

PASTA DI GRANO DURO

Il ranking dei mercati per potenzialità



GRADUATORIA MERCATI

Dalla collana Market Insights



Descrizione prodotto	2
HS190219: Pasta di grano duro	3
Graduatoria di potenzialità dei mercati UE per strategia competitiva dell'impresa esportatrice ed esperienza sui mercati esteri	3
Mercati membri dell'Unione Europea	3
Graduatoria di potenzialità dei mercati Extra-UE per strategia competitiva dell'impresa esportatrice ed esperienza sui mercati esteri	5
Mercati in Europa non membri dell'Unione Europea	5
Mercati appartenenti all'area Nord America e America Latina	6
Mercati appartenenti all'area Medio Oriente e Nord Africa	8
Mercati dell'Asia	10
Mercati dell'Oceania e Sudafrica	12
Mercati dell'Africa Sub-Sahariana	13
Nota metodologica	15

Descrizione prodotto

Codice Prodotto Harmonized System: HS 190219

Descrizione Prodotto: Pasta di grano duro

Questo codice prodotto Harmonized System rappresenta l'aggregazione dei seguenti codici di Nomenclatura Combinata:

- *190219 10* - Paste alimentari, non cotte nè farcite nè altrimenti preparate, non contenenti farine nè semolini di frumento (grano) tenero e non contenenti uova
- *190219 90* - Paste alimentari, non cotte nè farcite nè altrimenti preparate, non contenenti uova, diverse da quelle della voce precedente

La tabella che segue riporta i valori caratteristici dei codici considerati, riferiti al totale degli scambi mondiali nel 2024.

Scambi mondiali nel 2024 di Pasta di grano duro

Codice	Valore (miliardi €)	Quantità (milioni Kg)	Prezzi (€/Kg)
190219 10	5.4	4358	1.2
190219 90	1.0	674	1.5

In caso di interesse, se il codice considerato risulta essere un'aggregazione di più codici di Nomenclatura Combinata, le stesse tabelle contenute in questo Report possono essere riprodotte per un singolo codice o per aggregazioni diverse degli stessi.

Il report può essere prodotto in valuta USD (\$) o EUR (€).

HS190219: Pasta di grano duro

Graduatoria di potenzialità dei mercati UE per strategia competitiva dell'impresa esportatrice ed esperienza sui mercati esteri

Mercati membri dell'Unione Europea

Paese	Strategia di efficienza			Strategia di differenziazione		
	Beginner	Intermediate	Advanced	Beginner	Intermediate	Advanced
Germania	1°	1°	1°	1°	1°	1°
Paesi Bassi	2°	2°	2°	3°	3°	3°
Belgio	3°	3°	3°	2°	2°	2°
Francia	5°	4°	4°	8°	8°	7°
Spagna	6°	5°	5°	6°	6°	6°
Austria	4°	6°	6°	7°	7°	9°
Danimarca	7°	7°	7°	5°	5°	4°
Polonia	9°	9°	8°	9°	9°	8°
Finlandia	8°	8°	9°	4°	4°	5°
Repubblica Ceca	12°	10°	10°	14°	14°	14°
Repubblica Slovacca	13°	11°	11°	16°	17°	17°
Svezia	14°	13°	12°	10°	10°	10°
Slovenia	10°	12°	13°	12°	12°	12°
Irlanda	15°	15°	14°	11°	11°	11°
Lussemburgo	11°	14°	15°	13°	13°	13°
Portogallo	16°	16°	16°	20°	20°	20°
Romania	21°	19°	17°	24°	23°	23°
Ungheria	17°	17°	18°	15°	15°	15°
Croazia	19°	18°	19°	17°	16°	16°
Estonia	18°	20°	20°	21°	21°	21°
Grecia	20°	22°	21°	22°	22°	22°

Paese	Strategia di efficienza			Strategia di differenziazione		
	Beginner	Intermediate	Advanced	Beginner	Intermediate	Advanced
Malta	22°	21°	22°	18°	18°	18°
Bulgaria	23°	23°	23°	25°	25°	25°
Cipro	26°	26°	24°	26°	26°	26°
Lituania	24°	24°	25°	23°	24°	24°
Lettonia	25°	25°	26°	19°	19°	19°

HS190219: Pasta di grano duro

Graduatoria di potenzialità dei mercati Extra-UE per strategia competitiva dell'impresa esportatrice ed esperienza sui mercati esteri

Mercati in Europa non membri dell'Unione Europea

Paese	Strategia di efficienza			Strategia di differenziazione		
	Beginner	Intermediate	Advanced	Beginner	Intermediate	Advanced
Regno Unito	2°	1°	1°	2°	2°	1°
Svizzera	1°	2°	2°	1°	1°	2°
Norvegia	3°	4°	8°	4°	5°	5°
Turchia	24°	19°	14°	24°	22°	24°
Serbia	18°	17°	15°	20°	20°	21°
Albania	21°	21°	21°	26°	27°	31°
Islanda	13°	18°	22°	15°	15°	18°
Repubblica di Macedonia del Nord	22°	28°	30°	33°	32°	39°
Montenegro	27°	31°	34°	35°	33°	40°
Ucraina	50°	39°	36°	53°	50°	52°
Moldavia	39°	38°	37°	45°	42°	46°
Bosnia ed Erzegovina	33°	36°	39°	48°	51°	55°
Russia	67°	65°	58°	64°	62°	63°
Bielorussia	99°	96°	93°	91°	92°	99°

HS190219: Pasta di grano duro

Graduatoria di potenzialità dei mercati Extra-UE per strategia competitiva dell'impresa esportatrice ed esperienza sui mercati esteri

Mercati appartenenti all'area Nord America e America Latina

Paese	Strategia di efficienza			Strategia di differenziazione		
	Beginner	Intermediate	Advanced	Beginner	Intermediate	Advanced
Stati Uniti d'America	4°	3°	3°	5°	4°	4°
Canada	6°	5°	4°	3°	3°	3°
Cile	19°	23°	27°	31°	36°	33°
Messico	35°	33°	35°	21°	19°	19°
Brasile	41°	41°	38°	27°	26°	27°
Colombia	46°	42°	42°	25°	25°	25°
Guatemala	51°	44°	43°	56°	55°	53°
Repubblica Dominicana	52°	45°	46°	41°	34°	29°
Giamaica	63°	63°	65°	46°	45°	44°
Panamá	47°	55°	69°	37°	39°	35°
Cuba	96°	77°	70°	80°	70°	67°
Nicaragua	80°	74°	71°	87°	85°	80°
Uruguay	48°	60°	73°	36°	37°	37°
Venezuela	98°	79°	76°	104°	97°	97°
El Salvador	81°	78°	79°	85°	86°	82°
Honduras	83°	84°	82°	76°	77°	72°
Costa Rica	64°	80°	85°	44°	44°	48°
Paraguay	77°	85°	87°	63°	64°	62°
Perù	62°	81°	88°	42°	46°	49°
Bahamas	65°	86°	89°	61°	63°	66°
Trinidad e Tobago	72°	92°	101°	49°	57°	58°

Paese	Strategia di efficienza			Strategia di differenziazione		
	Beginner	Intermediate	Advanced	Beginner	Intermediate	Advanced
Argentina	113°	111°	108°	79°	78°	84°
Bolivia	109°	109°	110°	110°	111°	110°
Ecuador	108°	115°	116°	65°	68°	68°

HS190219: Pasta di grano duro

Graduatoria di potenzialità dei mercati Extra-UE per strategia competitiva dell'impresa esportatrice ed esperienza sui mercati esteri

Mercati appartenenti all'area Medio Oriente e Nord Africa

Paese	Strategia di efficienza			Strategia di differenziazione		
	Beginner	Intermediate	Advanced	Beginner	Intermediate	Advanced
Israele	5°	6°	6°	6°	6°	7°
Emirati Arabi Uniti	7°	8°	7°	11°	11°	10°
Qatar	9°	9°	9°	12°	12°	12°
Arabia Saudita	15°	12°	11°	14°	13°	13°
Iraq	32°	22°	16°	54°	47°	43°
Kuwait	17°	15°	17°	19°	21°	20°
Oman	20°	24°	24°	32°	30°	30°
Georgia	23°	25°	25°	39°	35°	38°
Giordania	25°	26°	26°	40°	40°	36°
Bahrain	34°	40°	40°	43°	43°	42°
Yemen	76°	57°	48°	97°	93°	90°
Tunisia	61°	52°	50°	62°	59°	60°
Marocco	37°	47°	53°	38°	41°	41°
Armenia	58°	58°	57°	57°	56°	57°
Sudan	90°	72°	59°	105°	98°	95°
Libia	66°	64°	61°	66°	65°	65°
Azerbaijan	59°	66°	72°	71°	75°	75°
Libano	79°	76°	78°	70°	67°	69°
Egitto	92°	97°	100°	72°	71°	76°
Algeria	86°	101°	105°	68°	69°	79°
Siria	124°	123°	122°	124°	124°	123°

Paese	Strategia di efficienza			Strategia di differenziazione		
	Beginner	Intermediate	Advanced	Beginner	Intermediate	Advanced
Iran	123°	124°	124°	122°	122°	122°

HS190219: Pasta di grano duro

Graduatoria di potenzialità dei mercati Extra-UE per strategia competitiva dell'impresa esportatrice ed esperienza sui mercati esteri

Mercati dell'Asia

Paese	Strategia di efficienza			Strategia di differenziazione		
	Beginner	Intermediate	Advanced	Beginner	Intermediate	Advanced
Corea del Sud	8°	7°	5°	10°	9°	9°
Giappone	14°	10°	10°	8°	7°	6°
Singapore	10°	14°	18°	13°	14°	14°
Hong Kong	16°	16°	20°	16°	16°	15°
Cina	28°	29°	29°	18°	17°	16°
Malesia	29°	37°	41°	34°	38°	32°
Thailandia	40°	43°	47°	22°	24°	22°
Indonesia	45°	46°	49°	28°	29°	28°
Kazakistan	54°	53°	54°	60°	60°	59°
Taiwan	38°	50°	55°	17°	18°	17°
Vietnam	57°	59°	60°	29°	28°	26°
Filippine	55°	62°	68°	47°	48°	47°
Uzbekistan	70°	73°	75°	78°	80°	78°
Laos	103°	94°	90°	111°	109°	109°
Cambogia	95°	93°	92°	81°	83°	77°
India	78°	91°	95°	58°	61°	61°
Turkmenistan	89°	95°	98°	112°	114°	116°
Tagikistan	106°	106°	106°	119°	120°	121°
Kirghizistan	111°	112°	111°	117°	117°	119°
Afghanistan	119°	116°	114°	123°	123°	124°
Nepal	118°	118°	117°	88°	91°	94°

Paese	Strategia di efficienza			Strategia di differenziazione		
	Beginner	Intermediate	Advanced	Beginner	Intermediate	Advanced
Pakistan	115°	117°	118°	77°	76°	81°
Bangladesh	116°	119°	119°	102°	104°	103°
Myanmar	121°	121°	121°	121°	121°	120°
Sri Lanka	122°	122°	123°	113°	112°	114°

HS190219: Pasta di grano duro

Graduatoria di potenzialità dei mercati Extra-UE per strategia competitiva dell'impresa esportatrice ed esperienza sui mercati esteri

Mercati dell'Oceania e Sudafrica

Paese	Strategia di efficienza			Strategia di differenziazione		
	Beginner	Intermediate	Advanced	Beginner	Intermediate	Advanced
Nuova Zelanda	12°	11°	12°	9°	10°	11°
Australia	11°	13°	13°	7°	8°	8°
Sudafrica	26°	20°	19°	23°	23°	23°
Papua Nuova Guinea	69°	75°	77°	90°	95°	92°

HS190219: Pasta di grano duro

Graduatoria di potenzialità dei mercati Extra-UE per strategia competitiva dell'impresa esportatrice ed esperienza sui mercati esteri

Mercati dell'Africa Sub-Sahariana

Paese	Strategia di efficienza			Strategia di differenziazione		
	Beginner	Intermediate	Advanced	Beginner	Intermediate	Advanced
Ruanda	30°	27°	23°	59°	58°	54°
Burkina Faso	36°	30°	28°	55°	53°	50°
Senegal	31°	32°	31°	51°	52°	51°
Camerun	42°	34°	32°	50°	49°	45°
Mali	49°	35°	33°	67°	66°	64°
Somalia	73°	51°	44°	95°	87°	85°
Uganda	60°	48°	45°	75°	74°	70°
Costa d'Avorio	44°	49°	51°	52°	54°	56°
Guinea	68°	61°	52°	92°	90°	88°
Zimbabwe	84°	71°	56°	83°	79°	71°
Repubblica Democratica del Congo	75°	68°	62°	86°	84°	83°
Togo	53°	56°	63°	69°	72°	73°
Sudan del Sud	74°	69°	64°	106°	105°	105°
Mauritius	43°	54°	66°	30°	31°	34°
Ghana	71°	70°	67°	94°	94°	93°
Benin	56°	67°	74°	74°	81°	86°
Kenya	82°	82°	80°	98°	99°	98°
Ciad	85°	83°	81°	103°	103°	104°
Sierra Leone	93°	87°	83°	108°	107°	108°
Liberia	94°	89°	84°	109°	108°	107°
Repubblica Centrafricana	88°	88°	86°	100°	102°	100°

Paese	Strategia di efficienza			Strategia di differenziazione		
	Beginner	Intermediate	Advanced	Beginner	Intermediate	Advanced
Gabon	87°	90°	91°	84°	88°	89°
Eritrea	100°	98°	94°	82°	82°	91°
Mozambico	104°	103°	96°	89°	89°	87°
Burundi	110°	104°	97°	116°	115°	112°
Guinea Equatoriale	101°	100°	99°	93°	96°	96°
Niger	91°	99°	102°	101°	106°	106°
Tanzania	97°	102°	103°	96°	100°	101°
Mauritania	102°	105°	104°	99°	101°	102°
Zambia	112°	110°	107°	118°	118°	117°
Nigeria	107°	107°	109°	73°	73°	74°
Angola	105°	108°	112°	107°	110°	113°
Malawi	117°	114°	113°	120°	119°	118°
Madagascar	114°	113°	115°	114°	113°	111°
Etiopia	120°	120°	120°	115°	116°	115°

Nota metodologica

Le tabelle presentate in questo Report hanno l'obiettivo di identificare i mercati da considerare prioritari in base al tipo di **strategia competitiva** adottata dall'impresa e al suo **grado di internazionalizzazione**.

La graduatoria di potenzialità dei mercati è elaborata separatamente per i Paesi membri dell'Unione Europea e per quelli Extra-UE, i quali sono suddivisi per aree geografiche (Paesi in Europa che non sono membri UE, Nord America e America Latina, Medio Oriente e Nord Africa, Asia, Oceania e Sudafrica, Africa Sub-Sahariana).

Ciascuna graduatoria è elaborata tenendo conto delle caratteristiche strategiche e strutturali dell'impresa: i mercati sono ordinati in ordine crescente di potenzialità per ogni combinazione di strategia competitiva (strategia basata sull'efficienza o di differenziazione del prodotto) e grado di internazionalizzazione dell'impresa (Beginner, Intermediate, Advanced).

Definizione delle strategie competitive

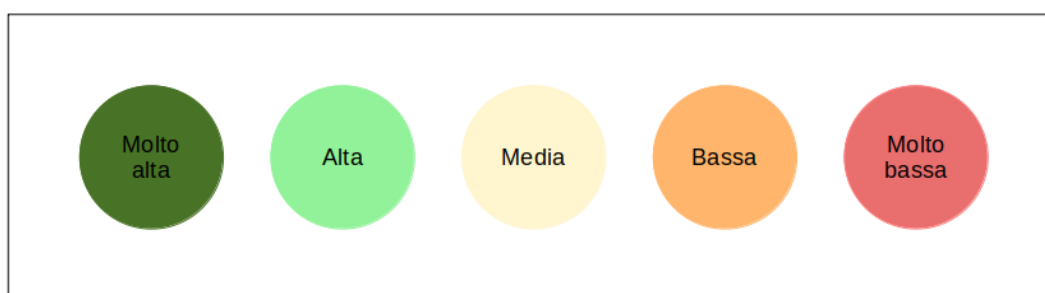
- **Strategia basata sull'efficienza:** il vantaggio competitivo viene ottenuto riducendo i costi di produzione e mantenendo margini di profitto elevati. L'impresa che adotta questa strategia si focalizza principalmente sull'ottimizzazione dei processi, sull'efficienza delle risorse e sull'uso di tecnologie avanzate per migliorare produttività e qualità.
- **Strategia di differenziazione del prodotto:** il vantaggio competitivo è ottenuto attraverso la creazione di un prodotto unico rispetto alla concorrenza, in grado di giustificare un prezzo superiore grazie a elementi di qualità elevata, innovazione, design esclusivo, servizio personalizzato o un forte posizionamento del brand.

Definizione del grado di internazionalizzazione dell'impresa

- **Beginner:** se l'impresa è poco strutturata per andare all'estero, ossia se ha svolto solo attività di export passivo e ha un ufficio estero con meno di 3 addetti;
- **Intermediate:** se l'impresa è abbastanza strutturata per andare all'estero, ossia se ha svolto attività di export attivo, pianificando l'entrata in un mercato estero, oppure ha un ufficio estero con oltre 3 addetti, oppure si affida in modo continuativo a consulenti esterni;
- **Advanced:** se l'impresa è molto strutturata per andare all'estero, ossia se svolge attività di export attivo da almeno 3 anni, redigendo e aggiornando un piano estero, e ha un team di almeno 6 persone addette all'attività di internazionalizzazione, oppure se è presente in maniera consolidata su uno o più mercati esteri.

Metodologia utilizzata per determinare il ranking dei mercati potenziali

Il metodo ExportPlanning prevede l'elaborazione di una classifica dei mercati a maggiore potenzialità basata su un paniere robusto di indicatori di **Opportunità** (sviluppo della domanda e pressione competitiva), **Accessibilità** (barriere tariffarie e non tariffarie; distanza logistica e culturale) e **Affidabilità** (rischio politico e di mercato) del mercato, a partire dal codice doganale di interesse. Il ranking finale di ciascun mercato viene determinato tramite una media ponderata di questi indicatori, con pesi che riflettono la strategia competitiva dell'impresa e il suo grado di internazionalizzazione. Oltre alla posizione in graduatoria, ogni mercato viene valutato su una scala a cinque livelli, che riflette il livello complessivo di potenzialità per l'impresa:



dove “Molto alta” evidenzia i primi cinque paesi in graduatoria per ogni tipologia di impresa; mentre “Molto bassa” identifica gli ultimi 40 paesi in graduatoria di potenzialità.

Per saperne di più, vai al sito [ExportPlanning](https://www.exportplanning.com)
e contattaci all'indirizzo info@exportplanning.com

