



## El Mercado de Trufa Negra en Italia 2016 / Oficina Comercial en Milán



### La trufa negra en Italia: un mercado de lujo y muy desarrollado

Italia es uno de los países con la más alta dedicación más a la producción y a la cosecha de trufas, que existen en variedades diferentes. En particular, el mercado de la trufa negra se caracteriza por una demanda tendencialmente estable, típica de los bienes de lujo, y por la volatilidad de los precios que, para las especies más apreciadas, y en los años de escasa productividad, alcanzan niveles considerables.

El precio medio del *T. melanosporum* (la variedad de trufa que se encuentra en Chile), se acerca a 800 USD/kg al consumidor.

Es interesante observar que existe una restricción productiva de los terrenos donde las trufas crecen de forma natural, cuya contribución a la producción total representaría hoy apenas el 5%, a favor de la trufa cultivada. Eso se debe al efecto conjunto de la depredación por parte de los buscadores de trufa, de los animales silvestres y de los cambios climáticos dada la tendencia al aumento de sequías durante el verano.

#### PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

A pesar de ser uno de los principales productores mundiales, Italia importa también trufa negra desde sus vecinos europeos, principalmente España. De hecho, más del 60% del producto importado procede del país ibérico que, con 1.256.524 USD, destaca sobre los otros competidores como los de Europa del este (Bulgaria, Rumanía, Eslovenia), Francia y Grecia.

#### EXPORTACIONES CHILENAS

Chile todavía no exporta trufa negra a Italia, aunque podría, puesto que la variedad cosechada en el país (*Tuber melanosporum*), es una de las admitidas al comercio italiano (véase en la sección “normativas” el art. 2 de la ley italiana N° 752/1985).

#### SITUACIÓN ARANCELARIA APLICABLE A CHILE

Chile, gracias a la decisión de la Unión Europea n. 2002/979/CE se beneficia de arancel 0%, mientras a los demás países que no gozan de acuerdos de libre comercio, se aplica a la exportación de trufa negra, un arancel de 6,40%

#### ANÁLISIS Y COMENTARIOS

Como se desprende de los datos, es España es el principal país proveedor de Italia para atender su demanda, junto a otros países que, en los últimos años, evidentemente han modificado sus estrategias para ser más competitivos en el sistema europeo, donde ocurren estos intercambios. Uno de estos ejemplos es Eslovenia, cuya demanda ha crecido exponencialmente, siendo muy reducida antes. Además, gracias a la devaluación del euro, los países europeos tienen una ventaja competitiva respecto a otros oferentes, como podría ser Chile.

#### PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

	TOTAL US\$ 2015	CRECIMIENTO 2015 / 2014
ESPAÑA	1.256.524	202%
BULGARIA	383.941	3.110%
RUMANIA	185.630	-26%
ESLOVENIA	159.452	71.725%
FRANCIA	35.462	307%
GRECIA	15.360	n.a.
CHILE	0	0
<b>TOTAL MUNDO</b>	<b>2.046.678</b>	<b>191%</b>

Fuente: Istat (Instituto nacional de estadística italiano)

### La distribución y el consumo de Trufa Negra en Italia

Frente a distintas variedades de trufa cosechadas y distribuidas, en Italia se nota una predominancia de las especies de calidad media (*T. aestivum e uncinatum*) pero importantes para la industria conservera (75%), y una menor difusión de las variedades más preciosas, entre las cuales se encuentra el *T. melanosporum*.

De fundamental importancia es el sector de la transformación, que constituye un enlace entre la producción y la distribución, dado lo perecible del producto. A ello, confluye el 70-80% de la producción local, mientras el 20-30% llega, tal como es, al consumidor, a través del canal HORECA.

La oferta está extremadamente fragmentada, mientras la demanda intermedia presenta caracteres oligo y monopsónicos muy marcados en las fases de transformación y distribución. Los intercambios *BtoB* están de hecho dominados por una única empresa líder a nivel mundial y por pocas empresas *followers* de pequeño y mediano tamaño.

En general, los precios del producto italiano al consumidor han bajado muchísimo en 2015, con respecto a los de 3-4 años antes. Esto debido a la crisis económica en general y a la dura competencia desde el exterior, en que se importa a precios inferiores, pero logra vender al mismo precio de las mejores calidades italianas. Las cotizaciones del precio medio italiano 2016 está de 280 USD a 369 USD al productor, y sube de 672USD hasta 896USD al consumidor, dependiendo del tamaño.

De todas formas, también por el IVA que suele ser aplicado en los pasos intermedios, siempre se revelaría conveniente la importación desde el exterior, especialmente en los casos en que no hayan aranceles adicionales.



## ■ Principales actores en la distribución

Las posibilidades y los canales a través de los cuales se puede comprar trufas van desde las ferias a los agentes, los establecimientos gastronómicos, a las tiendas especializadas online. También algunos supermercados nacionales, como ESSELUNGA, ofrecen el producto, bajo demanda, durante la temporada de cosecha, que por la trufa negra cubre los meses invernales.

En Italia, en muchos casos, hay oficinas especializadas en la venta de ese tipo de productos de elevada calidad, como boutiques, o de la gran distribución de bienes de lujo, como EATALY. Se encuentran también tiendas conectadas directamente con los productores, en lugares típicos de cosecha y producción. En cambio, hablando de gran distribución, donde COOP y CONAD representan la cuotas de participación más altas, siempre y sólo una parte escasa del mercado de la trufa pasa por ese canal.

### PARTICIPACIÓN DE MERCADO SUPERMERCADOS

	2014	2013	2012	2011
COOP ITALIA	16,5%	13,6%	15,3%	15,3%
CONAD	14,3%	10,8%	11,3%	10,6%
ESSELUNGA	10,8%	8,0%	8,1%	7,8%
SELEX	10,7%	8,3%	8,2%	8,1%
GRUPO AUCHAN	9,3%	7,2%	7,6%	7,8%
GRUPO CARREFOUR	7,3%	5,7%	6,4%	6,6%

Fuente: AC Nielsen, R&S Mediobanca

## ■ Principales actividades y ferias especializadas para la Trufa Negra

- **CIBUS (Salone Internazionale dell'Alimentazione)** – Parma, Italia, 9-12 mayo 2018.  
Es el único evento en Europa dedicado enteramente a las tendencias alimentarias del mundo y se ha confirmado como el evento clave del sector de alimentos y hortalizas. [www.cibus.it](http://www.cibus.it)
- **TUTTOFOOD (World Food Exhibition) Milano**– Milano, Italia, 8-11 mayo 2017.  
Nacida con una fuerte vocación internacional, es la única feria en Italia dedicada al negocio agroalimentario y un evento imperdible por las oportunidades de negocios con compradores nacionales e internacionales. [www.tuttofood.it](http://www.tuttofood.it)

Además, se encuentran ferias menores de carácter regional, donde las varias regiones presentan sus propias variedades de trufa. La más famosa en Italia es la de la trufa blanca de Alba, que reúne expertos/degustadores internacionales. Italia, país caracterizado por sus iniciativas populares, desarrolla ferias en cada región, dependiendo de la variedad típica local, y en todas las temporadas del año se alcanza encontrar eventos culinarios dedicados.

- **“NERO NORCIA”(Mostra Mercato Nazionale del Tartufo Nero Pregiato)**- Norcia, Italia, 24-26 febrero y 6-8 marzo 2017, 54° edición: feria dedicada a la trufa negra (cuya variedad italiana se llama “de Norcia”), degustaciones, stands y eventos culturales en la tierra madre del producto, que cubre un tercio de la producción italiana.

## ■ Normativas aplicables y requisitos importación. Links a fuentes

- El art. 2 de la ley italiana N° 752/1985 provee un listado taxativo de las especies de trufa cuyo comercio está permitido en Italia y, por lo tanto, es prohibida la comercialización de todo lo que queda fuera. Entre las autorizadas esas se encuentra también el *Tuber melanosporum*, variedad de trufa presente en Chile. <http://www.agri.marche.it/tartufi/La%20normativa%20sul%20tartufo.htm>
- Reglamento (CE) n° 260/2009 sobre el régimen común aplicable a las importaciones en la Unión Europea: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:32009R0260&from=IT>
- Normas europeas sobre la higiene de los alimentos: [http://eur-lex.europa.eu/summary/chapter/food\\_safety.html?root\\_default=SUM\\_1\\_CODED=30](http://eur-lex.europa.eu/summary/chapter/food_safety.html?root_default=SUM_1_CODED=30)

## ■ Conclusiones y recomendaciones

Tanto en Italia, como en Europa, hay un potencial de mercado para la trufa chilena. Además, en ese mercado, la distancia geográfica no tiene un impacto negativo sobre los precios, dado que los costos de transporte no son elevados considerando cantidades mínimas de producto. Se recomienda, primero, elegir si concentrarse en el mercado italiano o diversificar la distribución también entre otros países europeos. En seguida, una vez identificado el mercado de destino, los canales de distribución pueden ser varios. Aprovechando de la contraestación, una sugerencia sería proveer el producto a un restaurante (u otro sujeto en el canal HORECA), para que así pueda tener trufa fresca durante todo el año. En conclusión, para una consolidación de las relaciones comerciales, hay que considerar si el proveedor chileno pueda garantizar una oferta permanente y de largo plazo.

Para más información sobre la categoría de **TRUFA NEGRA** en ITALIA o para participar en alguna de estas actividades por favor comuníquese con **Augusto Aninat del Solar** al e mail [aaninat@prochile.gob.cl](mailto:aaninat@prochile.gob.cl)