งของไทยในตลาดอิตาลี เช่น อาหารทะเลแช่แข็ง สินค้าอาหารพร้อมทาน และสินค้าอาหารที่ดีต่อสุขภาพ รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า อาทิ บรรจุภัณฑ์และการติดฉลาก ที่จะสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้

ที่มา บทความข่าวจาก La Repubblica A&F

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาน

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ