



sei *Regioni* per
cinque **CONTINENTI**



Il progetto Ittico/Algeria

Studio di prefattibilità

Internazionalizzare la filiera ittica italiana Paese estero target: Algeria

**- Studio di pre-fattibilità -
Azione di Tutoraggio per l'internazionalizzazione
(Regioni Obiettivo 1)**

**(Progetto Operativo “*Italia internazionale: sei Regioni per cinque
continenti*” – II Stralcio – Misura 1.2 PON ATAS 2000-2006)**

Indice degli argomenti	<i>pag</i>
Premessa	3
Capitolo PRIMO: l'analisi globale del settore ittico	5
<i>1. Alcuni cenni generali sul settore ittico</i>	<i>5</i>
<i>2. La situazione del settore ittico/alimentare in Italia e cenni di marketing internazionale nel settore ittico</i>	<i>6</i>
<i>3 I mercati del pesce in ordine di importanza</i>	<i>9</i>
<i>3.1 – Il mercato del pesce in Francia</i>	<i>9</i>
<i>3.2 - Il mercato in Italia</i>	<i>12</i>
<i>3.3 La distribuzione in Italia</i>	<i>16</i>
<i>3.4 Il raffronto tra i mercati europei</i>	<i>18</i>
<i>3.5 Il peso della distribuzione moderna in Europa nelle scelte di acquisto del prodotto ittico e raffronto con il mercato italiano.</i>	<i>19</i>
<i>4 Paesi e fattori di interesse che agiscono sui flussi del commercio internazionale</i>	<i>24</i>
<i>4.1 Importazioni, esportazioni, peculiarità pertinenti l'analisi internazionale</i>	<i>25</i>
<i>4.2 Brevi cenni sugli scambi riguardanti altri Paesi europei.</i>	<i>27</i>
<i>4.3 Le importazioni in Italia</i>	<i>27</i>
<i>4.4 Le esportazioni italiane</i>	<i>32</i>
Capitolo SECONDO – Lo studio di prefattibilità	34
<i>2.1 Strategia di settore e alcune linee-guida</i>	<i>34</i>
<i>2.2 Lo scopo di un progetto per le imprese del territorio</i>	<i>34</i>
<i>2.3 L'orizzonte potenziale della produzione italiana e le aree di possibile espansione</i>	<i>35</i>
<i>2.4 Attivazione del processo di internazionalizzazione e fasi di sviluppo del progetto</i>	<i>37</i>
<i>2.5 La scelta del Paese estero: l'Algeria</i>	<i>39</i>
<i>2.5.1 Il settore ittico algerino</i>	<i>39</i>
<i>2.5.2 La necessità di presidiare gli approvvigionamenti di risorse</i>	<i>41</i>
<i>2.5.3 Punti di forza/debolezza ed opportunità in Algeria</i>	<i>43</i>
<i>2.6 Il processo produttivo e le attività di servizio alla produzione</i>	<i>44</i>
<i>2.7 L'importanza di estendere il progetto di filiera alle attività correlate al settore ittico: il settore ittico allargato</i>	<i>45</i>
<i>3. La definizione e condivisione dell'idea progettuale con un panel di operatori del settore ittico delle Regioni Obiettivo 1: illustrazione della metodologia utilizzata</i>	<i>48</i>
CAPITOLO TERZO	
<i>3.1 La proposta di internazionalizzazione della filiera ittica alle autorità algerine: risultati attesi</i>	<i>53</i>
CAPITOLO QUARTO – Le agevolazioni in Algeria e gli strumenti finanziari italiani	56
<i>4.1 Il sistema degli incentivi in Algeria per le imprese della filiera</i>	<i>56</i>
<i>4.2 Gli incentivi</i>	<i>56</i>
<i>4.3 Gli strumenti finanziari italiani</i>	<i>57</i>
<i>4.4 Gli strumenti finanziari Simest</i>	<i>57</i>
<i>4.5 Un ipotesi di finanziamento per la costruzione della filiera iniziale</i>	<i>58</i>
<i>4.6 Partecipazione al capitale sociale (Legge 100/90 e Fondo di Venture Capital)</i>	<i>59</i>
<i>4.7 Studi di fattibilità e assistenza tecnica (Dl 143/98)</i>	<i>60</i>
<i>4.8 Alcuni cenni sul sistema bancario in Algeria.</i>	<i>60</i>
Allegato 1	
<i>Proposta operativa per la costituzione di una filiera italo-algerina nel settore ittico allargato.</i>	<i>62</i>

Premessa

L'aggregazione di più PMI a sistema è una fra le molteplici modalità per agevolare l'inserimento delle attività economiche delle singole imprese nel processo di sviluppo internazionale.

Le ragioni che giustificano l'adozione di questa tecnica possono essere le più varie; qui possiamo riassumerle brevemente così: “le PMI di un territorio si aggregano per poter formare un gruppo a dimensione internazionale che costituirà il “veicolo” attraverso il quale ciascuna di esse può agganciare il flusso dei commerci internazionali svolgendo, in tal modo, un ruolo attivo nell'ambito dello sviluppo dei flussi commerciali globali. L'aggregazione di PMI deve, comunque, essere strutturata in modo tale da consentire l'armonioso sviluppo del potenziale specifico di tutte le singole imprese che partecipano al gruppo medesimo”.

Considerato quanto sopra, l'azione pilota di “Tutoraggio per l'internazionalizzazione” realizzata dal Ministero del Commercio Internazionale (MCI), in collaborazione con la Simest S.p.A., si pone come obiettivo quello di costruire, per l'appunto, detto “veicolo”, affiancando le PMI nel processo di identificazione, condivisione e verifica dell'idea progettuale più idonea per competere sul mercato internazionale.

Per una aggregazione di imprese, la condivisione di una idea progettuale costituisce la migliore garanzia per la buona riuscita del business da svolgere in comune.

Identificata e condivisa l'idea progettuale fra gli imprenditori, con l'azione di Tutoraggio ci si occupa di verificare, per conto e con gli imprenditori, la reale sussistenza delle condizioni di prefattibilità dell'idea progettuale identificata.

Il primo step, pertanto, dell'azione di Tutoraggio è diretta a fornire, alla aggregazione di PMI, gli elementi e le informazioni rilevanti per poter identificare, ed in seguito verificare, l'ipotesi progettuale internazionale sulla quale costruire l'aggregazione, e ciò, partendo dalle caratteristiche tecnico-finanziarie specifiche delle singole imprese, da analisi attuali e prospettiche del

settore in cui esse operano, dall'analisi della domanda e dell'offerta globale, nonché, dalle opportunità che l'idea progettuale prospettata può offrire in una determinata area estera obiettivo.

Le verifiche di cui sopra sono effettuate anche presso le controparti estere istituzionali.

Spesso, difatti, ed in alcuni Paesi esteri, le amministrazioni pubbliche centrali hanno un peso determinante nei processi autorizzativi, concessioni di permessi e nulla-osta, vincoli doganali etc. Tutto ciò può rendere complicato e costoso alle singole imprese private l'acquisizione delle informazioni rilevanti per le proprie scelte di investimento. Diventa, in tali casi, opportuno condividere con le autorità pubbliche estere un Memorandum of Understanding e/o Protocolli Operativi diretti a concordare tra le istituzioni le soluzioni più idonee per favorire i reciproci investimenti delle imprese private.

Sulla base delle predette considerazioni, il presente documento illustra le analisi svolte per aiutare le imprese a definire l'idea progettuale.

Viene, altresì, illustrata una ipotesi operativa per (internazionalizzare la filiera del settore ittico allargato.

Il Paese estero obiettivo con cui si ipotizza di collaborare per la realizzazione del progetto è l'Algeria.

L'analisi illustrata nel presente documento può costituire un utile base di informazione e di riferimento per quelle imprese interessate ad approfondire i contenuti del progetto.

Capitolo I: l'analisi globale del settore ittico

1. Alcuni cenni generali sul settore ittico

Il prodotto ittico ha sempre rappresentato una componente rilevante dell'alimentazione nazionale.

Molto marcato è il consumo di pesce nelle Regioni obiettivo 1, dove tale risorsa contribuisce ad una sana ed equilibrata alimentazione di queste popolazioni.

Il prodotto ittico è importante non solo in termini economici, ma anche per la salute delle nostre popolazioni.

Nell'analisi realizzata si è dovuto prendere atto che, a fronte di una continua lievitazione della domanda interna, non si intravedono, attualmente, condizioni oggettive per uno sviluppo adeguato e diversificato dell'offerta produttiva

Allo stato attuale, nel settore della pesca si rileva la mancanza di presidio nei mercati evoluti, margini insufficienti per generare investimenti in ricerca ed innovazione e conseguente obsolescenza dei processi produttivi e fuga di investitori dal settore.

Diventa, pertanto, necessario invertire questa tendenza e consentire alle nostre imprese di investire convenientemente allungando la filiera e rivalorizzando la catena del valore dei prodotti a forte sviluppo senza disperdere le attitudini tradizionali.

Il campo di intervento deve riguardare tutte le operazioni del ciclo produttivo e di quello commerciale e ciò comporterà, per poter gestire il processo, adeguate capacità di investimenti e collaborazioni internazionali

Obiettivo della presente analisi è quella di stimolare le aggregazioni di impresa per crescere "dimensionalmente" al fine di formare un sistema internazionale in grado di esprimere l'elevato potenziale della nostra imprenditoria, risvegliando l'interesse degli investitori privati nazionali e internazionali.

Si è ritenuto necessario includere nell'analisi del settore ittico anche le attività ausiliarie, complementari e correlate alla itticoltura (settore ittico allargato) per poter generare le necessarie sinergie lungo la filiera ittica nonché costituire un sistema competitivo a livello internazionale..

Come si vedrà, inoltre, nei prossimi paragrafi, l'analisi del settore evidenzia che la tecnologia attuale è, purtroppo, in forte ritardo rispetto ai partner europei e ciò pur rappresentando un ostacolo allo sviluppo dovrà costituire la base per rilanciare il settore nazionale.

2. La situazione del settore alimentare in Italia e cenni di marketing internazionale nel settore ittico

Il nostro è un Paese fortemente importatore di prodotti ittici, come del resto la U.E. nel suo complesso.

Le importazioni italiane provengono prevalentemente dalla UE con in testa la Spagna ma, come per le esportazioni, abbiamo rapporti commerciali con molti Paesi di diverse aree del mondo, che hanno risorse ittiche, ma anche interesse a collaborazioni e investimenti italiani.

Il mercato alimentare è percorso da continue ondate di cambiamento. Ciò lo rende particolarmente complesso: le abitudini di consumo cambiano rapidamente, i consumatori sono sempre più attenti alle innovazioni nei prodotti.

Una massa rilevante di produzioni viene sostituita, con cicli sempre più brevi, da altre linee più innovative che, oltre a rafforzare e diversificarne l'offerta, mirano a soddisfare una domanda sempre più specialistica.

Talvolta, una nuova offerta e/o una innovazione di prodotto possono rendere obsoleti o ridurre sensibilmente la domanda di molti prodotti sostitutivi appartenenti alla stessa categoria.

Ciò è una caratteristica comune a tutti i beni di largo consumo e, ovviamente, riguarda anche il settore degli alimenti deperibili e deperibilissimi come i prodotti ittici.

Il mercato chiede, non solo prodotti diversi nelle loro caratteristiche, ma capaci anche, di rappresentare un preciso stile di vita. La domanda finisce, quindi, per frammentarsi.

Diventa imperativo, pertanto, essere in grado di percepire i cambiamenti ed essere pronti a riposizionarsi in quei segmenti in cui il prodotto può sviluppare, al meglio, le proprie potenzialità. Di qui l'importanza del contatto continuo con l'utenza finale per orientare la produzione.

Il termine “nuovo prodotto” si applica, nel marketing, a quelle linee di prodotti capaci di esprimere un differente livello di innovazione, che spazia dalle novità in assoluto (prodotti che creano un nuovo mercato), ai prodotti “riposizionati” o modificati (ossia già esistenti, ma indirizzati a diversi mercati o segmenti di mercato).

L'evoluzione della domanda è condizionata da numerose variabili che incidono sulle motivazioni di consumo e rispondono alle variazioni che il sistema economico induce sui comportamenti d'acquisto.

Volendo analizzare sistematicamente secondo linee di tendenza, le macro variazioni che stanno caratterizzando le innovazioni sui mercati possono essere classificate in tre grosse famiglie:

- **salutismo: prodotti “pharmafood”, in grado di “curare” e/o prevenire eventuali malattie;**
- **servizio: prodotti che incorporano il soddisfacimento di bisogni oramai essenziali quali velocità e semplicità di preparazione.**
- **edonismo: prodotti ricercati ed esotici in grado di esprimere un particolare stile di vita del cliente e l'appartenenza ad una classe di reddito più elevata.**

Il corretto mix di queste macro-variabili costituisce il fondamento su cui si è evoluta l'offerta alimentare europea nel suo insieme, e, pur se con connotazioni caratteristiche diverse, l'evoluzione delle linee innovative ittiche di nicchia.

Specializzandosi, i produttori vogliono occupare spazi di mercato differenti, cosicché diventano concorrenti diretti solo di quelle imprese che hanno scelto di

“puntare” su quella specifica performance di prodotto, o su quel determinato servizio aggiuntivo.

Le considerazioni di cui sopra valgono, ovviamente, anche per un comparto quale quello ittico; è perciò necessario porre grande attenzione alle variabili che incidono sulle decisioni d’acquisto della domanda.

Se l’impresa non ha le risorse per accedere a dette informazioni rilevanti riguardanti le variabili d’acquisto inevitabilmente “segue” i comportamenti dei propri concorrenti più “vicini” senza avere alcuna percezione del mercato globale e non è, pertanto, in grado di assumere decisioni adeguate alla dinamiche commerciali derivanti dalla competizione globale.

La produzione nazionale sconta le conseguenze di tale carenza di informazione e anche se nell’ultimo quinquennio ha saputo adeguarsi rapidamente ai nuovi parametri di qualità dettati delle normative comunitarie, sicuramente non ha raggiunto un pari livello di allineamento riguardo alla proposta commerciale, che rimane “obsoleta” e fondata, tranne che in qualche rarissima eccezione, sull’offerta di materia prima “*GREZZA*” e/o *SEMILAVORATA* (es. filetti, di pesce).

Un handicap notevole se confrontato a quanto accade, già da tempo, in altre aree d’Europa dove, invece, i produttori del settore ittico sono, già oggi, in grado di proporre un’offerta commerciale sofisticata e concretamente innovativa, diversificata e specialistica; un’offerta che ha permesso di posizionare e di riposizionare su segmenti ad alto valore aggiunto l’offerta tradizionale, con notevoli benefici per tutta la filiera.

L’utilizzo, negli ultimi anni, di sofisticate tecnologie di processo e prodotto e di tecniche di marketing, anche sulla filiera alimentare, ha modificato, talvolta radicalmente, la proposta commerciale tradizionale ed ha creato una nuova domanda.

Il nuovo approccio deve, pertanto, mirare al pieno soddisfacimento dei gusti dei consumatori che richiedono, sempre più, prodotti alimentari a maggiore servizio d'uso in grado di:

- semplificare il processo di consumo;
- incorporare servizi specifici;
- soddisfare nuovi bisogni (prodotti salutistici, veloci da cucinare, etc).

I mutamenti sociali intervenuti in Europa negli ultimi 20 anni ed i notevoli progressi tecnologici in campo alimentare rappresentano il motore portante della nuova domanda. I più rilevanti fattori propulsori del progresso possono essere sintetizzati in:

- innovazioni nelle tecniche di processo e di conservazione del fresco;
- innovazioni nelle tecniche di preparazione domestica;
- moderna distribuzione organizzata.

La mancata attenzione verso i predetti aspetti spiega il gap delle nostre imprese verso i Paesi ed i mercati più evoluti.

Riportiamo, ad esempio, selezionandoli, alcuni dati riguardanti il settore ittico in Francia e nei mercati per l'Italia più significativi rilevati da recenti indagini, che dimostrano il divario esistente tra le imprese dei nostri due Paesi, causato in prevalenza da:

- a) debolezza della nostra distribuzione organizzata;**
- b) ritardo tecnologico-innovativo;**
- c) polverizzazione della produzione in particolare nel sud Italia.**

3 I mercati del pesce in ordine di importanza

3.1 – Il mercato del pesce in Francia

La Francia è il secondo produttore mondiale di prodotti agricoli e della pesca, dopo gli Stati Uniti.

Prendendo a campione l'annualità 1998, in Francia (fonte Ofimer), si pescano all'anno circa 600.000 t. di prodotti ittici, di cui circa 400.000 tonnellate sono destinate al consumo di pesce fresco e 200.000 di congelato.

A tali valori bisogna aggiungere la produzione dei molluschi 220.000 t. e 63.000 t. di prodotti provenienti da allevamenti di acqua–maricoltura, per una produzione complessiva superiore a 800 mila tonnellate.

I consumi pro capite sono di circa 23 kg per anno, un poco al di sotto della media europea (26,4 kg), ma allineati alla media italiana.

Nella tabella 1 si riporta l'evoluzione in percentuale e per specie di prodotti tra il 2005 e il 2006 in Francia.

Tab. 1 Distinzione del pescato per specie in Francia

janvier - septembre 2006/2005

	Evolution quantité mise en vente	Evolution prix moyen	Part de marché valeur 2006	Prix moyen 2006 (€/kg)
sole	-	+	12%	12,25
baudroie	-	+	10%	5,22
langoustine	-	+	8%	9,08
bar	+	=	7%	9,17
calmars	+	-	3%	6,53
seiches	-	+++	3%	2,36
coquille st J	+	=	3%	2,18
merlu	- - -	+	3%	4,76
merlan	=	+	3%	1,77
rouget barbet	- -	+ +	3%	7,65
anchois	- -	+	2%	4,81
saint pierre	=	+	2%	10,09
sardine	=	-	2%	0,57
lieu jaune	+	=	2%	3,77

Légende : + 5 à 15% ++ 15 à 30% +++ 30% et plus

Fonte: Ofimer

Fra tutte le nazioni europee, la Francia rappresenta il secondo più grande mercato di prodotti ittici, dopo la Spagna.

Inoltre, la Francia risulta essere la prima nazione in termini di trasformazione dei prodotti della pesca.

Per mantenere questo status la Francia deve importare una grande quantità e varietà di materia prima, e ciò, crea un forte squilibrio nella bilancia commerciale dei prodotti ittici.

La tavola 2 e 3 illustrano tali andamenti nel comparto per le annualità 2004-2005 e sino a settembre 2006.

Tabelle 2 Francia bilancio import / export annualità 2004-2005

BILAN DES IMPORTATIONS ET EXPORTATIONS DES PRODUITS AQUATIQUES – année 2005/2004									
	2004			2005			Evolution		
	Quantité(T)	Valeur(M€)	PM(€/kg)	Quantité(T)	Valeur(M€)	PM(€/kg)	Quantité	Valeur	PM
Import *	994 049	3 294,2	3,31	1 007 430	3 600,9	3,57	1,3%	9,6%	8,2%
Export *	389 893	1 151,7	2,95	353 525	1 212,5	3,43	-9,3%	5,3%	16,1%
Deficit *	604 156	2 142,5		653 905	2 384,5		8,2%	12,0%	

* hors algues, farines, huiles, graisses et poissons d'ornement Source : Douanes Françaises

Tabelle 3 Francia bilancio import / export Gennaio-settembre 2006

	2005			2006			Evolution		
	Quantité (T)	Valeur (M€)	PM (€/kg)	Quantité (T)	Valeur (M€)	PM(€/kg)	Quantité	Valeur	PM
Import *	746 971	2 551,8	3,42	760 786	2 830,5	3,72	2%	11%	9%
Export *	236 774	873,7	3,69	235 937	892,8	3,78	0%	2%	3%
Déficit *	510 197	1 678,1		524 849	1 937,7		3%	15%	

* hors algues, farines, huiles, graisses et poissons d'ornement source : Douanes Françaises

Da tali tabelle, si rileva come la Francia dipenda in maniera rilevante dalle importazioni.

3.2 - Il mercato in Italia

Le importazioni italiane di specie ittiche dall'estero nel 2005, destinate all'alimentazione umana, si sono attestate attorno alle 860 mila ton.

Le esportazioni in volume, invece, poco oltre le 131 mila ton. (Tabella 4).

Tabella 4 - Commercio con l'estero di prodotti ittici (2005)

Tipologie	Import						Export					
	Tonn.	Peso %	Var.% 05/04	Milioni di euro	Peso %	Var.% 05/04	Tonn.	Peso %	Var.% 05/04	Milioni di euro	Peso %	Var.% 05/04
Pesci freschi	144.278	16,8	7,4	731	22,0	10,3	53.038	40,5	14,8	159	33,9	19,6
Pesci congelati	153.948	17,9	-1,8	442	13,3	9,1	10.979	8,4	-24,2	30	6,3	-9,0
Pesci trasformati (*)	218.070	25,4	3,2	888	26,7	5,6	27.395	20,9	12,2	125	26,5	16,0
Totale pesci	516.297	60,1	2,8	2.060	62,1	8,0	91.411	69,8	7,4	314	66,8	14,8
Molluschi freschi (**)	46.809	5,4	-18,2	110	3,3	-1,0	26.305	20,1	11,4	73	15,5	3,3
Molluschi congelati	197.969	23,0	8,1	549	16,5	10,1	7.071	5,4	2,4	26	5,6	6,1
Molluschi conservati (***)	11.552	1,3	-2,5	32	1,0	2,4	2.294	1,8	11,3	16	3,4	14,9
Totale molluschi	256.330	29,8	1,7	692	20,8	7,8	35.670	27,2	9,4	115	24,5	5,4
Crostacei freschi (**)	11.029	1,3	3,0	109	3,3	11,1	389	0,3	64,8	3	0,7	56,0
Crostacei congelati	67.410	7,8	8,0	403	12,1	8,1	3.396	2,6	-2,0	37	7,8	0,9
Crostacei conservati (***)	8.613	1,0	7,0	55	1,7	4,1	135	0,1	27,7	1	0,2	-5,6
Totale crostacei	87.052	10,1	7,2	567	17,1	8,3	3.921	3,0	3,0	41	8,7	3,8
Totale	859.679	100,0	2,9	3.319	100,0	8,0	131.002	100,0	7,8	470	100,0	11,3

Nota: sono esclusi gli oli e i grassi, le farine e altri prodotti non destinati all'alimentazione umana.

() Secchi, salati o in salamoia, affumicati, preparazioni e conserve.*

*(**) Vivi, freschi o refrigerati, secchi, salati o in salamoia.*

*(***) Preparazioni e conserve.*

Fonte: Elaborazione Ismea su dati Istat.

La bilancia import-export dell'Italia presenta, quindi, un saldo negativo simile a quello francese.

I Paesi comunitari rappresentano il maggiore fornitore e il maggior acquirente dell'Italia e fra questi la Spagna è in testa (la Spagna è, inoltre, un importante consumatore di prodotto ittico, con circa 35 Kg pro capite).

Le tabelle 5 e 6 che seguono illustrano i principali Paesi di riferimento per l'import e l'export per le annualità 2004, 2005 e sino ad ottobre 2006.

Tabella 5

Principali paesi di provenienza delle importazioni italiane nel settore dei Pesci e crostacei, molluschi e altri invertebrati acquatici (valori in milioni di euro)

	2004	2005	Gen.-ott. 2005	Gen.-ott. 2006
MONDO	2.538	2.729	2.198	2.410
Spagna	454	473	394	408
Paesi Bassi	248	273	222	245
Danimarca	274	301	227	239
Francia	228	234	182	202
Grecia	150	148	124	117
Argentina	93	60	51	92
Thailandia	85	86	73	87
Regno Unito	97	110	87	86
Ecuador	45	67	53	74
Svezia	87	72	59	72
<i>Peso percentuale su totale import Italia nel settore dei pesci e crostacei, molluschi e altri invertebrati acquatici</i>				
Spagna	17,9	17,3	17,9	16,9
Paesi Bassi	9,8	10,0	10,1	10,2
Danimarca	10,8	11,0	10,3	9,9
Francia	9,0	8,6	8,3	8,4
Grecia	5,9	5,4	5,6	4,9
Argentina	3,6	2,2	2,3	3,8
Thailandia	3,4	3,1	3,3	3,6
Regno Unito	3,8	4,0	3,9	3,6
Ecuador	1,8	2,4	2,4	3,1
Svezia	3,4	2,6	2,7	3,0

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico su dati ISTAT

Tabella 6

Principali paesi di destinazione delle esportazioni italiane nel settore dei Pesci e crostacei, molluschi e altri invertebrati acquatici (valori in milioni di euro)

	2004	2005	Gen.-ott. 2005	Gen.-ott. 2006
MONDO	332	361	283	325
Spagna	166	184	148	178
Germania	34	34	27	29
Francia	23	22	20	18
Grecia	18	17	16	13
Austria	13	13	10	13
Svizzera	15	13	10	12
Giappone	9	20	4	10
Slovenia	8	9	7	7
Croazia	7	7	7	7
Paesi Bassi	8	7	6	7
<i>Peso percentuale su totale export Italia nel settore dei pesci e crostacei, molluschi e altri invertebrati acquatici</i>				
Spagna	49,9	51,1	52,5	54,7
Germania	10,2	9,5	9,6	9,0
Francia	6,9	6,1	6,9	5,6
Grecia	5,5	4,8	5,5	3,9
Austria	3,8	3,5	3,6	3,9
Svizzera	4,5	3,6	3,7	3,6
Giappone	2,7	5,5	1,5	2,9
Slovenia	2,6	2,4	2,6	2,2
Croazia	2,1	2,1	2,3	2,1
Paesi Bassi	2,3	2,0	2,2	2,0

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico su dati ISTAT

Per quanto concerne i consumi domestici di prodotti ittici in Italia questi hanno fatto registrare una leggera flessione delle quantità a fronte di un aumento in valore in quasi la totalità delle aree del Paese (tabella 7).

Tabella 7: I consumi domestici di prodotti ittici per aree geografiche (8 gennaio - 14 ottobre 2006)

Aree geografiche e canali di vendita	Quantità			Valore		
	tonnellate	peso %	var. % tend. ^(*)	migliaia di euro	peso %	var. % tend. ^(*)
Italia	319.097	100,0	-0,9	2.884.305	100,0	4,6
Aree geografiche						
Nord-Ovest	77.312	24,2	1,8	772.452	26,8	8,2
Nord-Est	46.394	14,5	-6,4	459.635	15,9	-0,2
Centro+Sardegna	75.324	23,6	-3,8	679.838	23,6	2,5
Sud	120.067	37,6	1,6	972.376	33,7	5,8

(*) La variazione è stata ottenuta ponendo a confronto i dati relativi al periodo in esame, 8 gennaio - 14 ottobre 2006, con i dati relativi al periodo 9 gennaio - 15 ottobre 2005.

Fonte: Ismea-ACNielsen.

Complessivamente, fra le mura domestiche sono state consumate dalle famiglie 319.097 t. di prodotti ittici, per una spesa di circa 2,9 miliardi di euro.

Nell'Italia nord occidentale vi è stata la variazione tendenziale più significativa sia in valore che in quantità. Nell'Italia centrale, gli acquisti di prodotti ittici delle famiglie si sono ridotti in quantità del 3,8% ma si è registrato un aumento del loro valore. Per quanto riguarda il Meridione, infine, il contributo alla crescita, rispetto all'anno precedente, è stato dell'1,6% dal lato dei volumi acquistati e del 5,8% dal lato della spesa.

Considerando le tipologie di prodotti, con riferimento al periodo gennaio-ottobre 2006, si osserva che l'aumento in valore dei consumi in Italia è riconducibile, rispetto all'anno precedente, a tutto il comparto ittico ad esclusione dei congelati sfusi

I dati in tabella 8 che segue mostrano questa tendenza in riferimento ai primi 10 mesi del 2006.

Tabella 8 - I consumi domestici per tipologie di prodotto (8 gennaio - 14 ottobre 2006)

Prodotti	peso			migliaia		
	tonnellate	%	var. % tend. ^(*)	di euro	%	var. % tend. ^(*)
Fresco e decongelato sfuso	165.444	51,8	-2,5	1.483.574	51,4	4,3
- naturale	160.944	50,4	-2,6	1.401.977	48,6	4,3
pesce di mare	89.598	28,1	0,5	843.759	29,3	5,6
pesce d'acqua dolce ^(**)	22.329	7,0	-8,3	191.338	6,6	3,2
molluschi	41.390	13,0	-4,3	268.880	9,3	3,9
crostacei	7.626	2,4	-9,3	98.000	3,4	-3,7
- preparato	4.499	1,4	0,3	81.596	2,8	5,6
impanato	1.925	0,6	6,7	34.201	1,2	11,1
preparato	2.574	0,8	-4,0	47.392	1,6	2,0
Congelato sfuso	24.943	7,8	-6,0	173.129	6,0	-1,6
- naturale	21.609	6,8	-5,7	152.779	5,3	-1,7
- preparato	3.334	1,0	-7,6	20.351	0,7	-1,1
Congelato/Surgelato confezionato	48.987	15,4	6,6	456.510	15,8	6,3
- naturale	28.409	8,9	7,6	270.730	9,4	5,3
- preparato	20.579	6,4	5,3	185.780	6,4	7,8
Conserve e semiconserv. confez.	69.912	21,9	-0,8	618.864	21,5	4,0
Secco, salato e affum. sfuso e confez.	9.811	3,1	3,7	152.225	5,3	12,8
Totale prodotti ittici	319.097	100,0	-0,9	2.884.305	100,0	4,6

(*) La variazione è stata ottenuta ponendo a confronto i dati relativi al periodo in esame, 8 gennaio - 14 ottobre 2006, con i dati relativi al periodo 9 gennaio - 15 ottobre 2005.

(**) In questa categoria vi rientrano anche i pesci diadromi, pesci che regolarmente migrano tra acque dolci e marine in un periodo definito del ciclo vitale, come le anguille, i salmoni, gli storioni, ecc.

Fonte: Ismea-ACNielsen.

In particolare, per quanto riguarda i prodotti freschi e decongelati, si registra un aumento diffuso in valore di tutti i prodotti del comparto ad eccezione dei crostacei (-3,7%). In generale sono aumentati i consumi sia di prodotti naturali (+4,3% in valore), che di quelli preparati (+5,6%).

Fra i prodotti surgelati-confezionati, la performance è risultata ottima per entrambi i segmenti (naturale e preparato), con un incremento dei consumi di oltre il 5% sull'anno precedente.

La situazione italiana è, pertanto, assimilabile a quella francese.

Entrambi i Paesi sono fortemente dipendenti dalle importazioni.

I due Paesi, però, presentano, come si vedrà in seguito, forti differenze sotto il profilo tecnologico e distributivo.

3.3 La distribuzione in Italia

Analizzando la situazione dei consumi di prodotti ittici per canali di vendita si registra il peso determinante della distribuzione moderna che ha ottenuto, nel periodo gennaio-ottobre 2006, un risultato in valore ed in quantità fortemente in crescita (vedesi Tab 9).

Tabella 9 I consumi domestici di prodotti ittici per canali di vendita (8 gennaio - 14 ottobre 2006)

Aree geografiche e canali di vendita	Quantità			Valore		
	tonnellate	peso %	var. % tend. ^(*)	migliaia di euro	peso %	var. % tend. ^(*)
Canali di vendita						
Distribuzione moderna	210.137	65,9	1,0	1.941.841	67,3	7,1
Pescherie	62.596	19,6	-6,4	553.291	19,2	-0,6
Ambulanti/mercati rionali	25.382	8,0	1,9	218.082	7,6	3,8
Altri canali	20.981	6,6	-5,5	171.085	5,9	-3,2

(*) La variazione è stata ottenuta ponendo a confronto i dati relativi al periodo in esame, 8 gennaio - 14 ottobre 2006, con i dati relativi al periodo 9 gennaio - 15 ottobre 2005.

Fonte: Ismea-ACNielsen.

Disaggregando il dato per tipologia di prodotto si evince un aumento della spesa delle famiglie nel canale GDO soprattutto per l'acquisto di prodotti ittici freschi e decongelati, di quelli congelati sfusi e dei prodotti congelati/surgelati confezionati (+3,5%) – Tabella 10

Tabella 10 - I canali di vendita dei prodotti ittici in Italia nel 2004 (quote di mercato in valore)

Canali di vendita	Totale prod. ittici	Fresco e decong.	Congelato e sfuso	Cong./ Surgel. confezionato	Conservate e Semi conservate	Secco, salato e affumicato
Distribuzione moderna	65,3	47,9	44,3	91,8	95,8	66,0
Super, iper e superette	62,0	47,1	37,6	85,7	89,9	60,9
Discount	3,4	0,8	6,7	6,1	5,9	5,1
Distribuzione tradizionale	34,1	51,2	55,2	8,0	4,0	33,4
Alimentari tradizionali	5,7	3,1	27,6	7,5	3,2	7,0
Pescherie	21,0	35,9	25,2	0,3	0,01	14,0
Altri negozi specialisti	0,2	0,02	0,1	0,2	0,5	0,6
Ambulanti/mercati rionali	7,2	12,2	2,3	0,1	0,4	11,7
Altri canali	0,6	0,9	0,5	0,2	0,2	0,7
Cash&carry/spacci aziendali	0,4	0,4	0,5	0,2	0,2	0,6
Produzione propria	0,2	0,4	0,03	0,0	0,0	0,02
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Ismea-ACNielsen.

Dalla tabella si evince il peso della GDO per tutte le tipologie di prodotto ittici anche se rimane per i prodotti freschi e decongelati e per i prodotti congelati e sfusi un certo margine della distribuzione tradizionale

La distribuzione moderna acquista, quindi, anche in Italia sempre maggiore peso (66%), anche se il comparto ha ancora un potenziale di crescita notevole se lo paragoniamo agli altri Paesi europei più evoluti.

Il canale delle pescherie tende ancora a resistere specialmente nel sud dove più lento è il processo di modernizzazione. (specie nel fresco e nel congelato sfuso). **Il quadro nazionale tracciato sarebbe già sufficientemente chiaro per suggerire le azioni da intraprendere e ridare vigore al settore (tecnologia e distribuzione) ma le scelte diventano più definite se paragoniamo i dati dei nostri consumi con quelli dei 4 Paesi europei che ci influenzano maggiormente, tabella 6 (Spagna, Francia, Germania e Inghilterra).**

3.4 – Raffronto con i mercati europei

Il mercato dei prodotti del mare in Europa è caratterizzato da una miriade di fornitori, trasformatori, intermediari, distributori e grossisti.

In tutti i Paesi analizzati perdura una polverizzazione trasversale della filiera. La frammentazione genera ulteriori problemi per lo sviluppo dei prodotti a marchio e frena il diffondersi di tecnologie di packaging innovative, in specie nel reparto “fresco”.

Tavola 11 - Europa: consumi di prodotti ittici per paese e categoria

	Francia	Germania	Italia	Spagna	Inghilterra
Fresco	48	28	55	74	25
Congelato	22	21	23	12	30
Conservato	19	34	18	13	21
Affum./Salato	5	5	4	1	na
Altro	6	12	na	na	24

I crostacei sembrano quelli che più degli altri riescono a beneficiare delle nuove tecnologie di confezionamento, in particolare attraverso l'utilizzo di tecniche di imballaggio innovative quali il sottovuoto sofisticato.

Nel settore inscatolato e congelato, la situazione è differente; la presenza di produttori leader consente un'offerta più mirata e una proposta certamente più

sofisticata per quanto riguarda: gli imballi, le tecniche di conservazione, le funzioni d'uso, il controllo della qualità lungo la catena del freddo.

Nel settore inscatolato, i mercati italiani e spagnoli sono caratterizzati da una proliferazione di piccoli fornitori locali, che detengono la gran parte del mercato.

3.5 Il peso della distribuzione moderna in Europa nelle scelte di acquisto del prodotto ittico e raffronto con il mercato italiano..

Per le aziende della distribuzione moderna la scelta e i rapporti con i fornitori rappresentano una problematica estremamente rilevante, perché incide sia sul livello di servizio offerto che sull'efficienza gestionale condizionando i possibili scenari di sviluppo del comparto ittico all'interno del canale.

Gli acquisti di pesce fresco nella GDO europea sono effettuati prevalentemente in modo centralizzato (78,7%), evidenziando come il maggiore peso della distribuzione moderna, più strutturata, stimoli sempre più la ricerca di efficienze gestionali connesse alla maggiore dimensione.

Da una indagine effettuata presso responsabili della GDO, per singolo Paese oggetto di indagine, emerge un quadro differenziato in funzione di una presenza più o meno forte della grande distribuzione e dell'esistenza di centri di produzione.

Mentre in Francia, Spagna e Germania, dove il peso delle grandi insegne è maggiore, **gli acquisti di prodotti ittici freschi sono essenzialmente centralizzati** (78,7%), in Italia gli stessi sono effettuati prevalentemente a livello locale (57,6%) a causa di una maggiore capillarità territoriale dei centri di produzione.

Rispetto al fresco, che rappresenta il prodotto di maggior consumo in assoluto, si conferma che nel mercato italiano, la polverizzazione dei fornitori ostacola la modernizzazione e le tecnologie di confezionamento.

Il sistema di offerta della GDO stimola i responsabili degli acquisti a definire un mix differenziato di prodotti ittici, che possa soddisfare le diverse esigenze della clientela. Il fresco si combina con il conservato, il congelato e il surgelato - trasformato o meno – in funzione delle abitudini e dei livelli di consumo nei singoli Paesi.

A livello aggregato, i quattro Paesi oggetto di indagine, fanno emergere una netta prevalenza per le specialità ittiche fresche (46,5%), confermando il rapido sviluppo degli spazi dedicati alla vendita del pesce fresco all'interno della GDO.

E' interessante osservare, come sia maggiore il peso riconosciuto negli acquisti al congelato e surgelato trasformato (30% circa) rispetto a quello attribuito al congelato e surgelato non trasformato (15% circa).

Si premiano le tipologie di prodotto che attraverso un primo processo di lavorazione hanno un maggiore contenuto di servizio per il cliente finale (prodotti puliti e/o semi preparati).

La stessa domanda di maggiore contenuto di servizio la si ritrova al banco del fresco, dove gli addetti alle vendite di cortesia e competenza si concretizza non solo nella modalità di relazione con la clientela, ma anche nell'intervento nelle fasi di pulizia e preparazione del pesce fresco per renderlo più facilmente fruibile.

La stessa indagine fra i referenti della GDO di Italia, Francia, Germania e Spagna, ha permesso di fare il punto sui fattori strategici per i fornitori di prodotti ittici che vogliono avere accesso al mondo della grande distribuzione.

Nel quadro delle criticità che la GDO si trova ad affrontare nell'approvvigionamento dei prodotti, la capacità di garantire la qualità delle specialità ittiche costituisce il fattore di maggiore rilevanza nella valutazione del fornitore. Più in generale, tuttavia, tutti gli elementi che contribuiscono alla definizione del pacchetto di offerta proposto dal distributore ai suoi clienti, assumono una valenza strategica, in quanto migliorano la capacità di qualificare

e/o differenziare la proposta commerciale. In tal senso qualità, prezzo e varietà dell'offerta costituiscono le componenti essenziali sulle quali costruire un rapporto di fornitura duraturo che si materializza attraverso l'individuazione del livello di servizio, dell'affidabilità, della flessibilità dell'offerta e delle condizioni di pagamento. La politica scelta dal distributore per presidiare e sviluppare la sua clientela pertanto, diventa estremamente rilevante per i fornitori di prodotti ittici che devono investire sul canale GDO creando un sistema di relazione commerciale integrato.

La moderna distribuzione vuole interfacciarsi con interlocutori strutturati, capaci di soddisfare le esigenze complesse della offerta, in termini di quantità e qualità, disponibili a produrre nell'ottica dell'integrazione del processo di acquisizione e di commercializzazione del prodotto ittico.

In questo quadro di generale favorevole attesa per lo sviluppo del comparto ittico all'interno della GDO, si registra un forte interesse per offerte ittiche a maggiore contenuto di servizio, che permettano una maggiore valorizzazione del prodotto di base.

Il 74,5% del campione di referenti della GDO ha dichiarato, un interesse verso nuove offerte ittiche a maggiore contenuto di servizio, quali, ad esempio, i pesci puliti, preconfezionati in atmosfera protettiva e/o semipreparati.

In particolare in Italia si è avuta la risposta più favorevole con un giudizio d'interesse manifestato da poco più dell'85% degli intervistati.

Del resto la clientela della GDO italiana è molto sensibile a iniziative che possano migliorare - nel rispetto delle caratteristiche di freschezza e salubrità del prodotto – la *shelf-life* del pesce fresco e favorirne un più facile commercio. Il giudizio positivo espresso in generale in tutti i Paesi oggetto di indagine, testimonia anche l'attenzione del distributore moderno per alcune soluzioni che possono avere un risvolto di ottimizzazione dei costi della

struttura distributiva, arricchendo e/o differenziando l'offerta al cliente finale.

Così, ad esempio, nel caso della commercializzazione di prodotti freschi puliti e/o filettati confezionati in atmosfera protettiva, oltre al vantaggio per il cliente che riceve un prodotto a maggiore valore aggiunto – rispetto al quale è disponibile a riconoscere un maggiore onere in termini di prezzo - si presenta l'opportunità per il distributore di offrire il prodotto fresco senza istituire il banco apposito, mentre si può allargare, conseguentemente, l'offerta anche alle strutture più piccole del dettaglio moderno.

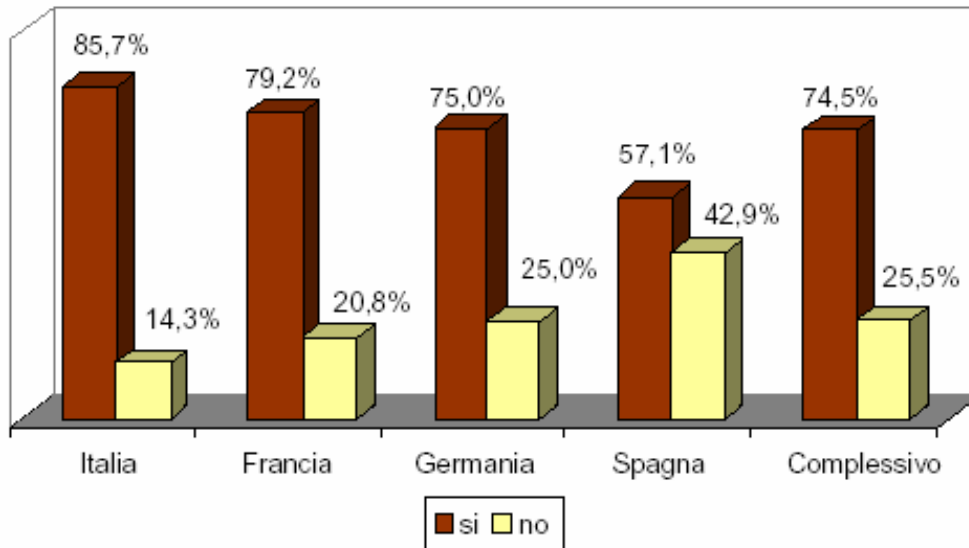
Meno netto è l'interesse invece manifestato dai responsabili della GDO per quelle offerte di prodotti ittici che tutelino la qualità e le specificità delle aree di provenienza del pesce attraverso, ad esempio, marchi di riconoscibilità, certificazioni di qualità, certificazione di pesce biologico. Infatti, solo il 55,9% degli intervistati ha espresso un interesse potenziale verso tali forme di innovazione.

Analizzando però nel dettaglio le risposte dei referenti della GDO dei singoli Paesi, l'Italia si conferma il paese a maggiore attenzione per le problematiche connesse alla garanzia e alla tracciabilità del prodotto.

Tale sensibilità è meno accentuata in Germania e Spagna e, addirittura, in Francia prevale la quota di buyer che non vedono un particolare interesse di mercato verso tali forme di differenziazione del prodotto. (Tabella 11).

Tabella 11

Interesse verso nuove offerte ittiche a maggiore contenuto di servizio



In conclusione, vale la pena sottolineare che nello scenario appena descritto si vanno consolidando dei nuovi modelli commerciali in cui la GDO acquista un ruolo sempre maggiore.

Il comparto ittico all'interno della GDO europea è in una fase di sviluppo, e ciò porta a delineare un nuovo equilibrio tra gli attori della filiera, impegnati a presidiare in modo più efficace il proprio *business*, e orientati a raggiungere i propri obiettivi focalizzandosi sull'incremento di valore per il cliente.

Il ricorso ai prodotti di importazione deve essere considerato, oramai, una esigenza causata da fattori oggettivi.

E' parimenti, necessario garantire la provenienza dei prodotti da soggetti affidabili oltre che a potenziare la catena del valore dei prodotti adottando le tecnologie e l'innovazione che il consumatore nazionale ed europeo apprezzano maggiormente.

Il mondo della produzione, spinto dalle opportunità di crescita dei consumi e dallo sviluppo di stili alimentari più moderni potrebbe essere, quindi, propenso a fare ricorso massicciamente a prodotti di importazione, spesso

meno costosi e di qualità inferiore. Bisogna, invece, rimanere nel solco di una tradizione e di un gusto autoctoni da internazionalizzare.

Il dettaglio moderno, nel tentativo di rafforzare la propria posizione competitiva e fidelizzare la clientela, chiede uno sforzo ai soggetti impegnati a monte nella filiera ittica, per migliorare e presidiare il livello qualitativo del prodotto offerto, puntando a definire un mix di offerta a maggiore valore aggiunto.

Si sviluppa, pertanto, un rapporto più integrato tra distribuzione e fornitori di specialità che, in alcuni casi, potrebbe configurare una maggiore dipendenza dalla GDO, ma che non lo è nella misura in cui il fornitore conquista parte del valore generato nel processo di commercializzazione.

Questa integrazione assume ulteriore rilievo, se si tiene debitamente in conto che l'aumento della quota di mercato della GDO nella distribuzione di specialità ittiche, comporta la penalizzazione del commercio tradizionale al dettaglio e, di conseguenza, l'indebolimento della posizione dei mercati generali e dei grossisti. Prima di definire lo scopo del nostro progetto di internazionalizzazione nel settore ittico, è necessario ancora analizzare, a livello macro, i flussi commerciali mondiali che riguardano i prodotti ittici.

Seppure, difatti, l'Europa rappresenti un'area importante per il mercato mondiale del pesce, nel contesto internazionale vi sono altre aree di notevole importanza, che interagiscono con l'Europa e condizionano i flussi delle merci e il settore.

4 Paesi e fattori di interesse che agiscono sui flussi del commercio internazionale

L'analisi prende in esame quei mercati che possono influire in modo significativo sulla catena del valore del prodotto ittico, in ognuna delle attività che riguardano il settore.

Il grado di approfondimento dell'analisi si limita, in questa fase, alle informazioni necessarie a stabilire la strategia per l'internazionalizzazione

del nostro sistema di imprese intesa come: importazioni, esportazioni, specificità dei vari Paesi con i quali stabilire rapporti e collaborazioni utili per il raggiungimento dello scopo del progetto.

4.1 Importazioni, esportazioni, peculiarità pertinenti l'analisi internazionale

Nel quadro internazionale degli scambi dei prodotti ittici continua ad assumere una crescente evidenza il contributo dell'acquacoltura.

Confrontando i dati del 2001 (ultimi disponibili) attinenti la quota offerta dall'allevamento sulla produzione ittica totale, si osserva che dalla originaria percentuale del 13% propria degli anni novanta, si è passati al 29% circa.

La Cina è il paese maggiore produttore, seguono a notevole distanza Perù e India.

Questi Paesi sono ai primi posti anche per le esportazioni; troviamo poi in ordine decrescente per valore: Norvegia, USA, Canada, Danimarca, Cile, Taiwan e Vietnam. I maggiori esportatori di gamberi rimangono: Thailandia, Vietnam e Brasile.

I maggiori importatori di prodotti ittici sono i Paesi maggiormente sviluppati (80% del totale) ordinati come di seguito: Giappone, USA, Spagna; Francia, Italia, Germania, Inghilterra.

Fra pescato e prodotti di acquacoltura l'UE nel 2001 acquistava il 35% del totale mondiale delle importazioni e rappresenta il maggior mercato per il fresco e il congelato in particolare. L'UE importa prevalentemente da tre aree: oriente (India e Thailandia), America (Argentina, Cile, Brasile e Ecuador), altri (Norvegia, Islanda, Groenlandia, Russia, USA, Cina Giappone).

Ovviamente fra gli altri fornitori vanno citati molti Paesi in via di sviluppo (soprattutto africani), i cui dati ufficiali relativi alle stesse esportazioni, tuttavia, risultano spesso carenti. In compenso può sostenersi che, proprio dai Paesi Terzi – anche meno sviluppati – è stato registrato un progressivo flusso esportativo

verso il mercato europeo; spedizioni di prodotto fresco, in particolare a motivo dell'espansione dei trasporti (sia marittimi che aerei) a costi più accessibili, attraverso le cosiddette tariffe *cargo*.

Nel campo opposto – vale a dire dei flussi dall'UE verso gli altri Paesi – si nota una diminuzione del prezzo medio all'esportazione (nel 2001 circa due punti percentuali in meno) e, ciò, nonostante la crescita dei volumi in movimento. Questo spiega in parte il fatto che nel 2001 siano pervenuti dai Paesi Terzi ben 4/5 dei 5 milioni di tonnellate di prodotti ittici necessari per il consumo interno della Comunità.

Indipendentemente dall'influenza negativa esercitata dalla crisi mondiale del settembre 2001, la dinamica degli scambi dei prodotti in argomento nell'UE con i Paesi Terzi, ha fatto registrare un ulteriore peggioramento nel 2002, soprattutto in valore; del resto, già a partire dal 1996-97 e fino al 2001 il deficit della bilancia commerciale dell'UE era peggiorato per la sfavorevole dinamica dei prezzi.

La crescita in volume del 6% circa, rispetto all'anno precedente delle importazioni del 2001, anche se accompagnata da un aumento del flusso esportativo, ha continuato a confermare la netta dipendenza nei confronti dell'estero, peraltro aggravata dall'aumento del prezzo medio di acquisto man mano registratosi. La conferma deriva anche dal fatto che l'UE, contro le sue esportazioni in massima parte di pesce fresco verso detti Paesi, importa quasi il 30% di molluschi e crostacei freschi, congelati, secchi e salati che, notoriamente, hanno sul mercato internazionale un valore maggiore.

In linea generale può sostenersi che a tutt'oggi persiste questa situazione, anche a motivo del valore dell'euro, nel quale la discrepanza negli scambi svolti con i Paesi Terzi, appare doppiamente svantaggiosa. Da una parte, infatti, persiste il peso del volume delle importazioni già sopra citato (che oscilla in media tra il 60% ed il 70%) e, dall'altra, la tipologia dei prodotti stessi che risulta a favore dell'estero in quanto, per buona parte, a più alto valore unitario. Il disavanzo si

ripete anche nel caso delle importazioni dai Paesi terzi di prodotti ittici non ledibili (gli olii e le farine) che, ancorché in diminuzione quanto a volume rispetto agli anni precedenti, oggi richiedono un maggiore esborso in valore.

4.2 Brevi cenni sugli scambi riguardanti altri Paesi europei

Secondo gli esperti, nell'Unione dei 25 il problema degli scambi con altri Paesi europei appare destinato ad accentuarsi in senso peggiorativo. Se si escludono, intanto, i favorevoli consumi di prodotti ittici per persona, valutati nel 2002 intorno ai 59 kg in Lituania ed ai 50 kg circa nell'isola di Malta, in ben cinque altri Paesi la media oscilla intorno ai 15 kg. I restanti tre Paesi Slovenia, Slovacchia e Ungheria, hanno un consumo per persona che supera, in media, appena i 5 kg. Citare questi dati è importante anche perché la maggior parte dei Paesi in esame, fino ad oggi, non riesce a soddisfare la richiesta interna e già presentano un saldo negativo – sia in valore che in volume – se si escludono le sole Lettonia ed Estonia; in questi due ultimi Paesi, tra prodotti della pesca e dell'acquacoltura, si riesce ad ottenere un avanzo commerciale.

4.3. - Le importazioni in Italia

Rispetto agli altri Paesi dell'UE, l'Italia si diversifica per un tipo d'importazione più varia, anche se prevalgono i flussi in entrata di molluschi e di pesce fresco e congelato.

Rimane il fatto che, fra tutti gli Stati dell'Unione Europea, il nostro Paese ha registrato nell'intero 2005 la maggiore subordinazione commerciale dall'estero, con un disavanzo pari a circa due miliardi e 400 milioni di euro. Nel periodo gennaio-ottobre 2006 il disavanzo è continuato ad aumentare, di circa 200 milioni di euro, rispetto all'analogo periodo del 2005. (Tabella 12).

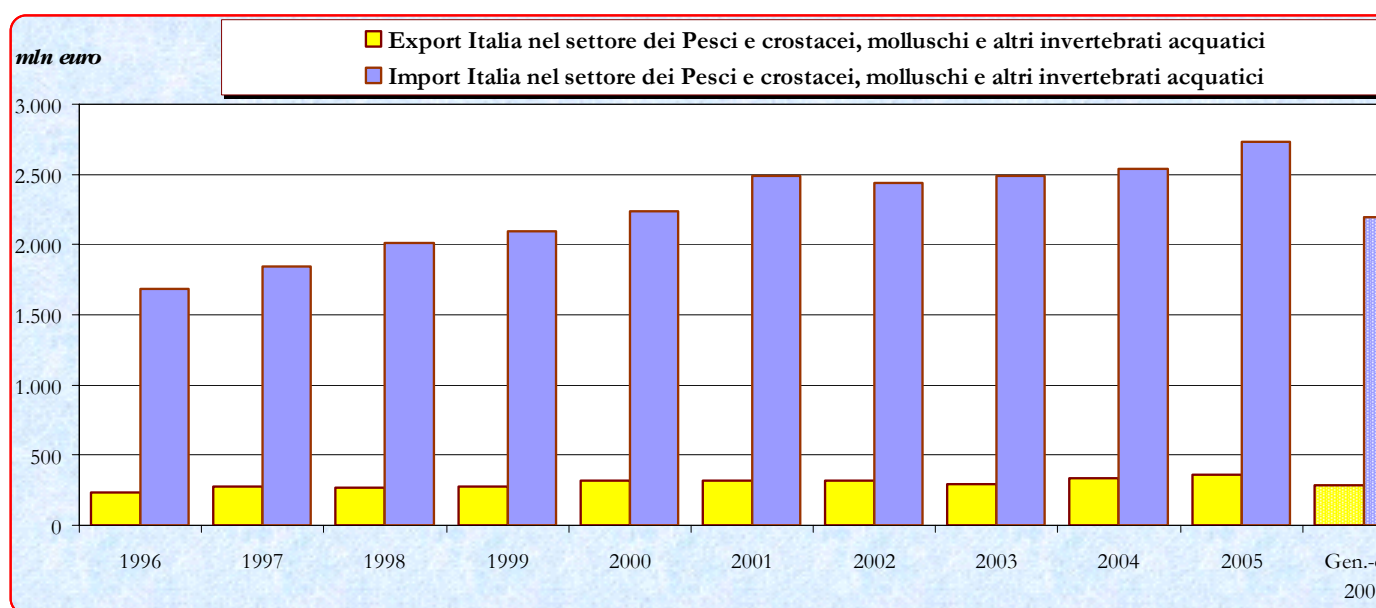
INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELL'ITALIA NEL SETTORE DEI PESCI E CROSTACEI, MOLLUSCHI E ALTRI INVERTEBRATI ACQUATICI
(valori in milioni di euro)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Gen.-o- 2005
Export Italia	234	273	265	274	320	322	316	293	332	361	283
% su export totale Italia	0,12	0,13	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,11	0,12	0,12	0,12
Variatione % rispetto al periodo precedente	-1,1	16,8	-3,0	3,6	16,5	0,7	-1,7	-7,4	13,4	8,5	
Import Italia	1.686	1.842	2.014	2.091	2.235	2.485	2.436	2.493	2.538	2.729	2.198
% su import totale Italia	1,02	1,00	1,03	1,01	0,86	0,94	0,93	0,95	0,89	0,88	0,88
Variatione % rispetto al periodo precedente	-0,4	9,3	9,3	3,8	6,9	11,2	-2,0	2,3	1,8	7,5	
Saldi	-1.452	-1.569	-1.749	-1.817	-1.915	-2.163	-2.120	-2.200	-2.205	-2.368	-1.915
Saldi normalizzati ⁽¹⁾	-75,6	-74,2	-76,8	-76,8	-75,0	-77,1	-77,0	-79,0	-76,8	-76,7	-77,2

⁽¹⁾ Il saldo normalizzato è il rapporto percentuale tra il saldo e la somma delle esportazioni e delle importazioni

I dati del 2006

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico su dati ISTAT



Le maggiori importazioni hanno riguardato i molluschi ed i crostacei, con un'incidenza sul totale dei prodotti pari a oltre il 43%; questi due stessi prodotti hanno fatto registrare, peraltro, un peggioramento della nostra bilancia commerciale. (Tabella 13).

Tabella 13

IMPORTAZIONI IN ITALIA NEL SETTORE ITTICO SUDDIVISE PER PRODOTTI

(valori in milioni di euro)

	2004	2005	Variazione % 2005 / 2004	Gen.-ott. 2005	Gen.-ott. 2006	Variazion 2006 / 2005
Merci del capitolo 03 al di sotto della soglia di assimilazione	89	81	-9,5	64	58	-8,5
Pesci, vivi	23	24	7,2	18	22	21,2
Pesci, commestibili, freschi o refrigerati (escl. filetti di pesce e di altra carne di pesci della voce 0304)	522	560	7,4	459	484	5,4
Pesci, congelati, commestibili (escl. filetti di pesce e altra carne d ipesce della voce 0304)	217	234	8,2	199	212	6,6
Filetti di pesci e altra carne di pesci, anche tritata, freschi, refrigerati o congelati	325	376	15,7	308	349	13,5
Pesci commestibili, secchi, salati o in salamoia; pesci commestibili, affumicati, anche cotti prima o durante l'affumicatura; farine, polveri e agglomerati in forma di pellet di pesci, atti all'alimentazione umana	272	272	0,1	200	209	4,4
Crostacei commestibili, anche sgusciati, vivi, freschi, refrigerati, congelati, secchi, salati o in salamoia, incl. crostacei non sgusciati, precedentemente cotti in acqua o al vapore; farine, polveri e agglomerati in forma di pellet di crostacei, atti al	476	516	8,4	406	492	21,1
Molluschi commestibili, anche separati dalla loro conchiglia, vivi, freschi, refrigerati, congelati, secchi, salati o in salamoia, incl. invertebrati acquatici, diversi dai crostacei e dai molluschi, nonchè farine, polveri e agglomerati in forma di pellet	615	665	8,1	544	584	7,2

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico su dati ISTAT

Si può aggiungere che, proprio nel caso dei citati molluschi e crostacei, la maggior parte dei flussi in entrata resta legata alle preferenze del consumo interno, che evidentemente predilige specie non presenti nei nostri mari. In questa stessa voce assume importanza l'approvvigionamento estero di tonno da sottoporre alla trasformazione industriale, e le specie del pescato provenienti dal nord Atlantico. Com'è noto, queste ultime, ormai da decenni, costituiscono – con i vari filetti di sogliole, di merluzzo e di platessa – un autentico punto di

riferimento per i gusti del consumatore interno. Vengono di seguito, le importazioni di pesci freschi e refrigerati con poco più del 20%.

Si evidenziano nella tabella che segue (tabella 14) i saldi commerciali del settore suddivisi per prodotti.

Tabella 14

SALDI COMMERCIALI DELL'ITALIA NEL SETTORI ITTICO SUDDIVISI PER PRODOTTI

(valori in milioni di euro)

	2004	2005	Variaz. assoluta 2005 / 2004	Gen.-set. 2005	Gen.-set. 2006	Variaz. assoluta 2006 / 2005
Merci del capitolo 03 al di sotto della soglia di assimilazione	-67	-61	6	-48	-43	5
Pesci, vivi	-9	-7	2	-6	-4	2
Pesci, commestibili, freschi o refrigerati (escl. filetti di pesce e di altra carne di pesci della voce 0304)	-411	-430	18	-356	-373	16
Pesci, congelati, commestibili (escl. filetti di pesce e altra carne di pesce della voce 0304)	-188	-208	20	-178	-194	15
Filetti di pesci e altra carne di pesci, anche tritata, freschi, refrigerati o congelati	-308	-359	51	-294	-332	38
Pesci commestibili, secchi, salati o in salamoia; pesci commestibili, affumicati, anche cotti prima o durante l'affumicatura; farine, polveri e agglomerati in forma di pellet di pesci, atti all'alimentazione umana	-266	-261	5	-191	-196	5
Crostacei commestibili, anche sgusciati, vivi, freschi, refrigerati, congelati, secchi, salati o in salamoia, incl. crostacei non sgusciati, precedentemente cotti in acqua o al vapore; farine, polveri e agglomerati in forma di pellet di crostacei, atti al	-437	-476	39	-373	-453	80
Molluschi commestibili, anche separati dalla loro conchiglia, vivi, freschi, refrigerati, congelati, secchi, salati o in salamoia, incl. invertebrati acquatici, diversi dai crostacei e dai molluschi, nonchè farine, polveri e agglomerati in forma di pellet	-518	-566	48	-468	-490	22

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico su dati ISTAT

Ovviamente, sulla consistenza del bilancio negativo in valore hanno inciso – come sempre – le diverse quotazioni di mercato indipendentemente dal volume.

Sulle possibilità di contenere entro limiti meno gravosi la massa dei flussi delle importazioni, gli esperti ribadiscono l'opportunità di insistere sulla riqualificazione della maggior parte del pescato nazionale, compresi i prodotti d'acquacoltura; tale comparto, nel complesso certamente sottovalutato quanto ad importanza commerciale, presenta, invece, tutti i necessari requisiti di valore alimentare e gastronomico; (in questo caso si allude, oltre che al cosiddetto *pesce*

azzurro, anche alle produzioni acquicole capaci di offrire sufficienti garanzie di sanità e di valore commerciale).

Le principali aree di importazione corrispondono ai Paesi fornitori delle seguenti specie non mediterranee, come già evidenziato nelle tabelle sui principali paesi clienti e fornitori:

- **molluschi e crostacei: Asia**
- **merluzzi, platessa e sogliole: Nord Atlantico e Mare Artico.**

Le predette aree rappresentano, spesso, anche mercati di sbocco per i nostri prodotti.

4.4 - Le esportazioni italiane

Le esportazioni nazionali negli ultimi hanno fatto registrare alcuni dati favorevoli dovuti al cospicuo aumento del valore medio unitario dei diversi prodotti. (Tabella 15).

Per quanto riguarda in particolare la tipologia merceologica i pesci freschi e refrigerati sono da considerarsi la voce principale del nostro export anche in misura non significativa.

Tabella 15

ESPORTAZIONI DELL'ITALIA NEL SETTORE ITTICO SUDDIVISE PER PRODOTTI

(valori in milioni di euro)

	2004	2005	Variazione % 2005 / 2004	Gen.-ott. 2005	Gen.-ott. 2006	Variazione % 2006 / 2005
Merci del capitolo 03 al di sotto della soglia di assimilazione	22	20	-10,5	16	15	-4,1
Pesci, vivi	13	17	26,8	12	18	52,1
Pesci, commestibili, freschi o refrigerati (escl. filetti di pesce e di altra carne di pesci della voce 0304)	110	131	18,6	103	111	8,3
Pesci, congelati, commestibili (escl. filetti di pesce e altra carne di pesce della voce 0304)	29	26	-8,9	21	19	-11,2
Filetti di pesci e altra carne di pesci, anche tritata, freschi, refrigerati o congelati	17	17	-0,2	14	17	28,2
Pesci commestibili, secchi, salati o in salamoia; pesci commestibili, affumicati, anche cotti prima o durante l'affumicatura; farine, polveri e agglomerati in forma di pellet di pesci, atti all'alimentazione umana	6	11	90,6	9	12	43,9
Crostacei commestibili, anche sgusciati, vivi, freschi, refrigerati, congelati, secchi, salati o in salamoia, incl. crostacei non sgusciati, precedentemente cotti in acqua o al vapore; farine, polveri e agglomerati in forma di pellet di crostacei, atti all'alimentazione umana	39	40	3,8	33	39	17,4
Molluschi commestibili, anche separati dalla loro conchiglia, vivi, freschi, refrigerati, congelati, secchi, salati o in salamoia, incl. invertebrati acquatici, diversi dai crostacei e dai molluschi, nonché farine, polveri e agglomerati in forma di pellet di invertebrati acquatici, diversi dai crostacei, commestibili	97	99	2,3	77	94	22,4

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico su dati ISTAT

E' bene sottolineare che iniziative interne tese a valorizzare il nostro pesce, sono riuscite in parte a limitare i flussi in entrata del prodotto fresco, sia attraverso un'accorta e fruttuosa pubblicità del nostro pescato, sia incrementando lo sviluppo e l'efficacia della rete produttiva e distributiva nel paese.

Concludendo, i flussi in esportazione hanno fatto registrare migliori entrate nonostante il calo delle quantità.

La tendenza all'aumento dei consumi e l'andamento decrescente delle nostre riserve ittiche, spingono al primo posto delle priorità socio-economiche del settore il nostro mercato interno.

La nostra tradizione alimentare è attenta alla qualità ed alla tracciabilità dei prodotti. Questa caratteristica si accompagna alla preferenza degli italiani per i piatti tipici della nostra cucina.

Se come i dati dimostrano il consumo è in continuo aumento, è evidente che il problema non riguarda la vendita di prodotti ittici, bensì, risiede nella capacità delle nostre imprese di sapersi organizzare e strutturare in maniera tale da:

- 1. acquistare risorse dall'estero tracciabili;**
- 2. trasformare il prodotto secondo la nostra tradizione e aggiungendo valore;**
- 3. distribuire il prodotto ai clienti che lo apprezzano.**

Riassumendo, le nostre imprese devono soddisfare, innanzitutto, la domanda nazionale e le tradizioni alimentari per poi valorizzarle e renderle al più presto fruibili sui mercati esteri che apprezzano i prodotti mediterranei, che sono nell'ordine quelli europei, quelli nord-americani e quello giapponese.

CAPITOLO II – Lo studio di pre fattibilità

2.1 – Strategia di settore e alcune linee guida

L'analisi dei flussi commerciali internazionali ha messo in evidenza che i maggiori mercati di consumo, fra i quali l'Italia, coincidono con i Paesi più evoluti.

I forti consumi di ognuno di questi Paesi sono resi possibili da massicce importazioni di prodotti freschi e congelati.

La forte competizione sui mercati di approvvigionamento, porta con se la lievitazione dei prezzi e la crescente volontà dei fornitori di vendere prodotti a maggior valore aggiunto. **Caratteristica dei flussi internazionali è la continua crescita della domanda e una progressiva limitazione delle risorse mondiali. I Paesi evoluti come il nostro, reagiscono a questa tendenza operando su tre direttrici:**

- **assicurare gli approvvigionamenti esteri consolidando le fonti di materia prima;**
- **aumentare l'acquacoltura;**
- **incrementare valore e fruibilità del prodotto per un mercato internazionale.**

Non vi sono ragioni, a nostro avviso, per modificare queste direttrici sulle quali si baserà la strategia di filiera internazionale della nostra aggregazione di imprese.

2.2 Lo scopo del progetto per le imprese del territorio

Lo scopo del progetto di internazionalizzazione, in sintonia con le attitudini e le risorse produttive del territorio, si identifica con il fare assumere alle imprese aggregate dello stesso territorio, un ruolo stabile nei flussi di commercio internazionali.

Il gruppo che verrà costituito, deve poter assumere il ruolo di interlocutore qualificato per i *buyer e i supplier* internazionali.

Il gruppo può esser costruito in fasi successive: mano a mano che il progetto si sviluppa, il medesimo si deve poter integrare e/o relazionare con tutte quelle attività che a monte e a valle della filiera influenzano la catena del valore e i flussi commerciali internazionali dei prodotti e per le attività sotto elencate che sono, nell'ordine:

- fresco mediterraneo;
- preparati dell'alimentazione tipica regionale italiana e mediterranea;
- prodotti integrativi dell'offerta di base, ma con garanzia di processo italiana;
- servizi e attività ausiliarie offerte sul mercato da un gruppo di livello internazionale.

2.3 - L'orizzonte potenziale della produzione italiana e le aree di possibile espansione

Tra le linee di prodotti che per esigenze diverse le nostre imprese devono comprendere nella loro offerta complessiva ai diversi canali distributivi (GDO, grossisti, negozi, Horeca), i prodotti mediterranei occupano un posto di rilievo.

Detti prodotti dovrebbero costituire la linea principale di forniture da sviluppare secondo la tradizione italiana e mediterranea.

Ciò, poiché il pescato del mediterraneo possiede una sua caratteristica microclimatica, che deve costituire un primo oggetto di distinzione della immagine del gruppo di imprese. Purtroppo molte specie, una volta ampiamente disponibili nel mediterraneo, sono sparite, protette e/o ridotte al solo consumo di rarità locali.

Per questa ragione oggi diventa necessario approvvigionarsi anche altrove, pur di conservare le tradizioni e soddisfare richieste particolari.

Le altre linee di prodotti “non mediterranei”, da comprendere nella offerta del gruppo, riguardano specie che rientrano nella tradizione dei consumi alimentari mediterranei con i quali preparare ricette tipiche regionali ed integrare l’offerta per particolari distributori o clienti.

I flussi commerciali che riguardano i mercati mondiali del pesce sono stati sufficientemente commentati in precedenza. Dalle risultanze dell’analisi dei flussi commerciali, le aree estere di maggior interesse per l’insediamento di unità di internazionalizzazione sono oggi nell’ordine:

- l’Italia e l’Europa per l’approvvigionamento di specie mediterranee e la distribuzione;
- l’Africa del Nord e il Medio Oriente, idem come sopra;
- l’Europa e il Nord Atlantico per le specie nordiche e la distribuzione;
- Il Nord America e il nord Atlantico , idem come sopra;
- l’Asia e il Giappone per i crostacei e la distribuzione.

La prima fase del progetto di internazionalizzazione della filiera ittica dovrà porsi l’obiettivo di consolidare la produzione di specie mediterranee e di predisporre la distribuzione nei due mercati prioritari (Europa e Nord Africa).

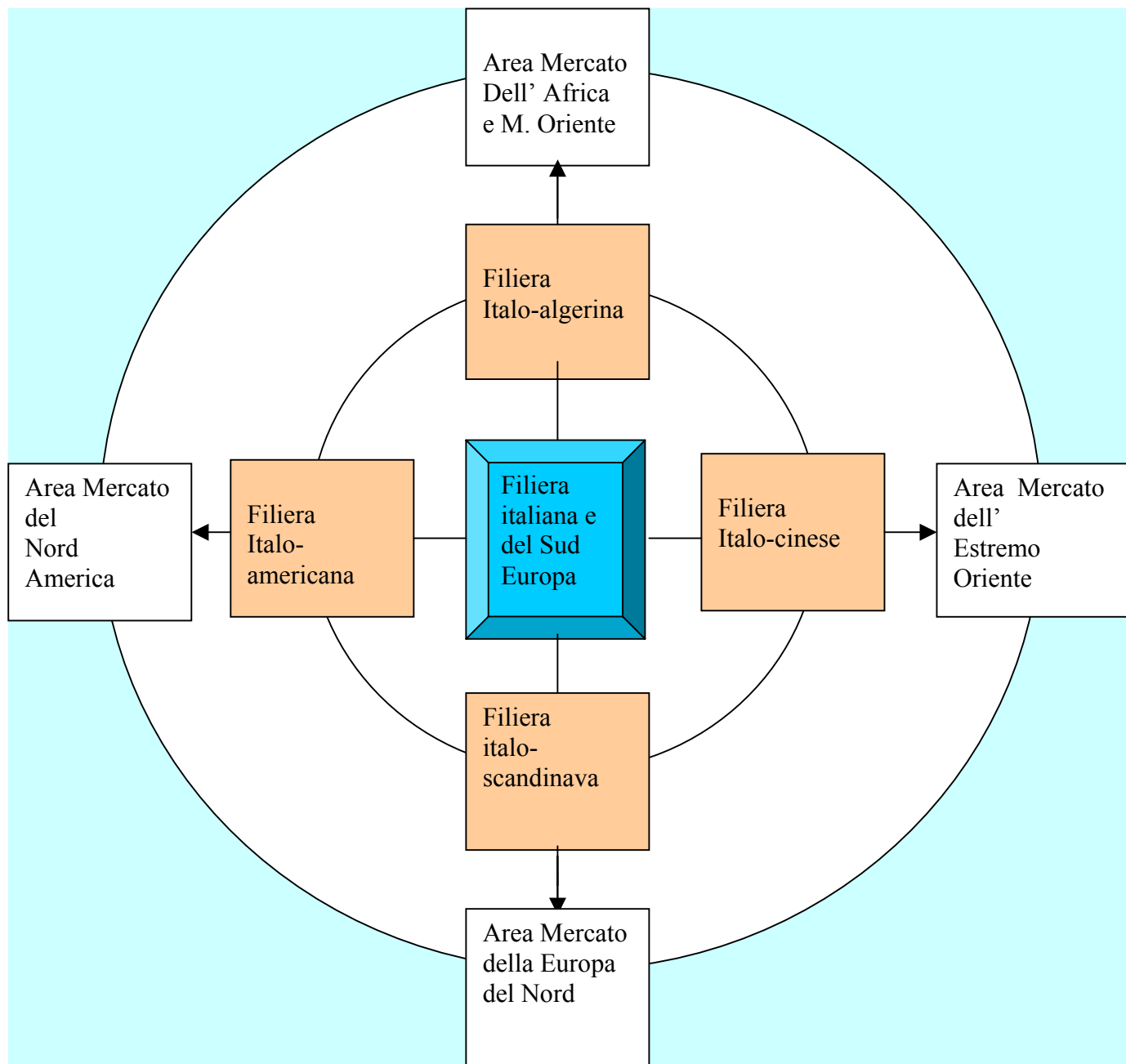
La presenza di attività produttive nelle aree di cui sopra permetterà di concentrare gli sforzi principalmente nello sviluppo tecnologico del prodotto per le specie tipiche mediterranee.

L’enfasi verrà posta sulla produzione di alimenti tipici freschi e trasformati di fascia medio-alta per i mercati prioritari.

Per i mercati esteri più lontani (Asia e Nord America), in questa prima fase, gli scambi dovrebbero, invece, riguardare soltanto mercati di nicchia e catene esclusive.

La figura 1 illustra il possibile sviluppo internazionale di medio-lungo termine del progetto,

Fig.1–MAPPA DEL PROGETTO INTERNAZIONALE



2.4 – Attivazione del processo di internazionalizzazione e fasi di sviluppo del progetto

Occorre sottolineare che l'internazionalizzazione di PMI aggregate a sistema, oggetto di questa iniziativa, è una modalità di internazionalizzazione non ancora

supportata da un dispositivo tecnico finanziario agevolativo specifico per detta fattispecie.

L'azione pilota di Tutoraggio, cofinanziata dai Fondi Strutturali Comunitari, intende stimolare il dibattito orientandolo verso l'opportunità di attivare strumenti pubblico-privati “*ad-hoc*” per il sostegno alla definizione e realizzazione di strutture internazionali per gruppi di PMI aggregate e innovative.

lo studio di prefattibilità, di cui al presente documento, mira a verificare una idea progettuale per l'internazionalizzazione della filiera ittica basata su una ipotesi operativa confrontata e concordata con un panel di operatori delle Regioni Obiettivo 1.

L'enfasi è, pertanto, posta sulla definizione e condivisione dell'idea progettuale in quanto si ritiene che essa costituisca una delle principali condizioni per avviare una collaborazione duratura tra più imprese.

Come verrà illustrato in dettaglio nei paragrafi successivi, per eseguire lo studio di pre-fattibilità si è seguita seguente metodologia:

- si sono analizzate le attività di processo e i Paesi esteri in grado di condizionare la catena del valore dei prodotti che formeranno oggetto dell'attività del progetto;
- sono state, quindi, identificate le singole attività produttive in relazione alle opportunità presenti nel Paese estero prescelto;
- sono stati individuati i criteri di selezione delle imprese dell'Obiettivo 1 che formeranno il raggruppamento;
- attraverso il confronto con le imprese sono stati identificate e condivise le condizioni tecniche, economiche ed risorse umane necessarie per i primi investimenti;
- è stata elaborata una proposta operativa che p stata trasmessa alle autorità pubbliche nel Paese etereo identificato (Algeria).

Occorre, inoltre, considerare che una iniziativa fondata sull'aggregazione di imprese costringe le medesime ad una collaborazione che, spesso, viene vissuta, specie inizialmente, fra potenziali concorrenti.

Deve essere sottolineato che il supporto tecnico-istituzionale, in qualità di super partes attuato nell'ambito dell'azione di Tutoraggio, ha favorito la collaborazione progettuale tra le imprese nella fase iniziale.

L'attivazione del progetto può avvenire,, inizialmente, delegando selezionate attività (es. prevedendo che le stesse imprese partecipanti forniscano inizialmente i servizi comuni alla produzione quali: fornitura di materiali e servizi ai produttori minori, movimentazione in mare e a terra, formazione del personale, logistica, distribuzione).

In una fase successiva le stesse imprese produttive costituiranno una nuova società per la gestione dei servizi comuni ai produttori che, oltre ai servizi per i singoli, sviluppi il progetto e l'attività di gruppo.

Le fasi di realizzazione del progetto potrebbero essere suddivise come segue:

- fase 1: costituzione della filiera produttiva italo-algerina del settore ittico allargato
- fase 2 : costituzione di una società di servizi internazionali per le imprese italiane e algerine con certificazione unica di prodotto. Allargamento verticale e orizzontale dei processi e dei prodotti
- fase 3: costituzione di filiali all'estero e realizzazione di collaborazioni per la commercializzazione e lo scambio di innovazioni e attività connesse con lo sviluppo internazionale dei prodotti del gruppo.

2.5 – La scelta del Paese estero: l'Algeria

2.5.1 Il settore ittico algerino

Dall'analisi attuale della situazione si rileva che il consumo di pesce per abitante in Algeria (5-6 kg.) è assolutamente basso.

Se la produzione raggiungesse il massimo delle potenzialità utilizzabili senza rompere l'equilibrio riproduttivo, vi sarebbe una disponibilità di solo il 50% superiore a quella attuale.

Calcolando anche il contributo della maricoltura in misura auspicabile, ma piuttosto difficile da realizzare (30%), il consumo annuo di pesce della popolazione potrebbe raggiungere circa 10 Kg. pro capite.

Se si considerano valide le medie dei consumi di Paesi evoluti (26 Kg.), è lecito attendersi che anche l'Algeria diventi presto un Paese fortemente importatore di pesce. Tale ipotesi è rafforzata dal fatto che, come nei Paesi pilota, le abitudini alimentari tendono a globalizzarsi, con la conseguenza che le tipologie di pesce e trasformati non mediterranei, faranno ingresso nella dieta alimentare popolare. Sarà allora che la collaborazione italo algerina proposta si renderà preziosa, perché predisposta per l'internazionalizzazione del settore.

Il mercato ittico algerino diverrà luogo di scambio collegato al più grande importatore mondiale, l'Europa, e specializzato nella valorizzazione del prodotto alimentare mediterraneo con l'Italia.

Con queste premesse è auspicabile che la produzione di pesce mediterraneo italo-algerino che si prevede di realizzare con la filiera nella prima fase del progetto (già fortemente richiesto dal mercato dei due Paesi) raggiunga il livello di qualità omogeneo preteso dai mercati internazionali.

Sulla base di tali considerazioni si ipotizza di costituire una piattaforma produttiva-distributiva in Algeria durante la prima fase del progetto.

Questa dovrà, in primo luogo, servire il mercato italiano e algerino ed essere, altresì, predisposta per lo sviluppo dei commerci internazionali di pesce, proveniente dai Paesi di approvvigionamento di specie non mediterranee e destinate all'area nord africana e al medio orientale.

Le prospettive di sviluppo delle iniziative ausiliarie e complementari alla filiera italo-algerina, (fig. 3) dovrebbero trovare sbocchi in loco e nei Paesi vicini.

Lo studio di fattibilità del progetto internazionale dovrà coprire la prima fase realizzativa e tracciare le direttrici per la seconda e la terza fase.

2.5.2 La necessità di presidiare gli approvvigionamenti di risorse

Le varietà di pesci che interessano gli approvvigionamenti delle nostre imprese sono di due tipi: quelle mediterranee e quelle di altri mari. I nostri mercati consumano in prevalenza specie mediterranee, ma sono ormai abituati anche a prodotti di specie e provenienze diverse: dal nord-atlantico, dall'oriente, dal sud-america e, per ora marginalmente, anche dall'Africa e da altri Paesi (Russia, Cile, Brasile) dai quali si importano fresco e congelato di varie tipologie.

La notevole frammentazione delle aziende di produzione italiane, non consente di contrattare le condizioni migliori rispetto ai grossi acquirenti. Questo problema sebbene di primaria importanza, potrà essere affrontato gradualmente, man mano che il gruppo di imprese acquisirà peso internazionale.

Nella fase iniziale le aziende italiane devono, pertanto, ricercare fornitori vicini con i quali collaborare per garantirsi continuità di provvista di prodotto mediterraneo fresco e congelato.

La collaborazione è possibile nel presupposto che le imprese miste della filiera siano parte di un sistema unico a conduzione italiana.

Le imprese italiane della filiera dovrebbero porsi quale obiettivo quello di acquisire una fornitura stabile pari a c.a il 3% del potenziale attuale di pesca e maricoltura algerino garantendo, contestualmente, la rispondenza dei prodotti alle esigenze del mercato italiano.

Il volume di affari originato dallo sviluppo della filiera nella prima fase, assicurerebbe l'economicità della gestione del gruppo di imprese.

Stante la situazione del mercato italiano e quella dei Paesi evoluti in generale, le imprese della filiera italo-algerina possono altresì acquisire, da imprese algerine esterne alla stessa anche materia prima di caratteristiche adeguate per la vendita sui nostri mercati.

Una indagine sui fattori produttivi dei Paesi a noi vicini (sud-est del mediterraneo), ha fatto emergere la preferenza per l'Algeria, per le seguenti ragioni:

- distanza minima via mare dalle regioni del Sud Italia;
- riserve ittiche non ancora sfruttate pienamente;
- politica di incentivazione agli investimenti nella pesca;
- sostegno allo sviluppo delle attività ausiliarie della pesca e dell'acquacoltura .

L'Algeria potrebbe, pertanto, essere il Paese con il quale avviare una collaborazione duratura per assicurare una provvista di specie mediterranee.

Per contro tale Paese ha trascorso un periodo difficile, aggravato da una errata politica di sviluppo, che ha causato un generale impoverimento del settore, oggi privo di strutture e di imprese efficienti.

Il governo locale è sottoposto a forti sollecitazioni, da parte di tutti i Paesi europei che si affacciano sul mediterraneo e, non solo perché esso rilasci concessioni e venda pescato. I piani di sviluppo di settore che il governo algerino ha varato, possono rappresentare una opportunità per le nostre imprese, interessate a realizzare investimenti durevoli e a collaborare per costituire una filiera di società miste di produzione e servizi, ma anche avviare insieme lo sviluppo di molte di quelle attività individuate nel programma algerino di sviluppo del settore ittico.

Ciò comporta però un impegno considerevole e di lungo periodo, per realizzare un progetto il cui successo dipende dalla collaborazione di tutte le imprese che vi partecipano, e dal sostegno delle rispettive istituzioni pubbliche.

2.5.3 Punti di forza/debolezza ed opportunità in Algeria

Punti di debolezza rilevati da indagini algerine nell'anno 2005

- Sfruttamento insufficiente del potenziale di pesca (70 – 80% di 180.000 ton/anno).
- Basso consumo del pescato per abitante nella dieta alimentare 5,12 Kg./anno (mentre la media europea è di 26,00 Kg./anno).
- Consistente importazione di pescato (fresco, congelato e conservato pari al 15 – 20% del consumo).
- Quasi inesistente la catena del freddo (condizionamento, conservazione, trasporto).
- Esportazioni di basso valore aggiunto e di modesto ammontare rispetto anche alla sola produzione attuale (1%).
- Acquacoltura allo stato embrionale, da orientare in funzione delle potenzialità di produzione , consumo, esportazione
- Flotta da pesca vecchia e in cattivo stato che comporta un basso tasso di impiego degli investimenti.
- Numero di progetti realizzati bassissimo in tutti i comparti della pesca e dell'acquacoltura.
- Scarso il numero di operatori economici locali interessati al settore.
- Risultati insoddisfacenti (rispetto al potenziale stimato di 10.500 nuovi posti di lavoro legati allo sfruttamento delle risorse marine che possono indurre fino a 30.000 posti sulla terraferma nelle attività di trasformazione, distribuzione e commercializzazione).
- Formazione scientifica e professionale mortificate dalla mancanza di prospettive di impiego nella ricerca e nelle attività economiche di settore.
- Ruolo dell'economia di settore in campo internazionale: fornitore marginale di sola materia prima; pressochè assente in campo tecnologico, commerciale e scientifico.

Punti di forza : fonti algerine rilevati nel 2005

- Posizione geografica ottimale sul mediterraneo.
- Forte potenziale economico.
- Garanzie per il trasferimento di capitali e loro frutti e ricorso all'arbitrato internazionale a protezione degli investimenti.
- Sostegno dello stato agli investitori nazionali ed esteri.

Opportunità e progetti di investimento necessari

- Pesca di altura.
- Realizzazione di catene del freddo.
- Fornitura di servizi al settore (formazione, ricerca, riparazione e manutenzione, trasporti, ecc.)
- Ristrutturazione e rinnovo degli approdi.
- Officine di riparazione e manutenzione navale.
- Nuovi cantieri navali, partecipazione a cantieri esistenti, produzione di ricambi per battelli.
- Fabbricazione di cavi, reti, attrezzature e materiali ausiliari della pesca.
- Possibilità di progetti di investimento nell'acquacoltura.

2.6 - Il processo produttivo e le attività di servizio alla produzione

Le imprese italiane che dovranno comporre la filiera iniziale, dovranno detenere le risorse necessarie per affrontare tutto il ciclo del fresco, del congelato, del trasformato e del confezionato, così come lo stato della loro tecnologia attualmente consente, nonché, produrre il prodotto fresco, congelato sfuso e, per certi prodotti, anche il confezionato.

Le attività delle imprese facenti parte della filiera iniziale devono, pertanto, comprendere:

1. l'attività di pesca di ogni tipo e specie in mare;
2. l'avanotteria e la maricoltura di specie commerciali;
3. il condizionamento del pescato e dell'allevato fresco per l'export e per la lavorazione successiva;
4. la preparazione del fresco e del congelato sfuso e imballato;
5. l'ingrasso del tonno rosso,;
6. la lavorazione del tonno rosso pescato e allevato;
7. la catena del freddo e la produzione del ghiaccio;
8. la movimentazione del pesce nave – banchina - depositi;
9. la distribuzione;
10. i servizi ausiliari.

In questa prima fase la distribuzione e la vendita dei prodotti verrebbero eseguite direttamente dalle imprese di trasformazione italiane. Il ciclo produttivo potrà essere integrato, successivamente, con le fasi di lavorazione di conservati, confezionati, surgelati e congelati.

Quando le produzioni della filiera italo-algerina saranno omogenee a quelle delle imprese italiane promotrici, e la offerta di prodotti sufficiente a soddisfare clienti internazionali, potrà essere avviata la seconda fase diretta a costituire la società di servizi internazionali che acquisterà e distribuirà i prodotti col marchio di sistema, in Algeria in Italia e sui mercati esteri di interesse.

A questo punto il ciclo produttivo potrà progressivamente completarsi, dalla fonte al consumo finale, e le imprese che fanno parte del sistema si inseriranno nei flussi commerciali internazionali.

2.7 – L'importanza di estendere il progetto di filiera alle attività correlate al settore ittico: il settore ittico allargato

Le ragioni che hanno spinto a scegliere l'Algeria come potenziale Paese partner per avviare una collaborazione pilota sono state evidenziate ai punti precedenti. Esse risiedono, principalmente, nella disponibilità in detto Paese, in forma durevole, di risorse ittiche di base con le quali integrare l'offerta dei nostri produttori.

E' utile, tuttavia, e per certe ragioni opportuno, analizzare la possibilità di estendere il progetto di filiera anche alle attività correlate al settore ittico quali:

- costruzione di imbarcazioni, ivi compresi i macchinari ed i servizi di manutenzione e riparazione, nonché, i materiali per la conservazione del fresco in mare.

- attività di smistamento nave-banchina e gestione dei servizi portuali.

Le ragioni sono molteplici ed, in parte, legate al Paese Algeria.

La prima ragione è essenzialmente finanziaria: il Piano Nazionale di Sviluppo della pesca e dell'acquacoltura algerino del periodo 2003 – 2007, mira a incentivare con contributi a fondo perduto e finanziamenti agevolati l'ammodernamento della flotta di pesca esistente che, come noto, è altamente obsoleta.

La seconda ragione è essenzialmente commerciale e mira ad erigere forti barriere all'ingresso ad eventuali nuovi competitors. Prevedere, difatti, tra le attività della filiera la costruzione delle imbarcazioni e la gestione della movimentazione e logistica significa:

- garantirsi il controllo e monitoraggio delle specie ittiche necessarie allo sviluppo della filiera;
- garantire il controllo di qualità sul pescato e il rispetto della catena del freddo per il pescato lavorato a mare;

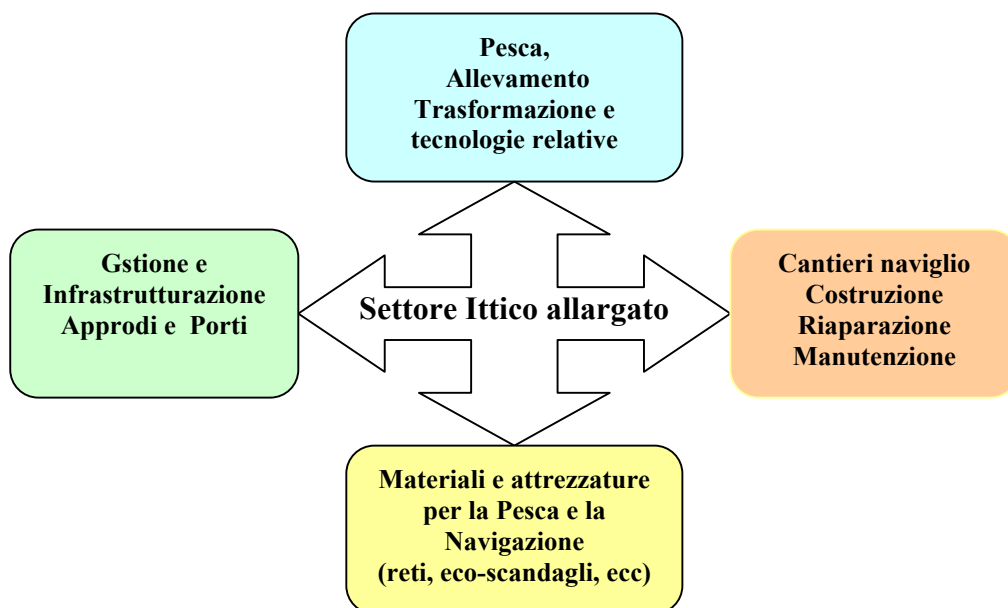
E', parimenti, necessario garantire alla filiera italo-algerina la copertura con il know-how italiano.

La terza ragione è prettamente strategica e mira a sollecitare l'interesse delle istituzioni algerine nei confronti del progetto di filiera del nostro sistema rispetto

ad eventuali altre proposte di altri concorrenti esteri più agguerriti (basti pensare alla Spagna e alla Francia).

Nella figura che segue sono indicate tutte le attività produttive che, progressivamente, formeranno oggetto di una possibile collaborazione italo-algerina. Le attività sono suddivise per settori di appartenenza connessi al progetto ittico allargato.

FIGURA 1 - SETTORE ITTICO ALLARGATO



3 – La definizione e condivisione dell’idea progettuale con un panel di operatori del settore ittico delle Regioni Obiettivo 1: illustrazione della metodologia utilizzata

Come già si è detto, il progetto pilota di Tutoraggio per l’Internazionalizzazione si ripropone di affiancare le imprese del settore ittico e le istituzioni, per favorire lo sviluppo socio-economico del territorio attraverso una iniziativa di internazionalizzazione per gruppi di imprese.

L’ipotesi di avviare le analisi per verificare le condizioni di internazionalizzazione della filiera ittica è stata concordata con le Regioni Obiettivo 1 in quanto tale settore rappresenta una attività rilevante della economia di tali aree.

L’area estera di riferimento da analizzare era individuata nel Maghreb.

Per svolgere l’azione di Tutoraggio, nell’ambito dei parametri concordati, il Ministero del Commercio Internazionale ha, pertanto, costituito un Team di Progetto composto da:

- un esperto senior della Task Force Internazionalizzazione;
- un esperto senior della Simest S.p.A.
- un esperto senior settorialista sul comparto ittico.

Il Team di Progetto ha svolto le seguenti attività:

1. analizzare, in relazione alle specificità del comparto ittico delle aree Obiettivo 1, le aree del Maghreb maggiormente idonee;
2. definire le attività produttive potenzialmente idonee a formare una filiera internazionale.
3. definire i criteri di selezione per le imprese delle aree Obiettivo 1 operanti nell’ambito delle attività produttive componenti la filiera.
4. verificare con il panel di imprese selezionato l’interesse a definire ed avviare in comune una idea progettuale da condurre attraverso un raggruppamento in filiera;

5. definire con il panel di operatori un business plan necessario per poter redigere una proposta progettuale operativa di filiera.

6. elaborare la proposta operativa per l'internazionalizzazione della filiera ittica

La proposta operativa rappresenterà il mezzo per individuare un percorso istituzionale condiviso tra i due Paesi nell'ambito del quale sviluppare e verificare il progetto.

Della scelta del Paese Algeria si è già parlato nei paragrafi precedenti.

Si illustrano, pertanto, le ulteriori attività realizzate dal Team di Progetto.

Definizione delle attività produttive potenzialmente idonee a formare una filiera internazionale

Da un incrocio dei dati fra le informazioni economico-produttive sul sistema Paese Algeria con le attività specifiche al comparto ittico delle aree Obiettivo 1, si è ritenuto opportuno ricomprendere nell'ambito della filiera ittica le seguenti attività:

- tre diverse tipologie di pesca (pesca di altura, semi-industriale e artigianale);
- acquacultura:
- ingrasso del tonno rosso;
- prima trasformazione del fresco e del congelato,
- produzione e manutenzione del naviglio da pesca e trasporto del pescato, catene del freddo, forniture dei materiali e delle attrezzature per la pesca e la lavorazione del pesce.

Definizione dei criteri di selezione per le imprese delle aree Obiettivo 1 operanti nell'ambito delle attività produttive componenti la filiera.

La definizione del panel degli operatori si è basata sui seguenti requisiti:

- appartenenza alle Regioni Obiettivo 1;
- esperienza internazionale e capacità a sostenere investimenti di entità proporzionate al volume di attività di break-even ipotizzato per la filiera.;

- esperienza tecnologica e imprenditoriale compatibile con il livello internazionale dei compiti ed idonee attitudini manageriali;
- manifestazione di interesse degli operatori a condividere gli obiettivi comuni ed adesione all'idea-progettuale.

Sulla base di tali criteri è stato individuato un panel di operatori rappresentativi delle realtà delle Regioni Obiettivo 1 a più alta vocazione ittica (Campania, Sicilia, Puglia, Molise), ed operanti nell'ambito delle attività definite nel progetto di internazionalizzazione delle filiera ittica.

Conclusasi la presente fase pilota dell'azione di Tutoraggio, l'adesione al progetto sarà, comunque, aperta, a tutte le imprese dei territori Obiettivo 1 che manifesteranno l'interesse verso detta iniziativa e che rientreranno nell'ambito dei criteri individuati

Verificare con il panel di imprese selezionato l'interesse a definire ed avviare in comune una idea progettuale da condurre attraverso un raggruppamento in filiera;

Selezionato il panel di operatori delle Regioni Obiettivo 1, il Team di Progetto ha condotto una serie di verifiche in loco presso le imprese, nonché, incontri tecnici presso il Ministero del Commercio Internazionale per verificare il concreto interesse del panel a condividere ed a impostare una idea progettuale da sviluppare in comune.

Sono state, pertanto, formalizzate le manifestazioni di interesse delle singole imprese.

Definizione con il panel di operatori di un business plan necessario per poter redigere una proposta progettuale operativa di filiera.

Con il panel di imprese sono stati discussi e condivisi i principali elementi dell'ipotesi progettuale: la qualità e la quantità di pesce da produrre, le modalità di collaborazione societaria italo-algerina per tutte le attività produttive, di servizi e ausiliarie alla produzione. Sono state, altresì, recepite le condizioni operative

che potrebbero agevolare ulteriormente gli armatori italiani a partecipare al progetto.

Il panel ha, altresì, espresso il possibile ruolo che ciascun operatore avrebbe potuto svolgere in seno alla filiera, fornendo, così, il contributo tecnico alla definizione dell'idea-progettuale.

Sulla base degli incontri effettuati tra il Team di Progetto e il panel di operatori è stato, quindi, possibile quantificare gli investimenti necessari per l'attivazione della filiera iniziale.

Tali dati hanno, in seguito, permesso di redigere una ipotesi operativa (vedere allegato 1) basata su dati concreti e verificati con le stesse imprese.

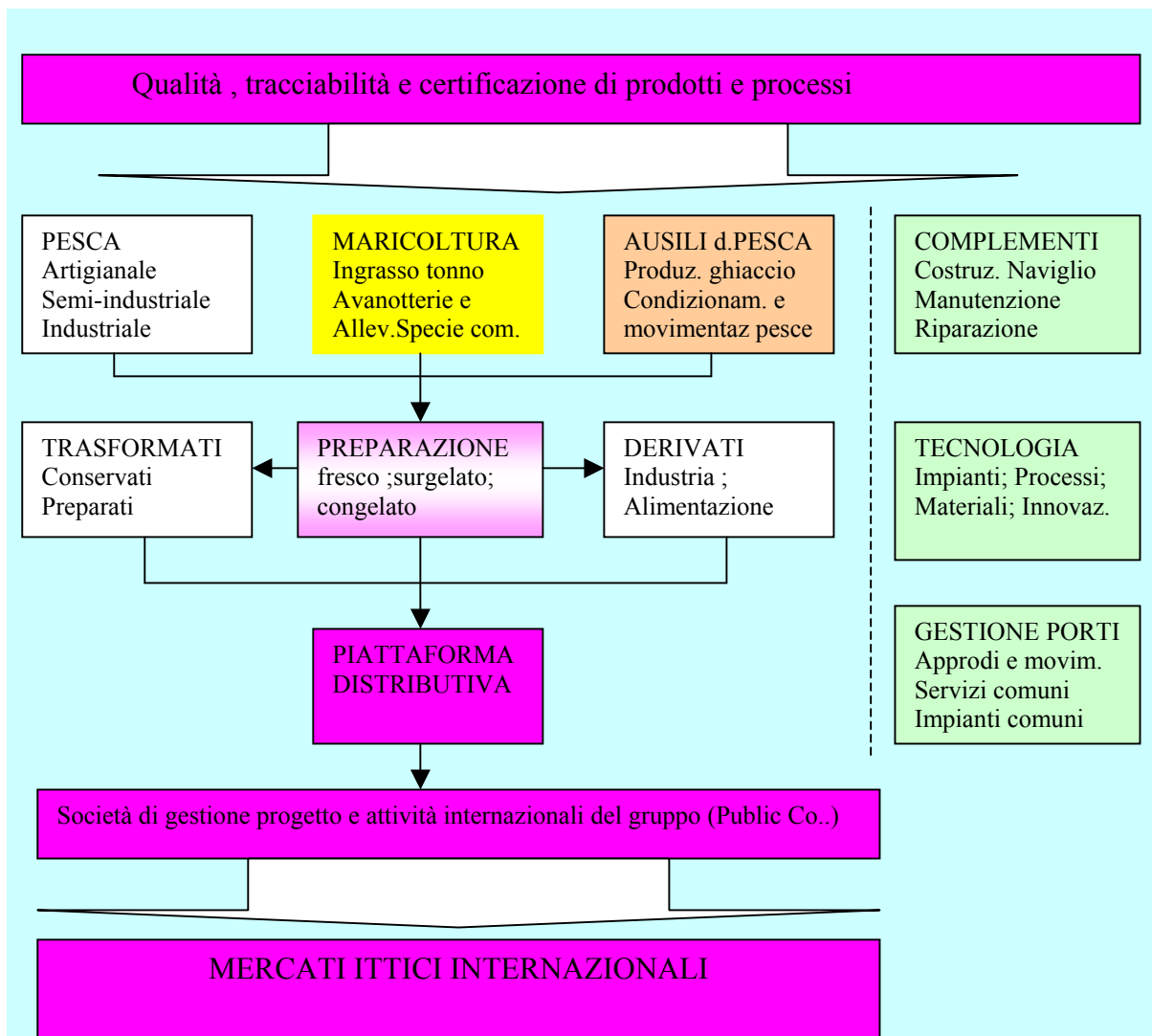
La proposta operativa si basa, difatti, su una prima quantificazione degli elementi riguardanti le attività produttive e quelle ausiliarie della produzione ittica e risponde a criteri di equilibrio economico generale minimo iniziale tali da attivare il processo di sviluppo e consolidamento delle singole imprese e del gruppo aggregato.

Per le attività connesse ai comparti tecnologici e infrastrutturali, di complemento alle attività di settore specifiche, appositi accordi dovranno, in seguito, assicurare la assoluta dipendenza dei processi alle caratteristiche di economicità, qualità e di tipicità, scelte per caratterizzare il prodotto e le sue prestazioni al meglio delle potenzialità esprimibili dal sistema nel mercato internazionale.

Anche in questo caso gli elementi di investimento, occupazione e di produzione, andranno meglio definiti e quantificati in seguito alla verifica di interesse del progetto da parte delle autorità algerine.

Nella figura che segue si riporta lo schema sintetico della filiera produttiva mista italo-algerina che, costruito in relazione delle attività in cui opera il panel di imprese, rappresenta la base della proposta di filiera mista.

Schema sintetico della filiera produttiva mista italo-algerina



Capitolo III

3.1 – La proposta di internazionalizzazione della filiera ittica alle autorità algerine: risultati attesi

Nel presente paragrafo si analizzano i possibili risultati attesi e le conseguenti azioni che le imprese devono avviare a seguito della accettazione della proposta di internazionalizzazione da parte delle controparti algerine.

Un primo risultato potrebbe essere la manifestazione di interesse ad avviare una collaborazione produttiva dando avvio alla costituzione di singole imprese miste non aggregate a sistema (es. per parti di filiera).

In tal caso, l'azione di Tutoraggio non avrebbe realizzato il proprio obiettivo, se non nella misura in cui la costituzione di singole joint-ventures fosse il passo di avvio di un progetto di aggregazione per filiera. In tali circostanze sarebbe opportuno rimodulare l'ipotesi progettuale per altri Paesi della sponda sud / sud-est del Mediterraneo, per verificare l'interesse a collaborare ad un progetto di internazionalizzazione di imprese miste aggregate a sistema e a guida italiana.

Ove, invece, vi fosse l'interesse verso l'accettazione globale della proposta verrebbero soddisfatte in pieno le finalità del progetto di Tutoraggio per l'internazionalizzazione delle imprese..

In tal caso si reputa opportuno che l'iniziativa sia inquadrata nell'ambito di un accordo interistituzionale tra i due Paesi - Memorandum of Understanding – (MoU) e ciò, per fornire un quadro di garanzia istituzionale alla operatività delle azioni tra le imprese italiane ed algerine che saranno, invece, regolate attraverso un Protocollo Operativo (PO).

Il MoU sarà inteso a impegnare le istituzioni (nazionali e regionali) nella messa in atto di tutti gli interventi necessari per favorire il buon andamento delle operazioni nell'interesse reciproco di favorire gli investimenti.

Il PO riguarderà, invece, la tipologia di accordi operativi convenuti fra le imprese italiane ed algerine e dirette a verificare reciprocamente:

1. le condizioni poste nello studio di pre fattibilità;
2. la definizione delle strutture di gruppo a supporto della filiera quali la creazione e lo sviluppo di strutture per svolgere attività commerciali e servizi internazionali di gruppo,;
3. il piano di investimenti necessario;
4. gli accordi infra gruppo e tra imprese.

La struttura di gruppo deve avere le caratteristiche per favorire attività essenziali per lo sviluppo della filiera quali: marketing internazionale, controllo di qualità e verifica dei processi di produzione; accreditamento presso clienti e buyers internazionali, organizzazione della logistica per lo spostamento di merci, etc.

E' ovvio che la forma giuridica maggiormente rispondente a svolgere dette funzioni, complesse a livello internazionale, è la società di capitali. Questa fattispecie, oltre ad essere universalmente conosciuta, può essere intestataria di atti, contratti, rapporti con un ampio spettro di controparti estere.

Si ipotizza di seguito la possibile strutturazione societaria della filiera.

Le strutture di gruppo fanno capo a due soggetti giuridici :

- a – la società di gestione della filiera produttiva italo-algerina;
- b – la società di gestione del gruppo internazionale ittico italo - algerino.

Nella fase di avvio della filiera iniziale, l'attività della società di gestione in a) può essere svolta temporaneamente da una fra le imprese della filiera iniziale, e precisamente quella che esegue la preparazione del pesce per la distribuzione (ved. fig 3).

Avviata a regime l'attività la società in a) sarà costituita tra le imprese di produzione e ausiliarie italo-algerine della filiera.

Le attività facenti capo alla società in a) possono essere qui di seguito riepilogate a titolo indicativo:

- movimentazione nave banchina e movimentazione a terra;
- preparazione, condizionamento e magazzinaggio del pesce;
- fornitura di ghiaccio;
- fornitura di materiali ausiliari e di consumo per la pesca;
- controlli di qualità, tracciabilità, certificazione prodotti e processi;
- piattaforma distributiva algerina.

La costituzione della società in b), potrà avvenire allorchè le produzioni delle società italiane e di quelle italo-algerine della filiera, saranno pronte per essere trasferite a questa società, ossia pronte per essere distribuite sui mercati internazionali con il marchio di gruppo.

Le attività della società di gestione in a) italiana e italo-algerina di cui sopra, costituite dai produttori, verranno, in seguito conferite alla società in b) al fine di ottimizzare, nei mercati internazionali, tutta la catena del valore: produzione, qualità e servizi, marketing, logistica e innovazione, e ciò sia a servizio del gruppo che delle imprese singole.

Capitolo IV — Le agevolazioni in Algeria e gli strumenti finanziari italiani.

4.1 Il sistema degli incentivi in Algeria per le imprese della filiera

Salvo pochi elementi che valgono per tutti gli investimenti in generale, le condizioni operative e le agevolazioni che le istituzioni pubbliche concedono alle iniziative che si insediano in Algeria sono, in linea di principio, determinate in funzione di:

- a) zone di localizzazione;
- b) settori di attività;
- c) interesse che il progetto riveste per il Paese.

4.2 – Gli incentivi

Il regime di agevolazioni prevede tre categorie di incentivi:

a) incentivi cosiddetti generali:

- tariffe doganali ridotte sull'importazione di impianti e attrezzature di investimento;
- esenzione dall'IVA per beni direttamente impiegati nell'attuazione del progetto;
- esenzione della tassa sul trasferimento di immobili relativi all'investimento.

b) incentivi riservati a zone identificate dallo Stato:

- incentivi generali;
- tassa fissa del 2 per mille sugli incrementi di capitale;
- esenzione decennale sui profitti (IBS), sulle entrate lorde (IRG) sui dividendi, sui pagamenti per consulenze professionali (VF e TAP);
- altri incentivi aggiuntivi, ad esempio: rinvio di perdite e di ammortamenti.

c)incentivi per investimenti che rivestono particolare interesse per l'economia nazionale:

-sono contrattualmente definiti previa approvazione del NCI (Comitato Nazionale Investimenti)

4.3 Gli strumenti finanziari italiani

Nel seguente paragrafo viene illustrata una prima ipotesi di avvio delle attività attraverso il supporto degli strumenti finanziari agevolativi nazionali

4.4 Strumenti finanziari Simest

Verificata l'ipotesi progettuale con le autorità algerine, le imprese che intenderanno aderire al progetto multiregionale di internazionalizzazione a sistema del settore ittico, potranno richiedere singolarmente, e in ogni momento, l'intervento della Simest per ottenere finanziamenti, partecipazioni al capitale di rischio e agevolazioni di legge, al fine di costituire o ampliare attività produttive in Algeria.

Gli strumenti Simest sono articolati in modo da affiancare l'iniziativa singola durante lo studio di fattibilità, la costituzione della società, lo *start up* e lo sviluppo dell'impresa.

Il progetto di gruppo, invece, si realizza in tempi medio lunghi e per fasi successive e riguardano:

1. attività che integrano quelle delle iniziative singole (servizi comuni);
2. attività di gruppo per lo sviluppo internazionale.

In sostanza la partecipazione della Simest è accessibile sia alle iniziative singole che fanno parte del progetto, che alle attività comuni al gruppo di imprese che vi aderiscono.

La metodologia di intervento a sistema consente, quindi, di realizzare progetti di grande importanza e di notevoli investimenti, purchè le singole PMI abbiano

una loro valenza da apportare al sistema complessivo e accettino di collaborare tra di loro per crescere con il gruppo.

4.5 Una ipotesi di finanziamento per la costruzione della filiera iniziale

Per raggiungere un equilibrio economico nelle diverse iniziative e costituire un gruppo di peso internazionale, seppure modesto inizialmente ma in grado di essere competitivo, si potrebbe stimare di avviare quale attività primaria della filiera una produzione propria di circa 5.000 ton. di pesce.

Tale produzione, in un primo tempo, potrebbe anche essere raggiunta attraverso contratti di semplice fornitura.

Le prime iniziative locali della filiera saranno, quindi, costituite fra operatori italiani, che acquisiranno in Algeria specie integrative e/o complementari rispetto quelle proprie pescate e trasformate in Italia.

Gli operatori algerini potrebbero, invece, apportare beni e partecipare alle società miste di produzione e servizi.

Le normative algerine pongono vincoli e limitazioni all'utilizzo delle risorse alieutiche. E' pertanto opportuno avviare contestualmente trattative preliminari tra le istituzioni preposte alla internazionalizzazione per giungere ad accordi che consentano l'utilizzo equilibrato e sostenibile delle risorse in relazione agli obiettivi delineati nel progetto globale di internazionalizzazione.

Le imprese italiane dovranno partecipare con quote di maggioranza nelle società miste locali per garantire il raggiungimento delle finalità della filiera produttiva nel suo complesso e del progetto internazionale.

4.6 – Partecipazione al capitale sociale (L.100/90 e Fondo di Venture Capital)

La mission di Simest è sostenere le imprese italiane all'estero.

Fra gli strumenti gestiti da Simest, la partecipazione al capitale di rischio, è quello più utile e significativo per accreditare l'impresa italiana all'estero e sostenere i suoi programmi di investimento.

Simest può partecipare fino ad un massimo del 25% del capitale sociale della società costituita in Algeria e richiedere al MCI di usufruire del fondo Mediterraneo di Venture Capital fino al massimo del doppio della propria partecipazione.

La somma delle due partecipazioni pubbliche non può però eccedere il 49% del capitale sociale e, comunque, dovrà essere inferiore alla partecipazione dell'impresa italiana nella società algerina.

Con la proposta italiana si prevede di costituire società miste a capitale italo-algerino, dove la partecipazione italiana sia di maggioranza.

A puro titolo esemplificativo, si prevede che la partecipazione della parte italiana sia del 60% di un capitale di 1 M.ne di €. In tale caso il fabbisogno per capitale della parte italiana sarebbe di 600.000 €. La Simest e il Fondo di Venture Capital potrebbero allora partecipare insieme per il 29% (11 + 18), e l'impresa italiana dovrebbe far fronte al 31% del capitale sociale della joint venture.

Per la formazione della propria quota di capitale sociale, l'impresa italiana può farsi finanziare dalla propria Banca fino al 90%, al tasso con questa pattuito (stimiamo del 5%). In tal caso la Simest rifonderà per legge alla impresa italiana il 50% del tasso di riferimento, a titolo di agevolazione (oggi 2,5%).

A titolo di esempio si stima che la quota Simest sia remunerata al 6,5% annuo, e quella del Fondo di Venture Capital al 4,25%.

Nel nostro caso, quindi, il capitale della impresa italiana nella società mista sarebbe quasi interamente reperibile ad un tasso medio attuale annuo ponderato

stimabile attorno al 4%, che comporta, per il capitale stimato, un servizio del debito pari a circa 25 .000 €/a.

I calcoli di cui sopra servono a semplificare la stima dei costi della operazione. Per maggiori approfondimenti le imprese interessate possono interrogare il sito www.simest.it

4.7 Studi di fattibilità e Assistenza tecnica D.L.143/98

Le singole imprese che partecipano alla filiera e che hanno raggiunto gli accordi, ipotizzati nelle analisi di pre-fattibilità, per la realizzazione delle rispettive iniziative, possono richiedere a Simest il finanziamento agevolato per sostenere le spese di preparazione dello studio di fattibilità .

La spesa massima finanziabile per ogni studio è di 316.000 € e deve essere restituita al tasso di interesse, oggi pari a c.a 1,00%, entro 3,5 anni.

Quando le imprese hanno realizzato gli investimenti, possono richiedere a Simest il finanziamento delle spese che devono sostenere per l'avviamento delle attività produttive (Start up).

La spesa massima finanziabile per ogni iniziativa è di 516.000 € e deve essere rimborsata entro 4 anni allo stesso tasso di cui sopra.

Per le iniziative all'estero tali forme di aiuto sono indispensabili per ridurre il rischio a livelli accettabili, ridurre l'onere dei finanziamenti, nonché, ottimizzare l'impiego di mezzi propri..

4.8– Alcuni cenni sul sistema bancario in Algeria

Negli anni '90 l'Algeria ha avviato la liberalizzazione del suo sistema economico e finanziario. L'evoluzione è però stata contrastata da conflitti politici interni, che solo nei recenti anni 2000 sono stati avviati, a loro volta, a soluzione.

Nel paese il sistema bancario è ancora fortemente statalizzato. Solo alcune banche estere hanno aperto filiali e uffici. Tra le filiali si annoverano quelle di banche americane e francesi, mentre fra quelle italiane, soltanto il Monte dei Paschi di Siena fin'ora ha aperto un ufficio di rappresentanza. Rimane comunque una situazione del sistema bancario poco efficace, che necessita di un deciso intervento di modernizzazione per portare il commercio a condizioni normali. Questo stato di disagio si riflette in particolare sulle operazioni di medio piccola entità, rendendo le transazioni con l'estero onerose e indeterminate.

Si rende perciò ancora più necessaria la concentrazione delle operazioni con l'estero, aggregando singole imprese, su società di servizi alla produzione della filiera.

ALLEGATO 1 (allo studio di pre fattibilità)

Action de “Tutorat pour l’internationalisation” des entreprises du secteur de la pêche.

(Projet “Italia Internazionale 6 Regioni per 5 Continenti” – II partie – Plan National
d’Assistance Technique – Fonds Structurels Communautaires - PON ATAS – 2000-2006)

.....

PROPOSITION DE PROJET POUR LA CONSTITUTION D’UNE FILIERE ITALO-ALGERIENNE DANS LE SECTEUR ELARGI DE LA PECHE

1 Action de Tutorat pour l’internationalisation: contexte général de référence

L’action de “Tutorat pour l’internationalisation” est une initiative pilote conduite dans le cadre du Projet “Italia Internazionale: sei Regioni per cinque continenti” – II partie – géré par la Direction Générale pour l’Internationalisation du Ministère de l’Industrie italien (Ministero Commercio Internazionale).

Le Projet “Italia Internazionale: sei Regioni per cinque continenti” – II partie – est un projet d’assistance technique destiné à promouvoir l’internationalisation des entreprises des régions italiennes faisant partie de l’Objectif 1 des Fonds structurels, c’est-à-dire, Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sardegna, Sicilia et Molise.

L’action de “Tutorat pour l’internationalisation” a comme but institutionnel de fournir aux Administrations Régionales un modèle qui, expérimenté sur base d’un cas concret conduit en collaboration avec un panel d’entreprises, puisse servir aux Régions pour définir et développer des initiatives destinées à promouvoir l’internationalisation des systèmes d’entreprises appartenant au même secteur.

L’action de “Tutorat pour l’internationalisation” est réalisée par la SIMEST S.A., société contrôlée par le Ministère de l’Industrie italien, qui depuis plus de 15 ans a l’expérience dans l’évaluation et la réalisation d’investissements industriels dans les pays hors UE.

2 L'action de "Tutorat pour l'internationalisation" dans le secteur de la pêche

L'action de "Tutorat pour l'internationalisation" dans le secteur de la pêche est réalisé en accord avec les Régions de l'Objectif 1 et vise à **supporter les entreprises et les administrations publiques tout au long du parcours d'internationalisation qui va de la définition du projet à la vérification de la faisabilité de l'initiative** .

La caractéristique de l'action de "Tutorat" par rapport aux interventions classiques d'assistance technique, consiste aussi bien à rassembler les entreprises du même secteur sur base d'un même projet, qu'à assister les opérateurs à vérifier les conditions de faisabilité de ce projet.

Le but est de définir un modèle durable d'internationalisation, capable de garantir le développement économique et social du secteur.

L'action de Tutorat pour l'internationalisation" dans le secteur de la pêche est structuré de façon suivante :

- Identification et partage du projet entre plusieurs entreprises appartenant au même secteur
- Réalisation de l'étude de faisabilité
- Support aux opérateurs pour la conclusion d'un Memorandum of Understanding.

3 Motivations du projet

La production piscicole en Méditerranée, bien que soumise à une gestion attentive des ressources par la Commission Européenne et par les Etats riverains, résulte insuffisante par rapport à la demande toujours croissante.

Afin de remédier à cette situation et permettre d'approvisionner de manière stable les marchés, les entrepreneurs italiens sont prêts à étudier toutes les opportunités de collaboration avec les autres pays méditerranéens.

Les Pays dans lesquels existe une politique de la pêche tournée vers le développement durable, les accords de partenariat peuvent offrir le cadre juridique et les instruments financiers adéquats pour la réalisation de sociétés mixtes ayant les objectifs suivants :

- Favoriser le développement de la pêche a travers l'exploitation responsable des ressources marines
- Favoriser la pêche des espèces excédentaires
- Gérer, à des coûts plus bas que la moyenne communautaire, une flotte de bateaux modernes, structures pour la transformation des produits de la pêche et pour la pisciculture.

- Réaliser des produits à haute valeur ajoutée, en tenant particulièrement compte de l'aspect sanitaire et nutritionnel.
- Favoriser la création de nouveaux postes de travail et professionnaliser la filière par la formation et le transfert de know-how.

4 Illustration d'un exemple de projet pour une filière italo-algérienne dans le secteur élargi de la pêche

L'idée de projet proposée est la suivante :

“Réaliser un système international d'entreprises opérant dans le secteur élargi de la pêche capable de gérer toutes les phases de la chaîne du business « fishing » à travers l'utilisation de procédés de production, de services et de qualité totale en mesure d'exalter le goût, la culture et les valeurs alimentaires de la zone méditerranéenne”

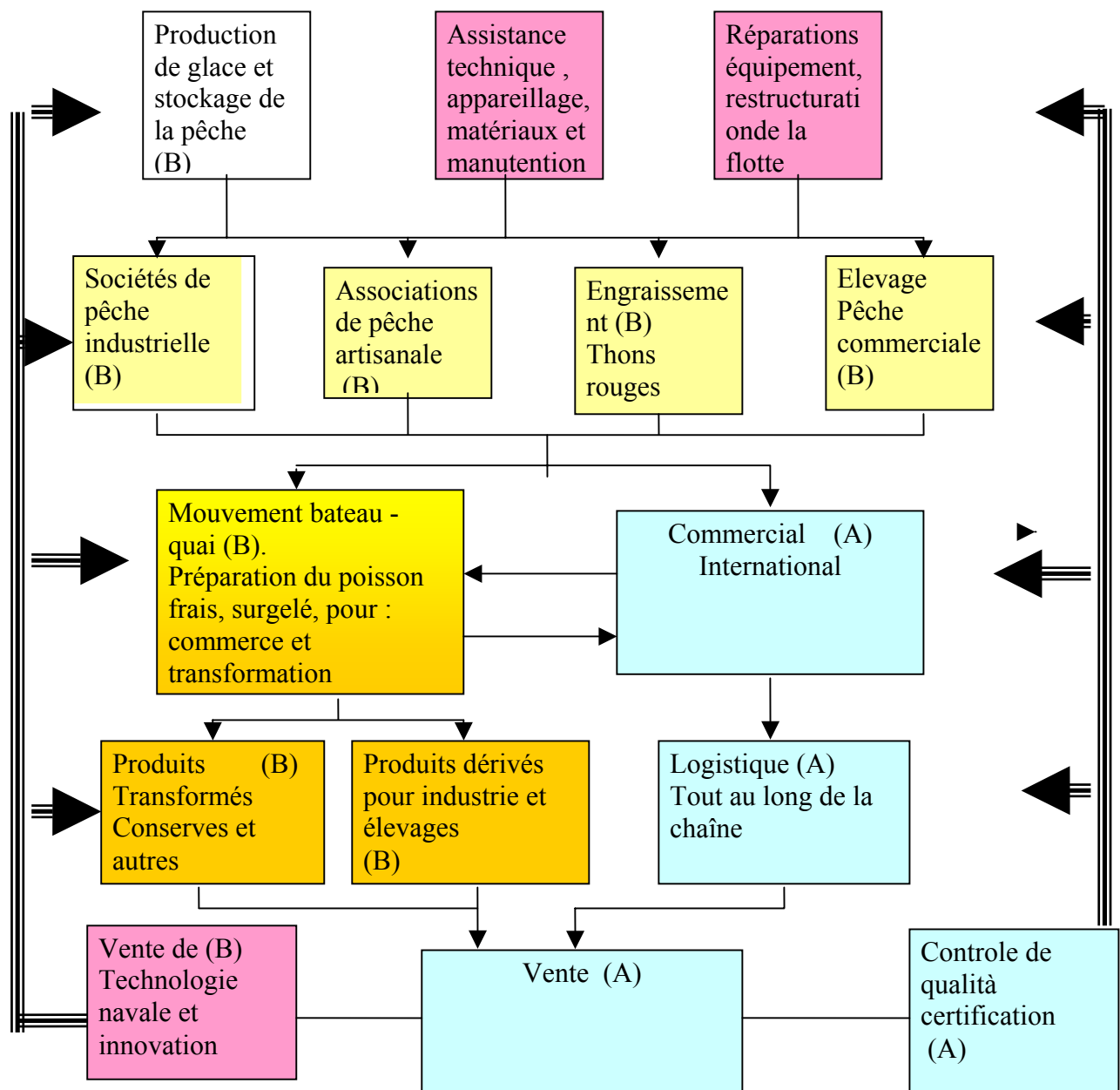
Pour atteindre cet objectif il est nécessaire d'organiser les activités du secteur de façon à pouvoir couvrir et contrôler tout le cycle des produits de la pêche (activités et structures de services auxiliaires compris). Ceci pourrait signifier, par exemple:

- Investir dans la certification internationale de qualité du produit, au moment de la pêche jusqu'à la distribution
- Investir dans la recherche et le développement des technologies, dans les matériaux d'emballage, dans les produits, etc...
- Assurer les investissements directs et optimiser l'utilisation des services pour la pêche
- Investir dans le développement et dans le recherche de nouveaux marchés.

Enfin, l'objectif est celui “d'assembler” un système en mesure de vendre sur les marchés les plus rentables avec des marges telles à pouvoir garantir un développement continu des activités et des ressources financières les plus indiquées.

L'illustration n° 1 représente l'ensemble des activités inhérentes à la structuration d'une filière dans le secteur élargi de la pêche, en mesure de remplir toutes les conditions critiques indiquées ci-dessus.

FIG. 1



5 Caractéristiques des opérateurs de la filière initiale italo-algérienne dans le secteur élargi de la pêche: quelques indications

Caractéristiques des opérateurs de la filière

Des opérateurs et des entreprises intéressés par la vérification de la faisabilité du projet ont été identifiés, dans plusieurs régions Objectif 1, sur base des activités de la filière représentées dans le schéma n°1.

Le panel des opérateurs potentiellement intéressés est constitué de :

- armateurs de bateaux de pêche en haute mer pour la pêche industrielle et semi industrielle
- opérateurs pour l'engraissement et l'élevage du poisson
- opérateurs dans le secteur de la transformation du poisson

- opérateurs dans les chantiers pour bateaux de pêche industrielle et de pêche traditionnelle.
- Opérateurs en mesure d'assurer les activités de services auxiliaires et commerciaux.

Modalité de gestion de la filière

En général, les activités de la filière italo-algérienne pourraient être gérées par un les sociétés suivantes :

Société de type productif:

- une ou plusieurs sociétés constituées par des armateurs de pêche industrielle,
- une association de pêcheurs traditionnels,
- une société pour l'engraissement du thon rouge,
- une société pour l'élevage,
- une ou plusieurs sociétés pour la transformation du poisson,
- une société pour la production de produits dérivés pour l'industrie de la pêche et pour l'élevage.

Société de services :

- une société pour la production de glace, pour la congélation et la conservation du poisson, pour la fourniture de matériel de pêche, pour l'assistance technique et le conseil aux pêcheurs.
- Une société pour la production et la manutention des bateaux en acier
- Une société pour la production et la manutention des bateaux en fibre de verre

Société Commerciale:

une société commerciale pour gérer la programmation des ventes, de la production, de la logistique, de la qualité et de la technologie.

L'étude de faisabilité aura pour but de vérifier les conditions dans lesquelles pourraient être réalisées les activités prévues.

6 Panel des opérateurs du secteur élargi de la pêche

L'éventuelle filière de pêche peut être décrite comme suit :

1. Unité de pêche industrielle composée de 6 bateaux, de 27 à 33 mètres, équipés pour la pêche à la traîne et capables de capturer environ 1200 tonnes/an de céphalopodes, crustacés et espèces variées de poissons.

2. Unité de pêche industrielle composée de 2 bateaux, de 40 à 50 mètres, équipés pour l'embobinage et capables de capturer du poisson de haute mer (thon rouge) pour un total d'environ 1000 tonnes/an de quota de pêche algérienne ICCAT.

3. Unité de pêche semi industrielle composée de 6 bateaux, de 15 à 22 mètres, équipés pour la pêche à la traîne et capables de capturer environ 500 tonnes/an de céphalopodes, crustacés et espèces variées de poissons.

4. Unité de pêche traditionnelle composée d'un minimum de 30 embarcations a moteurs en fibre de verre, de 8 à 15 mètres, équipés d'une glacière et de tous les outils nécessaires à la pêche (filets, nasses, etc...) et capables de capturer environ 2000 tonnes/an de céphalopodes, petits poissons (sardines, anchois, maquereaux, etc..). cette flotte pourrait être composée par une association algérienne de pêcheurs traditionnels.

5. Unité de rassemblement du poisson provenant des différentes unités opératives, de stockage dans des chambres frigorifiques à température variable, de fourniture de glace, des outils de travail aux pêcheurs. Cette unité garantit aussi les services de logistique, comme par exemple le débarquement du bateau au quai, le conditionnement, le contrôle de l'hygiène, la sélection du poisson frais et l'envoi à la chaîne de transformation, de surgélation, de confection des produits et d'emballage. Cette unité achète également le poisson à des fournisseurs externes selon le plan de production/vente de la filière établi par la société chef de file prévue au point n°11.

6. Unité pour l'engraissement du thon rouge dans 5 cages flottantes et une installation à terre composée de chambres frigorifiques pour le stockage, une installation pour la transformation du thon en morceaux, filets, tranches et destiné - frais ou congelé - à la restauration ou à la grande distribution.

7. Unité de production d'alevins pour environ 10 millions d'unités à commercialiser sur les marchés locaux et internationaux ou destinée, comme matière première, à l'unité d'engraissement des loups de mer, des daurades, etc...

8. Unité d'élevage intensif pour l'engraissement des loups de mer et daurades afin d'atteindre une production d'environ 500 tonnes/an.

9. Un chantier pour bateaux en acier, une unité de manutention, réparation et fourniture d'équipements et outils.

10. Un chantier pour bateaux en fibre de verre destinés aux pêcheurs traditionnels, une unité de manutention, réparation et fourniture d'équipements et outils.

11. Une société chef de file du projet (formé par tous les opérateurs membres de la filière) pour la fourniture de services internationaux à la filière : contrôle de la qualité, logistique internationale, marketing, vente, etc... Cette société permet aux sociétés participant à l'initiative d'exercer un premier refus sur l'achat de produits destinés à l'exportation.

7 Premières données sur les investissements prévus

Ref.	Description des investissements	Valeur des investissements de base (en €)	Chiffre d'affaire (en €/an)	Nombre de personnes employées
1 1.200 tonnes	6 bateaux en acier totalement équipés pour la pêche et "start-up" de l'activité	12.000.000	6.000.000	30
2 1.000 tonnes	2 bateaux en acier totalement équipés pour la pêche et "start-up" de l'activité	6.000.000	2.500.000	30
3 500 tonnes	6 bateaux en fibre de verre/acier totalement équipés pour la pêche et le lancement de l'activité	3.600.000	10.000.000	60
4 2.000 tonnes	30 bateaux à moteur en fibre de verre équipés pour la pêche traditionnelle et destinés aux pêcheurs locaux.	600.000	4.000.000	120
5	Une unité composée de chambres frigorifiques, installation pour la réception du poisson, production de glace, installations pour la préparation des produits frais et surgelés	10.000.000	7.500.000	130
6	Unité pour l'engraissage du thon rouge dans 5 cages flottantes et une	2.000.000	2.500.000	20

	installation à terre pour la transformation du thon - frais ou congelé : transformation du thon et contrôle phyto-sanitaire de tout le cycle de production			
7	Elevage d'alevins à haute valeur commerciale	1,500.000	5.000.000	15
8 500 tonnes	Engraissement de poissons à haute valeur commerciale	1.000.000	2.000.000	10
9	Chantier pour bateaux en acier et service de manutention	1.500.000	10.000.000	40
10	Chantier pour bateaux en fibre de verre et service de manutention	800.000	2.500.000	10
11	Gestion du projet et des services internationaux au bénéfice de la filière	1.000.000	2.500.000	15
TOTAL		40.000.000	54.500.000	470

Il Team di Progetto che ha curato il documento è composto da:

- Dr. Fabrizio Dell'Olio – esperto senior della Task Force Internazionalizzazione del Ministero del Commercio Internazionale;
- Dr. Pietro Bottini – esperto senior della Simest S.pA.
- Dr. Emanuele Sciacovelli – esperto senior settorialista del comparto ittico.