

Nota: Questo documento è parte di *Mercato&Imprese* 2006, Opinioni e prospettive dall'industria del largo consumo, allegato alla rivista *Largo Consumo* n. 02/06. Poiché si tratta di un documento per valutarne l'acquisto, non sono riportati le risposte al manager intervistato, e i dati numerici di tabelle e grafici. Per i non abbonati, il fascicolo ha un costo di 45 euro. Per maggiori info: [www.mercatoeimpreses.info](http://www.mercatoeimpreses.info)

## ► Conserve ittiche

# Rinnovarsi nella tradizione

L'area mediterranea è una vera riserva alimentare non ancora del tutto esplorata. È un patrimonio di sapori che va valorizzato e che il consumatore, sempre più alla ricerca della tipicità e della genuinità, comincia ad apprezzare e a riconoscere. Specialmente nel settore delle conserve ittiche tipiche, dove esistono dei prodotti eccellenti ancora poco conosciuti, ma che meritano una grande attenzione. Emerge in questo ambito la Sicilia, con la sua tradizione gastronomica antichissima, che i moderni sistemi di comunicazione e gestione manageriale, possono portare a una ribalta più vasta di quella nazionale. E sono tante le aziende che hanno puntato con coraggio sui prodotti tipici, presenti oggi anche nella grande distribuzione. Certo, anche qui i problemi non mancano e *Mercato & Imprese* ha voluto sentire il parere di Marco Zarotti, amministratore delegato de L'Isola d'oro, azienda formata da una strategica partnership fra un imprenditore di Parma, impegnato nel settore commerciale e nel marketing, e un imprenditore siciliano che dirige l'intera produzione e si occupa degli acquisti della materia prima.

L'economia italiana, in generale, anche nel 2005 ha viaggiato a ritmi lenti. Specialmente a livello di consumi. Come sono andate le cose nel vostro comparto e soprattutto quali sono le prospettive per il 2006?

Come si è reagito in questo settore, in termini di politiche commerciali e di prodotto, per far fronte a uno scenario complesso, in un contesto di consumi lenti?

Anche nel comparto delle conserve ittiche molti marchi hanno puntato sulla "qualità certificata" per andare incontro alle esigenze del consumatore. E specie nel segmento tonno i piccoli brand si sono impegnati molto nel packaging e nei formati. Quali novità si possono attendere nel 2006?



Marco  
Zarotti

*Occorre puntare sulla creatività e sull'onestà di intenti, innovare con idee concrete ed etiche, perché questo è ciò che fa la differenza.*

Parliamo dei consumatori. Si vuole qualità, assortimento, genuinità, controlli di filiera. Ma poi non si è disposti a pagare un giusto prezzo che remunerati adeguatamente gli investimenti fatti. E ci si lamenta per i prezzi fuori controllo. Che cosa fare per riequilibrare un mercato nel quale produzione e distribuzione si scambiano reciproche accuse di lucrare sui margini?

**Nota:** Questo documento è parte di *Mercato&Imprese* 2006, Opinioni e prospettive dall'industria del largo consumo, allegato alla rivista *Largo Consumo* n. 02/06. Poichè si tratta di un documento per valutarne l'acquisto, non sono riportati le risposte al manager intervistato, e i dati numerici di tabelle e grafici. per i non abbonati, il fascicolo ha un costo di 45 euro. Per maggiori info: [www.mercatoeimpresae.info](http://www.mercatoeimpresae.info)

## Conserve ittiche ◀

### SCHEDA MERCATO

#### Acquisti domestici di Conserve ittiche

	2000	2001	2002	2003	2004	var. % '04/'03
Quantità (000 tonn.)						
Valore (milioni di euro)						
Fonte: Ismea-AcNielsen						

Oggi il consumatore vuole nutrirsi con prodotti di qualità ma anche con "fantasia". La fortuna dei piatti pronti è davanti agli occhi di tutti. Come rispondono i produttori di conserve ittiche a questa esigenza ormai evidente?

#### I consumi 2004

#### I canali di vendita

#### Gli acquisti della ristorazione commerciale

#### La produzione

La marca, nell'anno appena passato, è stata attaccata dalle marche commerciali, dai primi prezzi, dagli ipersconti. A suo avviso come va riposizionata e su quali nuovi valori deve puntare per tornare a essere un punto di riferimento per il consumatore?

#### Import/Export

##### Pesce lavorato fresco o congelato

2004	valore (milioni di euro)	var. % '04/'03
Importazioni		
Esportazioni		
Saldo commerciale		
Fonte: Federalimentare su dati Istat		

#### Composizione della produzione di Conserve ittiche in Italia (in %)\*

Conserve di tonno
Altri pesci all'olio, al naturale, marinati
Acciughe salate
Filetti di acciughe all'olio
Vongole conservate
* tra parentesi l'incidenza in valore
Fonte: elaborazioni Ismea su dati Ancit 2003