

5. SPAGNA

5.1 LA PRODUZIONE

La Spagna è uno dei più importanti paesi per il consumo di pesce in Europa, con un consumo pro capite totale (inclusi gli acquisti della distribuzione organizzata e degli operatori della somministrazione di alimenti al pubblico per la ristorazione e per ulteriori lavorazioni) di più di 37 kg all'anno, preceduto solo dal Portogallo e dalla Norvegia. Il pesce è infatti, il secondo prodotto acquistato nella spesa pro capite destinata all'alimentazione in Spagna, con una quota del 12,6% nel 1998, dopo la carne, con il 25.3%. Tuttavia, negli ultimi anni, il consumo sembrerebbe calare a causa della diminuzione delle catture, minori importazioni e maggiori esportazioni. Inoltre nel 1999 i prezzi della carne bianca e della carne suina sono stati più bassi di quelli del pesce, e ciò ha esercitato una ulteriore pressione competitiva sul settore.

La stima sulla quantità di pesce prodotta dalla industria spagnola nel 1999 ha subito un leggero declino rispetto al 1998, attestandosi a 1.330.000 tonnellate circa. La tabella 5.1 descrive la produzione totale di pesce della Spagna al 1997, ultimo anno di cui si dispongono dati ufficiali e analitici.

Tabella 5.1 Produzione totale per gruppi di specie, tonnellate - 1997

Gruppi di specie	1997	1996	Variazione in % 1996 – 1997
Pesci di mare	981.543	969.531	+ 1.2
Molluschi	289.349	299.984	- 3.5
Crostacei	33.888	30.759	+ 10.2
Pesci d'acqua salmastra	30.516	26.286	+ 16.1
Pesci d'acqua dolce	6.015	5.660	+ 6.3
Altri animali acquatici	- - -	- - -	- - -
Totale	1.341.311	1.332.220	+ 0.07

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati FAO

Il risultato complessivo per il 1999 segnala una riduzione delle catture marine da attribuire in parte alla decadenza dell'accordo commerciale sulla pesca tra l'Unione Europea e il Marocco avvenuta il 30 Novembre 1999 (già dal 1° dicembre 1999 le imbarcazioni spagnole non sono state autorizzate a pescare nelle acque nazionali marocchine). I negoziati per addivenire ad un nuovo accordo non sono giunti a conclusione, e si presume che in ogni caso sarà ridotta la quantità di pesce che le imbarcazioni comunitarie potranno catturare nelle acque territoriali del Marocco. Nel 1997 le catture di pesce e gli sbarchi avvenuti nei porti nazionali si sono mantenuti stabili rispetto all'anno precedente, segnando tuttavia una inversione di rotta cominciata a metà degli anni novanta (tabella 5.2).

Tabella 5.2 Catture totali per gruppi di specie, tonnellate - 1997

Gruppi di specie	1997	1996	Variazione in % 1996 – 1997
Pesci di mare	974.948	962.587	+ 1.3
Molluschi	87.404	101.657	- 13.9
Crostacei	33.593	30.532	+ 10.0
Pesci d'acqua salmastra	330	311	+ 6.1
Pesci d'acqua dolce	5.800	5.500	+ 5.5
Altri animali acquatici	- - -	- - -	- - -
Totale	1.102.075	1.100.587	+ 0.01

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati FAO

È indubbio che attualmente l'acquacoltura costituisca una risorsa vitale di cibo, anche se non sono da sottovalutare una serie di problemi legati alla destabilizzazione degli ecosistemi acquatici internazionali e alla qualità del prodotto ritenuta inferiore alle stesse specie pescate. L'azione di monitoraggio sulla qualità del prodotto d'allevamento, attraverso una normativa, peraltro non obbligatoria si è realizzata con il Codice per una Pesca responsabile adottato nel 1995.

Incoraggiata dall'aumento dei prezzi interni l'acquacoltura ha registrato un incremento nel corso del 1997 raggiungendo le 239.000 tonnellate, e le previsioni di crescita in tale settore continuano ad essere positive. Il volume della produzione di acquacoltura spagnola occupa il quattordicesimo posto nella

graduatoria mondiale, seguita dall'Italia. La produzione risulta essere concentrata nell'allevamento di cozze e di molluschi in genere (tabella 5.3).

Tabella 5.3 L'acquacoltura per gruppi di specie, tonnellate - 1997

Gruppi di specie	1997	1996	Variazione in % 1996 – 1997
Pesci di mare	6.595	6.944	- 5.0
Molluschi	201.945	198.327	+ 1.8
Crostacei	295	227	+ 30.0
Pesci d'acqua salmastra	30.186	25.975	+ 16.1
Pesci d'acqua dolce	215	160	+ 34.4
Altri animali acquatici	- - -	- - -	- - -
Totale	239.236	231.633	+ 3.3

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati FAO

La produzione di conserve di pesce nel 1999 hanno raggiunto le 240.652 tonnellate, circa il 2.6 per cento in più rispetto al 1998. Il tonno rappresenta circa la metà della produzione di pesce in scatola, seguito dalle sardine, dai calamari, dai mitili e dallo sgombero. Mentre la produzione del pesce trasformato vede aumentare la sua incidenza sul totale di produzione con una crescita di circa il 10 per cento.

Le maggiori specie di pesce fresco presenti in Spagna sono rappresentate dal pesce azzurro, dal nasello e dal merlano, e ancora dal tonno e dai cefalopodi. I mitili rappresentano i più popolari prodotti ittici spagnoli, anche per il prezzo che risulta essere sicuramente il più basso.

La produzione di calamari e seppie, sicuramente tra i più importanti "freschi" di produzione spagnola, ha subito un declino nelle catture valutabile intorno al 32 per cento nel 1998. Le catture e la produzione hanno continuato a diminuire a seguito della chiusura dei rapporti negoziali con il Marocco. Malgrado tutto la domanda di questi ultimi è aumentata. I calamari, così come le seppie sono di solito consumati freschi oppure fritti; il sandwich risulta essere la forma più comune di consumo di seppia, di cui solo poche tonnellate sono state utilizzate per l'inscatolamento nel corso del 1998.

Le aragoste approdano nei porti catturate dalle flotte spagnole o allevate nei vivai, per un quantitativo, ormai stabile, che si aggira intorno alle 1.500

tonnellate. La maggior parte di tali quantitativi viene pescato direttamente nelle acque spagnole, mentre, solo una minima parte, circa 15 tonnellate, proviene dai vivai.

Nel 1998, le importazioni spagnole hanno raggiunto circa 1.204 mila tonnellate, con un aumento del 136 rispetto all'anno precedente. Circa un quarto di queste importazioni provengono dagli altri paesi europei; con l'Argentina, Il Marocco, la Namibia e gli Stati Uniti come significativi rappresentanti della rimanente offerta. Le principali categorie di pesce fresco importato continuano ad essere le sardine, il nasello, il salmone, le acciughe, seguite dal tonno, le sogliole e lo sgombrò; le sardine rappresentano la maggiore specie importata surgelata (tabella 5.4).

Tabella 5.4 Importazioni di prodotti ittici per tipologia, volumi in tonnellate

Prodotto	1998	1997
Pesce fresco	208,221	198,540
Pesce surgelato	361,151	303,140
Filetto di pesce	113,673	88,192
Pesce affumicato	50,026	50,090
Crostacei	130,114	106,215
Molluschi	282,534	260,937
Pesce in scatola	45,220	44,804
Pesce conservato	13,982	12,245
Totale	1,204,921	1,064,163

Fonte: Spanish Customs Office

Nel corso del 1998 le esportazioni spagnole di pesce e di prodotti ittici in genere sono aumentate soprattutto negli scambi con i paesi non europei, al contrario sono diminuite, seppure marginalmente, in quelli con i paesi europei (tabella 5.5).

Tabella 5.5 Esportazioni di prodotti ittici per tipologia, volumi in tonnellate

Prodotto	1998	1997
Pesce fresco	67,837	67,341
Pesce surgelato	318,545	215,685
Filetto di pesce	25,322	23,475
Pesce affumicato	9,762	9,979
Crostacei	12,571	11,513
Molluschi	133,198	129,030
Pesce in scatola	75,550	52,315
Pesce conservato	17,970	18,101
Totale	662,753	529,436

Fonte: Spanish Customs Office

Tuttavia circa il 60 per cento delle esportazioni spagnole del 1999 sono state destinate a paesi europei. La ripresa dell'economia asiatica farebbe prevedere un aumento delle esportazioni nei prossimi anni.

Le catture totali della Spagna sono diminuite nel 2000 a causa di stock ittici sempre meno consistenti e per i limiti imposti alle catture nelle acque fuori della Unione Europea. Si ritiene che tale tendenza continuerà nei prossimi anni. Per compensare le minori catture, si ritiene che sia le importazioni che l'allevamento cresceranno ulteriormente.

Inoltre, a causa delle catture sempre minori, si ritiene che i prezzi del prodotto ittico cresceranno, e che, di conseguenza, il consumo continuerà a diminuire nel prossimo futuro. Le aree di vera crescita sono quelle dei piatti pronti e dei prodotti di rapida e facile preparazione. Sin dagli anni settanta la Spagna ha sperimentato cambiamenti negli stili di vita dei consumatori alquanto consistenti: anche la dieta alimentare è cambiata e continua ad evolversi, stabilmente seppur lentamente. Fattori quali le influenze cosmopolite e il numero crescente di donne nel mondo del lavoro, hanno mutato il più tradizionale paradigma di consumi alimentari. Ciò è sfociato nell'introduzione di nuovi alimenti e di nuovi ingredienti, con un mercato considerevole per tutti i tipi di piatti pronti (panati, preparati, surgelati pronti).

Seguendo la tendenza europea, una crescita consistente si è osservata in Spagna nella distribuzione dei prodotti a base di pesce lavorato e trasformato attraverso le grandi superfici di vendita (questo fenomeno è particolarmente significativo nel caso delle conserve di pesce).

Sebbene le abitudini di consumo mostrino che le famiglie acquistano meno pesce, nel settore della ristorazione la quota di consumi di pesce è aumentata. Gli acquisti delle famiglie rappresentavano l'85% delle vendite totali nel 1994, mentre nel 1999 tale segmento scendeva al 74%; per contro, nello stesso periodo, il settore della ristorazione aumentava la sua quota dal 15% al 26%.

5.2 LE TENDENZE DEL MERCATO

Le tendenze principali dell'industria della pesca spagnola concernono la progressiva concentrazione delle aziende del settore, la ricerca e la promozione di tipi alternativi di pesce, e la tendenza verso la differenziazione di prodotto e l'orientamento verso prodotti più elaborati e a maggiore valore aggiunto.

Nel 1998 i consumatori spagnoli hanno acquistato un totale di 1.206 milioni di kg di pesce, in valore 1.090 miliardi di pesetas, stando ai dati della MAPA (acronimo spagnolo per il Ministero dell'Agricoltura, Pesca e Foreste). Tale dato include sia gli acquisti effettuati dagli operatori della ristorazione che gli acquisti delle aziende della grande distribuzione. Come già evidenziato in precedenza, la vera crescita del consumo di pesce in Spagna è dovuta al settore della ristorazione più che al consumo delle famiglie.

Le cifre del MAPA mostrano che gli acquisti delle famiglie ammontavano ad una quantità stimata di 926.000 tonnellate, pari ad un valore 819,5 miliardi di pesetas nel 1999 (tabella 5.6). Questi dati non includono i prodotti a base di pesce affumicato, che rappresentano un segmento di mercato di circa 13.000 tonnellate nel 1999, portando il volume di acquisti delle famiglie a 939.600 tonnellate.

Tabella 5.6 Consumi delle famiglie di prodotti ittici* per volume e valore, 1996 - 2000

Anno	Volume '000 di tonnellate	% Variazione	Valore miliardi di peseta	% Variazione
1996	845.0	- - -	690.5	- - -
1997	867.3	+ 2.6	722.0	+ 4.5
1998	890.8	+ 2.7	775.8	+ 7.4
1999	926.6	+ 4.0	819.5	+ 5.6
2000*	955.0	+ 3.1	870.0	+ 6.1

* sono esclusi i prodotti ittici affumicati, stimati in 13.000 tonnellate nel 1999

** dato stimato

Fonte: MAPA – Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentacion

La tabella 5.7 mostra il consumo pro capite in termini di peso e valore tra il 1997 e il 1999. Nel 1999 lo spagnolo medio consumava tra le mura domestiche 23,4 kg di pesce e spendeva 20.694 peseta annue per l'acquisto di prodotti ittici. Questi dati, ancora una volta, escludono il pesce affumicato.

Tabella 5.7 Consumo domestici pro capite per tipologia di prodotto, 1997 - 1999

Tipo di prodotto	Consumo pro capite Volume in Kg			Consumo pro capite Valore in pesetas		
	1999	1998	1997	1999	1998	1997
Pesce fresco	11.80	11.28	10.83	9,580	9,045	8,501
Pesce congelato e surgelato	2.72	2.69	2.67	2,140	1,988	1,836
Conserve di pesce	3.13	3.09	3.06	3,430	3,154	2,876
Crostacei e molluschi	5.75	5.55	5.51	5,544	5,504	5,159
Totale	23.40	22.61	22.07	20,694	19,691	18,372

Fonte: MAPA

Come in Italia, le preferenze si indirizzano soprattutto verso il pesce fresco, sebbene ciò stia cambiando al seguito dei cambiamenti di struttura demografica e del mutare delle abitudini culinarie. Nel 1999, i prodotti freschi (compresi i molluschi) rappresentavano il 74% del volume totale del consumo di pesce delle famiglie, seguiti dalle conserve di pesce col 13%, il pesce congelato e surgelato col 12% e il pesce affumicato con solo l'1% (tabella 5.8).

Tabella 5.8 Consumi domestici per tipologia di prodotto, 1999

Tipologia di prodotto	Volume in %
Pesce fresco e molluschi	74
Conserve di pesce	13
Pesce congelato e surgelato	12
Pesce affumicato	1
Totale	100

Fonte: MAPA

Il pesce fresco è principalmente consumato nella Spagna centrale, seguita dalle aree settentrionali e dall'Andalusia. Le tendenze del consumo per gruppi di età, mostrano che le persone al di sopra dei 60 anni consumano la maggiore quantità di pesce fresco, mentre le persone al di sotto dei 30 anni ne consuma la quantità minore. Negli ultimi anni il consumo di piatti di pesce precotti è cresciuto in maniera considerevole, il che riflette il fatto che ci sono sempre più donne impiegate nel mondo del lavoro con sempre minore disponibilità per cucinare piatti tradizionali che richiedono molto tempo nella preparazione e meno tempo per acquistare pesce quotidianamente. È vero infatti che gli spagnoli abbiano dei gusti alimentari molto tradizionali, ciononostante i cambiamenti degli stili di vita inducono il consumatore verso prodotti ittici a valore aggiunto, cui si schiudono eccellenti prospettive di sviluppo del mercato.

Invero, stando alle cifre del MAPA e dell'Associazione dei produttori di piatti preparati pronti, i piatti pronti o quelli che hanno bisogno di una minima preparazione, oggi sono nella fase di massima crescita. Ciò è dovuto ad una serie di fattori, incluso il ruolo crescente dei discount, l'espansione del canale della consegna a domicilio e l'investimento in pubblicità per tali gamme di prodotto. C'è anche una crescita della domanda nel settore delle conserve di pesce di maggiore velocità di preparazione e di convenienza.

Nell'autunno del 2000, il MAPA ha lanciato una campagna pubblicitaria informativa sulla nuova Regolamentazione e Classificazione dei Prodotti Ittici (fresco, refrigerato o cotto). La nuova Regolamentazione disciplina l'implementazione del sistema di etichettatura del prodotto ittico, che permetterà ai consumatori di conoscere le caratteristiche del prodotto che stanno per comperare (nome commerciale, origine, metodo di pesca, presentazione, freschezza, misura e data) garantendo che il prodotto rispetti gli standard qualitativi fissati. Il Ministero intende insignire di un premio i negozi tradizionali di pesce, le grandi superfici e i mercati all'ingrosso che collaboreranno all'applicazione della nuova regolamentazione.

5.2.1 Il pesce fresco

La Alimarket, sulla base delle cifre del MAPA, stima che nel 1998 i consumatori spagnoli hanno acquistato 783,409 tonnellate di pesce e molluschi freschi (tabella 5.9). Dalla metà degli anni Novanta, il settore del pesce fresco ha mostrato delle fluttuazioni a partire dal suo livello più alto nel 1994 con 848.508 tonnellate. Nel 1995 e nel 1996, il mercato si è contratto (del 10% nel 1995 e del 3% nel 1996), per mostrare una ripresa nel 1997 del 13% , seguita da una nuova contrazione del 6% nel 1998. Il consumo delle famiglie rappresentava l'88% del totale, con 690.000 tonnellate nel 1999.

Tabella 5.9 Consumo di pesce fresco, volumi 1995 - 1999

Anno	Volume Tonnellate	% Variazione
1995	761,807	- 10.0
1996	737,044	- 3.0
1997	823,080	+ 12.8
1998	783,409	- 5.8
1999*	790,000	+ 1.5

* dato stimato

Fonte: elaborazione Alimarket su dati MAPA

Le indicazioni dicono che i consumatori spagnoli si rivolgono a prodotti ittici a valore aggiunto e lavorati, che richiedano poco tempo per la preparazione. In questo processo, il pesce fresco perde terreno.

Oltre il 50% del pesce fresco in Spagna è ancora venduto in pescherie tradizionali ed altri punti vendita di generi alimentari, ed i supermercati e gli ipermercati coprono una quota del 40% circa. La quota della grande distribuzione è cresciuta costantemente dal 25% dall'inizio degli anni novanta fino al 42% della fine del decennio. I dati del MAPA mostrano che la categoria di pesce fresco più popolare sono le sardine e le acciughe, con una quota di circa un quarto del volume di vendite nel 1998, seguite dal nasello e dal merlangio con una quota combinata del 21% (tabella 5.10).

Tabella 5.10 Consumi di pesce fresco per specie, 1998

Tipologia di prodotto	Volume in %
Acciughe e sardine	23.8
Nasello	21.6
Sogliola	8,6
Salmone	5.2
Trota	4.2
Altre specie	36.6
Totale	100

Fonte: MAPA

Un altro dato sulla popolarità delle specie ittiche fresche consumate in Spagna è dato da Merca Madrid, il maggiore mercato ittico del paese. Stando a questa fonte, le varietà preferite sono acciughe, nasello, merlango, sardine, sogliole, salmone, trote e merluzzo.

Nel settore dei crostacei (escludendo i molluschi) i gamberi rappresentano il 40% delle vendite, i gamberi di pezzatura minore il 40% e le aragoste, gli astici ed i granchi per il restante 20%.

5.2.2 Il pesce congelato e surgelato

Il pesce è oggi il prodotto da congelatore più comune in Spagna, con il 33% del volume totale del settore nel 1999 ed il 55% del valore del settore.

La Alimarket stima che il consumo totale di pesce congelato (compresi tutti i punti vendita e la ristorazione) ha raggiunto le 315.000 tonnellate nel 1999 (tabella 5.11). Sebbene il mercato sia cresciuto del 5% nel 1999, il consumo in volume non ha riguadagnato le posizioni della metà degli anni novanta. Il valore del mercato del 1999 era stimato in circa 53.345 milioni di pesetas. Si stima che il canale della distribuzione organizzata conti per circa un terzo del volume totale e il MAPA indica i consumi di pesce congelato delle famiglie a circa 110.000 tonnellate nel 1999. È interessante includere i volumi di mercato totali per mostrare una tendenza generale nella categoria del pesce congelato e surgelato.

Tabella 5.11 Consumo di pesce congelato e surgelato, volumi 1996 - 1999

Anno	Volume Migliaia di tonnellate	% Variazione
1996	311.3	- - -
1997	296.5	- 4.7
1998	300.0	+ 1.2
1999	315.0	+ 5.0

Fonte: elaborazione Alimarket su dati MAPA

Il segmento maggiore, all'interno della categoria del congelato, è quello dei crostacei e del surimi, che costituiscono il 45% delle vendite in volume nel 1999 (tabella 5.12). Il pesce non lavorato costituisce un ulteriore 22%. La quota da attribuire ai prodotti a valore aggiunto, inclusi i piatti pronti di pesce, è al momento relativamente bassa, ed è del 26% del comparto dei congelati e

surgelati. Ci si aspetta che tale quota aumenti man mano che l'offerta del prodotto aumenterà spinta da una domanda crescente.

Tabella 5.12 Consumi di pesce congelato e surgelato per tipologia di prodotto, 1999

Tipologia di prodotto	Volume in %
Molluschi e surimi	45.3
Pesce intero	22.5
Pesce preparato	19.5
Piatti pronti	6.7
Altro	6.0
Totale	100

Fonte: Leatherhead Food RA

Secondo la Mercamadrid, le specie congelate più popolari sono il nasello, il calamaro, i gamberi, il pesce spada, il merlango, il polpo e la sogliola.

Il mercato del pesce congelato è decisamente dominato da un solo grande produttore *Pescanova*. Nel 1999, *Pescanova* ha raggiunto il 40% del volume totale delle vendite di pesce congelato e surgelato. Nell'estate 2000 la *Pescanova* ha acquisito la quota di maggioranza nel gruppo di prodotti ittici congelati *Pescafina*, apportando al suo gruppo il 65% del mercato spagnolo dei prodotti preparati. Il successo di *Pescanova* è costruito su un programma continuo di sviluppo del prodotto e su un forte investimento in promozione. Da segnalare il buon risultato in termini di volumi di vendita dei prodotti offerti con il marchio delle catene di distribuzione, corrispondente al 315 del comparto (tabella 5.13).

Tabella 5.13 Quote di mercato nel comparto dei prodotti congelati e surgelati, 1999

Tipologia di prodotto	Volume in %
Pescanova	39.7
Frudesa	4.9
Delfin	2.7
Altri marchi	21.3
Marchi del distributore	31.4
Totale	100

Fonte: *Leatherhead Food RA*

5.2.3 Piatti pronti a base di pesce

I piatti pronti surgelati detengono una quota relativamente minore in Spagna rispetto alla media dei paesi europei, sebbene ci sia una crescita che è iniziata negli ultimi anni novanta. La domanda di prodotti economici e facili da preparare, combinata con migliorate tecnologie e una forte innovazione di prodotto, ha contribuito alla crescita del settore che sta divenendo sempre più allettante per il consumatore spagnolo con la varietà di prodotti pronti in grado di soddisfare gusti assai diversi.

Sfortunatamente, c'è poca documentazione che riguardi i piatti pronti surgelati come categoria distinta; il comparto dei piatti pronti surgelato è dominato dai piatti a base di pasta in stile italiano, che conta almeno per il 50% delle vendite totali. La *Leatherhead Food Association* stima che i piatti pronti surgelati a base di pesce contino per non più del 15%.

5.2.4 Prodotti di pesce ricoperti

I consumi presso il canale della distribuzione organizzata dei prodotti di pesce ricoperti è cresciuto sostanzialmente tra il 1995 e il 1999 (+52%), raggiungendo un valore stimato di 17.100 tonnellate, valutate 14,6 miliardi di pesetas (tabella 5.14). La situazione economica favorevole nel 1998 e nel 1999 in Spagna ha contribuito a dare un forte impulso alla spesa per il consumo dei prodotti convenienti per prezzo e veloci da preparare. Inoltre il mercato ha beneficiato anche dell'introduzione costante di nuovi prodotti ed un supporto di marketing di livello elevato.

Tabella 5.14 Consumi di prodotti di pesce ricoperti per volume e valore, 1995 - 1999

Anno	Volume tonnellate	% Variazione	Valore milioni di peseta	% Variazione
1995	11.050	- 1.3	9,445	- 0.4
1996	11.850	+ 7.2	10,150	+ 7.5
1997	12.590	+ 6.2	10,775	+ 6.2
1998	14.900	+ 18.3	12,735	+ 18.2
1999	17.100	+ 14.8	14,675	+ 15.2

Fonte: Asociacion Espanola de Fabricantes de Platos Preparatos

La quota maggiore in questo comparto è costituita da pesce ricoperto (filetti, pezzi, bastoncini) che rappresentano i tre quarti del volume nel 1999. Il quarto restante è costituito da una specialità spagnola, gli anelli di calamaro ricoperti.

Il pesce ricoperto è stato il prodotto trainante della crescita del mercato totale, con un volume di vendite che ha fatto registrare tassi di crescita annuali a due cifre dal 1996 (tabella 5.15). Le nuove gamme di prodotto hanno contribuito a stimolare le vendite del settore nel 1998 e nel 1999, ed inoltre i prodotti ricoperti hanno beneficiato del vantaggio di prezzo che essi godono sul pesce congelato non ulteriormente lavorato, con prezzi medi di circa il 15 - 20% più bassi.

Tabella 5.15 Consumi di filetti di pesce ricoperti per volume e valore, 1995 - 1999

Anno	Volume Tonnellate	% Variazione	Valore milioni di peseta	% Variazione
1995	6.050	+ 0.8	5,240	+ 1.7
1996	7.100	+ 17.4	6,170	+ 17.7
1997	8.840	+ 24.5	7,640	+ 23.8
1998	10.800	+ 22.2	9,325	+ 22.1
1999	12.750	+ 18.1	11,050	+ 18.5

Fonte: Asociacion Espanola de Fabricantes de Platos Preparatos

Di contro, il mercato degli anelli di calamaro ricoperti si è contratto tra il 1995 e il 1998. In qualche modo, tale trend si è invertito nel 1998 e nel 1999, sebbene le vendite siano ancora ad un livello più basso di quello della metà degli anni novanta. Si ritiene che il freno di questo tradizionale settore di prodotto spagnolo sia la più accesa concorrenza di altri prodotti ricoperti e di prodotti di convenienza usati come stuzzichini.

Il segmento di mercato è dominato da un fornitore di marca e da una serie di prodotti presentati con il marchio del distributore, come mostra la tabella 5.16. La *Pescanova*, che opera nel settore del pesce congelato e degli alimenti preparati, è l'indiscusso leader del mercato, con una quota stimata pari ad un quarto delle vendite in volume di pesce ricoperto in Spagna. I prodotti *Frudesa* e *Iglo* della *Unilever* complessivamente si attestano al secondo posto, mentre la *Findus* è terza con i suoi bastoncini *Croustibat*. La quota dei produttori con etichetta propria rappresenta un terzo delle vendite ed è cresciuta considerevolmente negli ultimi anni.

Tabella 5.16 Quote di mercato per marchio nel segmento dei prodotti di pesce ricoperti, 1998

Marchio	Produttore	Volume in %
Pescanova	Pescanova	24
Frudesa/Iglo	Unilever	9
Findus	EQT Scandinavia	5
Altri marchi		29
Marchi del distributore		33
Totale		100

Fonte: *Leatherhead Food RA*

Nel settore degli anelli di calamaro ricoperti surgelati, la *Cocinera* della *Nestlé* e *Pescanova* sono i due marchi leader, rappresentando un terzo del mercato. Tuttavia i prodotti di marca sono stati attaccati negli ultimi anni da linee di prodotto con etichetta propria, che ad oggi hanno conquistato oltre il 42% di tale segmento (tabella 5.17)

Tabella 5.17 Quote di mercato per marchio degli anelli di calamaro ricoperti, 1998

Marchio	Produttore	Volume in %
La Cocinera	Nestle	17.3
Pescanova	Pescanova	15.6
Frudesa	Unilever	2.9
Frinca	Ibergel	2.4
Altri marchi		19.1
Marchi del distributore		42.7
Totale		100

Fonte: Leatherhead Food RA

La Pescanova, essendo una delle società leader nella lavorazione del pesce, si è spostata velocemente nel comparto dei prodotti di convenienza surgelati negli anni novanta, ed ora è tra i primi tre fornitori di questi prodotti. La gamma di prodotto più forte è quella del pesce surgelato ricoperto; essa è stata sviluppata ad un passo frenetico nel 1999. Le ultime linee di prodotto includono filetti di merluzzo con pastella ai quattro cereali, filetti di nasello con pastella al sapore di limone, e Rings & Chips che sono pezzi assortiti a forma di cerchietti e bastoncini di nasello.

5.2.3 Le conserve di pesce

La Spagna è uno dei consumatori principali di conserve di pesce nel mondo, con un consumo pro capite annuale di circa 6 kg, un livello che è rimasto praticamente stabile dalla metà degli anni novanta. Nel 1999, il consumo totale di conserve di pesce in Spagna ha raggiunto le 217.000 tonnellate, pari a 108,7 miliardi di pesetas. Il comparto delle conserve di pesce offre solo limitate capacità di crescita, in quanto è un mercato maturo in Spagna. I dati della MAPA, pongono il consumo delle famiglie di pesce inscatolato a 125.000 tonnellate nel 1999, per cui i dati della ANFACO presentati nella tabella 5.18 coprono chiaramente tutti i tipi di punti vendita, compresa la ristorazione. Di nuovo, tuttavia, è interessante includere questi dati allo scopo di mostrare la tendenza complessiva del consumo di pesce inscatolato.

Tabella 5.18 Consumi di conserve di pesce per volume e valore, 1996 - 1999

Anno	Volume Tonnellate	% Variazione	Valore milioni di peseta	% Variazione
1996	221.566	- - -	97,227	- 6.0
1997	205.096	- 7.4	97,632	+ 0.4
1998	204.996	- - -	96,826	- 0.8
1999	217.374	+ 6.0	108,783	+ 12.3

Fonte: ANFACO

Il tonno, nel 1999, rappresentava il 27% del mercato del pesce inscatolato in volume e il 68% in valore (tabella 5.19)

Tabella 5.19 Produzione di conserve di pesce per specie, 1998

Prodotto	Volume tonnellate	Prezzo pesetas/Kg
Tonno	129.469	411
Tonno bianco	11.516	1.113
Sardine	25.306	440
Sgombro	11.714	662
Altri pesci	13.784	545
Acciughe	8.185	1.148
Mitili	11.896	1.008
Cefalodopi	11.617	260
Telline	5.485	548
Altri	13.724	545
Totale	234.453	498

Fonte: ANFACO

La Spagna è uno dei maggiori produttori di conserve di pesce in Europa; la Galizia da sola fornisce il 30% della produzione europea di conserve ittiche e tre delle prime cinque aziende conserviere dell'Europa comunitaria. Questo

risultato è frutto di un rigoroso processo di ristrutturazione del settore conserviero durato 20 anni. Nel 1975 in Spagna si contavano più di 450 aziende impegnate nelle attività di trasformazione e conservazione del pesce, mentre oggi il settore è composto da circa 140 aziende.

La ristrutturazione ha reso marginali e in molti casi espulso dal mercato le medie e piccole aziende conserviere spagnole. In questo contesto di concentrazione del settore e di inasprimento della competizione nazionale e internazionale, diventa critica la possibilità per le aziende superstiti di accedere alle fonti di approvvigionamento della materia prima. Si giustifica in tal senso la scelta strategica compiuta da molte aziende del settore conserviero di integrarsi verticalmente a monte, attrezzandosi pertanto con una propria flotta di pescherecci gestite direttamente oppure affidate a società controllate. A causa dunque della sempre più sensibile penuria di materia prima e delle misure adottate dalla Unione europea di adeguamento tecnico delle flotte, le aziende leader sono state indotte ad intraprendere strategie di internazionalizzazione dei mercati, attraverso la costituzione di presidi in paesi all'estero o ricorrendo a operazioni di fusione e acquisizione di concorrenti nei mercati stranieri più interessanti.

Il settore delle conserve ittiche si rivela molto concentrato, al punto che le prime cinque aziende spagnole – Calvo, Conservas Garavilla, Jealsa, Bernardo Alfageme, Escuris – detengono una quota di mercato complessiva del 54% in valore, mentre il tasso di concentrazione sulle prime dieci aziende sfiora il 70% di quota di mercato (tabella 5.20).

Tabella 5.20 Le principali aziende del settore delle conserve ittiche, quote di mercato in valore - 1999

Azienda	Marchio	Quota di mercato % in valore
Calvo	Calvo, Nostromo, Razo, San Marco	13.7
Conservas Garavilla	Isabel, Garavilla	12.4
Jealsa	Rianxeira	11.7
Bernardo Alfageme	Miau	7.9
Altri produttori		39.5
Marchi dei distributori		14.8
Totale		100.0

Fonte: Alimarket

5.2.4 Altri prodotti a base di pesce

Il pesce affumicato rappresenta un mercato di minori dimensioni ma molto vivace in Spagna, con un volume di vendita pari a 10.300 tonnellate nel 1996. Alla fine del 1998 il comparto dei prodotti affumicati aveva raggiunto le 12.500 tonnellate. Il salmone affumicato costituisce la specie di pesce maggiormente gradita del comparto, con una quota delle vendite del 60%, seguita dalla trota con l'8%, le acciughe 8%, il merluzzo con il 7% e altre specie con il 23%.

Le principali aziende attive nell'affumicatura del pesce sono Skandia, Dominguez, Silverfum, Eurosalmon e Anfele. Relativamente al salmone affumicato, il marchio Vensy - recentemente acquisito dalla francese Labeyrie - detiene il 35% di quota di mercato.

5.3 LA DISTRIBUZIONE

La crescita dell'economia spagnola, il cambiamento delle abitudini dei consumatori e la disponibilità di nuove tecnologie hanno comportato negli ultimi anni una profonda riorganizzazione dei canali distributivi. Accanto ai tradizionali canali di vendita al dettaglio se ne sono sviluppati dei nuovi e più sofisticati aventi come protagonisti grandi nomi delle reti distributive mondiali, quali ad esempio il network Carrefour-Promodès.

La molteplicità delle formule commerciali costituisce uno dei tratti distintivi della catena francese, la cui rete distributiva spazia dagli ipermercati ai supermercati, dai discount ai negozi di prossimità, fino alla vendita all'ingrosso. Essa è presente in Spagna con la catena di ipermercati e supermercati ad insegna Continente e Pryca e con i 2387 discount Dia e Minipreco.

La concentrazione nel settore distribuzione rende queste grandi multinazionali soggetti economici con un forte potere contrattuale, sia nei confronti delle aziende produttrici che nei confronti della domanda (tabella 5.21). Il numero di punti vendita tradizionali consiste di circa 41.000 negozi di alimentari, quasi un terzo di quelli attivi agli inizi degli anni settanta. Il numero di ipermercati e soprattutto di supermercati è molto aumentato durante lo stesso periodo, mentre a partire dagli anni novanta si sono diffuse sempre più i discount e i cash & carry, i quali beneficiano dell'incremento di acquisti effettuati dagli operatori del canale Hotel-Restaurant-Catering.

Come nei paesi avanzati, in Spagna il settore della distribuzione organizzata è dominato da poche grandi aziende. Nel 1999 le principali dieci aziende raggiungono oltre il 50% delle vendite di generi alimentari del paese, e il 2% del numero di punti vendita fa registrare il 48% del fatturato complessivo del settore della distribuzione alimentare. La sola Carrefour detiene il 22% della quota di mercato in valore, corrispondente a un giro d'affari di 1.143 miliardi di pesetas.

Tabella 5.21 Numero, tipologia e fatturato food dei punti vendita sul totale del giro d'affari, 1999

Tipo di rivenditore	Punti vendita	Vendite comparto food
Tradizionale	44.374	8.0%
Self service	13.447	8.1%
Superette	7.963	21.0%
Supermercato < 1000 mq	3.159	18.7%
Supermercato > 1000 mq	926	14.3%
Ipermercato	298	29.9%

Fonte: AC Nielsen

I soli gruppi spagnoli che cercano di competere con le grandi insegne straniere, anche ricorrendo a operazioni di acquisizione per crescere di dimensione, sono Mercadona e Eroski. Nel segmento delle superfici di medie dimensioni, sono molto forti in Spagna le catene Euromadi Iberica e IFA Espanola (tabella 5.22).

Tabella 5.22 Le principali insegne della grande distribuzione, per fatturato e numero di punti vendita

Insegna	Vendite Milioni di Pesetas	Numero di punti vendita		
		Ipermercati	Supermercati	Discount
Carrefour	1.143.779	114	175	2.160
Eroski	639.919	47	2.000	0
Mercadona	453.000	0	400	0
El Corte Ingles	417.033	17	45	0
Auchan	402.200	48	72	0
Caprabo	208.104	14	297	0
Superdiplo	191.187	14	274	0
Unigro	186.000	2	775	0
Lidl	92.500	0	0	270

Fonte: AC Nielsen

Il settore della distribuzione spagnolo è costituito da una serie di mercati regionali, con Madrid e Barcellona che ospitano il maggior numero di agenti, distributori e la localizzazione delle maggiori agenzie pubbliche.

Data la presenza di un mercato estremamente concentrato, diventa sempre più difficile per un esportatore individuale instaurare una rete di relazioni con le aziende produttrici, le quali preferiscono realizzare accordi commerciali con gli importatori/distributori. I prodotti ittici sono distribuiti attraverso i 22 mercati all'ingrosso di tutta la Spagna. Le principali catene distributive richiedono esplicitamente che i prodotti acquistati siano consegnati presso le proprie piattaforme distributive o magazzini di deposito, da cui verranno successivamente inviati presso ciascun punto vendita.

La struttura del mercato spagnolo per ciò che riguarda il canale distributivo catering si presenta fortemente atomizzata. Solo una tra le più importanti strutture del settore presenta un ufficio centrale per le vendite. I proprietari di piccoli bar, caffè e ristoranti, affiancano la vendita dei prodotti nei loro locali a quella nei mercati all'ingrosso. Circa l'80% per cento dei beni alimentari non deteriorabili, quindi inclusi i prodotti della linea del freddo e dei trattati, vengono gestiti nelle vendite direttamente dai distributori attraverso la formula *cash & carries*. *Makro* è il maggior gruppo di vendita cash&carry, seguito dal gruppo *Unigro*, *Coop*, *Coviran*, *Puntocash*, *Alimentacion Peninsular*, *Grupo Enaco*, *Superdiplo*, ed altri.

Solo poche tra le compagnie di distribuzione sono localizzate in aree specifiche dove la presenza di turisti risulta essere alta: *Mercatel* e *Davigel* nelle Isole Baleari, e il gruppo *Sehrs* in Costa Brava.

Il numero delle compagnie operanti nel catering istituzionale (scuole, ospedali, mense aziendali, istituti di prevenzione) è di circa 800, e negli ultimi cinque anni sono passate dal 25 al 30 per cento dell'intero comparto Hotel-Restaurant-Catering.

Il settore si presenta altamente competitivo, caratterizzato da un numero elevato di piccole compagnie altamente specializzate. La domanda per il settore scolastico ha subito un drastico declino causato dalle diminuzioni delle nascite e dal cambiamento dei moduli d'insegnamento. Al contrario le mense ospedaliere hanno incrementato la loro richiesta, ciò dovuto all'allungamento della vita, e all'aumento della popolazione di terza età.