

AZIENDE IN PRIMO PIANO

Sarà sicuramente un fine anno molto importante, quello che Pescanova si accinge ad affrontare. Infatti, è in pieno svolgimento il concorso "Raccogli i preziosi doni del mare", un'iniziativa promozionale cui l'azienda sta dedicando ingenti risorse, mentre si avvicina ormai il periodo delle festività natalizie - tradizionalmente molto importante per il business dell'ittico surgelato - che vede Pescanova tra i protagonisti con una gamma di elevata qualità e arricchita ogni anno di nuovi lanci.

Forte impegno per il concorso

Inutile dire che c'è davvero grande attesa, negli uffici bolognesi della filiale italiana della multinazionale spagnola, per i risultati della prima promozione in grande stile che Pescanova lancia nel nostro Paese. Si tratta di un concorso misto, partito il 27 agosto per concludersi l'1 dicembre 2007, che prevede una raccolta di prove d'acquisto e garantisce ai consumatori premi sicuri - ricettari di pesce e set di posate da pesce - e un'estrazione finale con in palio una crociera di Costa Crociere nel Mediterraneo e forni a microonde Whirlpool.

Pescanova si sta impegnando al massimo in termini di sostegno all'iniziativa: le confezioni di tutti i prodotti riportano il bollino che annuncia il concorso e contengono le cartoline di partecipazione; nel contempo, fittissimo è il calendario di attività in store nei grandi supermercati e ipermercati, con hostess preposte a

PESCANOVA

Cresce la "febbre" del concorso in attesa dei lanci di fine anno, mentre si tracciano le linee di sviluppo per il 2008

illustrare l'operazione e distribuire cartoline, peraltro scaricabili anche dal sito www.pescanova.it. Dal canto suo, il trade moderno sta rispondendo positivamente e con disponibilità a questa inedita attività di Pescanova, alla quale spesso vengono dedicati spazi speciali, come le testate di gondola.

In più, l'azienda ha pianificato, per i tre mesi nei quali si dipanerà la promozione, una cam-

pagna pubblicitaria su alcune diffusissime riviste del gruppo Rcs: parliamo di *Oggi*, *Visto* e *Novella Duemila*. L'annuncio presenta il con-



corso, rimanda al sito aziendale per ulteriori approfondimenti e include la cartolina di partecipazione.

Insomma, una "copertura a tappeto" che Pescanova confida possa dare notevoli risultati - commisurati alle risorse messe in campo - in termini di fatturato e di ulteriore ampliamento del proprio bacino di consumatori, che l'azienda oltretutto potrà "conoscere meglio" per investire in futuro con altre attività mirate.

Va detto, in conclusione, che Pescanova ha concepito un "meccanismo" teso a spingere innanzitutto i Bastoncini di merluzzo, al cui acquisto è infatti vincolata la partecipazione al concorso e quindi l'erogazione dei premi. Va da sé che l'obiettivo non è tanto quello di "insidiare" un leader da sempre incontrastato, quanto piuttosto di conquistare quote in quello che rappresenta il terzo segmento nel mercato dell'ittico surgelato.

Crescere in una fase difficile

E proprio in tema di mercato non si può non rimarcare che l'ittico surgelato sta vivendo globalmente una fase riflessiva, rilevabile in tutte le famiglie di prodotti

nei dati Nielsen Scan-track iper+super riferiti all'anno terminante ad agosto 2007, rispetto allo stesso periodo 2006. Una flessione "figlia" del boom fatto registrare proprio nel periodo 2005-2006, quando gli allarmi che avevano scosso il settore avicolo avevano spostato i consumi sul pesce. Senza contare le odierne polemiche sugli aumenti dei prezzi dei prodotti alimentari - spesso più agitati che reali - destinate a condizionare i comportamenti d'acquisto dei consumatori. Pur avvertendo le difficoltà contingenti del mercato, nel periodo considerato Pescanova ha guadagnato quote su tutte le categorie. Merito di una strategia improntata al dinamismo sul fronte sia dell'assortimento, arricchito costantemente di nuove referenze, sia della politica commerciale, con l'ingresso nei pdv di nuove insegne del trade moderno.

Le novità di Natale. Le festività natalizie rappresentano da sempre un'occasione speciale per saggiare la qualità dell'offerta di Pescanova, che anche quest'anno presenterà un ampliamento della gamma dei crostacei, consolidato punto di forza dell'assortimento. Ecco le

È in pieno svolgimento il primo grande concorso consumatori dell'azienda in Italia: un'iniziativa molto impegnativa, dalla quale l'azienda si attende significativi riscontri. Sono ormai vicine le festività di fine anno, che vedranno Pescanova protagonista con un assortimento come sempre arricchito di prelibate novità.



"new entry" 2007: un Granchio intero cotto di provenienza irlandese, garanzia di un prodotto assolutamente pregiato; tre referenze di Gambero Atlantico, che vanno ad affiancare il classico formato di L3 da 400 grammi, ovvero un L1 in confezione da 400 grammi, un maxi formato di L3 da 800 grammi e le Code in vassoio da 300 grammi. Restano in prima fila le altre prelibatezze firmate Pescanova, come l'Aragosta, la Mazzancolla Indopacifica e il Gambero Indo-

pacifico. Va rimarcato che tutti i gamberi pescati direttamente e surgelati dalla flotta Pescanova sono selvaggi - sinonimo di alta qualità - e crudi. Oltretutto, grazie a sforzi non indifferenti sotto il profilo produttivo, da alcuni anni Pescanova è in grado di garantire la presenza a scaffale dei gamberi 12 mesi all'anno.

Le novità del 2008

Ovviamente la società guarda già, al di là del

Natale di quest'anno, l'orizzonte vicino di un 2008 che si preannuncia molto intenso. Innanzitutto, neppure nel prossimo anno mancheranno le novità di prodotto. La gamma skin sarà ampliata, arricchendo un'offerta che al momento prevede due preparati di successo: MistoScoglio con condimento pronto e Preparato per risotto e spaghetti in brodo di vongole. Allo stesso tempo, nel segmento dei filetti al naturale Pescanova sta studiando il lancio di pesci finalmente alternativi a merluzzo e nasello.

Ci sono poi ambiziosi obiettivi di mercato. In particolare, sulla scia del concorso lanciato in queste settimane, Pescanova punta con decisione a crescere nel segmento dei bastoncini: l'obiettivo è arrivare al 10% di share nei prossimi due-tre anni. Questo si tradurrà in un forte impegno nel sostenere al meglio il prodotto, attraverso un articolato programma di attività mirate. D'altronde, il fatto che il lancio di una seconda referenza abbia da solo consentito a Pescanova di raddoppiare in un anno il proprio fatturato in questo importante segmento, lascia ben sperare. La strada per crescere, come sempre, sarà quella della qualità e dell'innovazione.



PESCANOVA
Un nome d'amare

Pescanova Italia srl
Via Indipendenza, 42
40121 Bologna
Tel. 051.233744-45
Fax 051.233866
www.pescanova.it
info@pescanova.it