Generale Conserve potenzia la sua nuova vocazione di produttore in Italia, riunendo accanto ad Asdomar anche Manzotin e De Rica

Un rendez-vous per tre a Genova

di Valeria Torazza

→ Conosciuta in primo luogo per il marchio Asdomar, Generale Conserve è diventata in questi ultimi anni un importante polo conserviero di riferimento, attraverso la crescita nel mercato storico delle conserve ittiche e l'acquisizione di importanti realtà nei settori della carne in scatola e delle conserve vegetali.
La storia di Generale Conserve prende avvio con l'attività di sola commercializzazione, legata strettamente al segmento premium del mercato del tonno e al marchio Asdomar. Generale Conserve inizia a produrre direttamente nel 2006 prendendo in gestione uno stabilimento in Portogallo, già fornitore dell'azienda genovese. L'acquisizione dello stabilimento di Vila do Conde in Portogallo è avvenuta cinque anni dopo. Attualmente produce sgombro e salmone. In questi anni Generale Conserve è stata l'unica realtà italiana che ha portato la produzione in Italia, grazie all'acquisizione nel 2008 ad Olbia di macchinari e impianti di uno stabilimento di lavorazione del tonno, che aveva cessato la produzione; cui è seguita, nel 2010 l'inaugurazione di uno stabilimento tutto nuovo a poche centinaia di metri di distanza. L'impegno economico non ha avuto alcuna sovvenzione pubblica e si è mantenuta l'occupazione locale, circa 250 addetti specializzati nella lavorazione da tonno intero. La scelta di Generale Conserve di non utilizzare semilavorati, ma solo pesce intero è strettamente legata alla volontà di gestire tutto il ciclo produttivo in Italia.

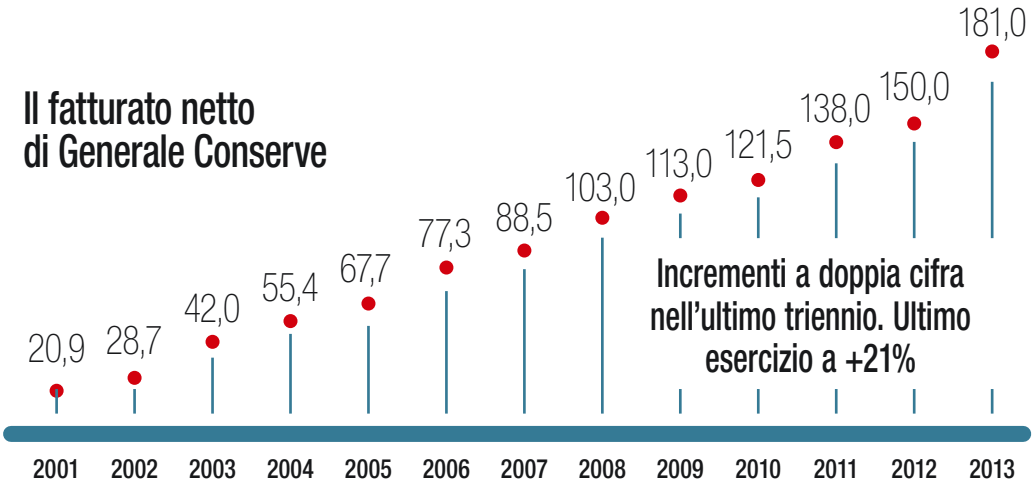
Asdomar ha un posizionamento alto sia nella linea premium sia nella linea medium. All'iniziale assortimento incentrato su filetti di tonno e tranci interi premium price, si è aggiunta la gamma del tonno

Nuove... proteine nel portfolio d'azienda

Insieme all'offerta ittica, carne e conserve vegetali completano la diversificazione

Segmenti	Posizionamento	Principali marche	
Conserve Ittiche	Seconda azienda del mercato totale tonno in olio con il 14% circa di quota Co-packer per le principali insegne della gdo	ASDOMAR	Tonno: Linea premium Tonno: Linea Medium Sgombri, Salmone e Sardine
Conserve di carne	Seconda azienda nel mercato di carne in gelatina	MANZOTIN	
Conserve Vegetali	Marchio storico italiano di conserve vegetali	DE RICA	

Fonte: elaborazione dell'autore



550
il numero di addetti
(fissi e stagionali)

60%
del fatturato
con marchi propri

40%
del fatturato
con store brand

nel segmento di prezzo medio, presidiando l'area top di questa fascia. Il buon rapporto con la gdo è un elemento principe nella strategia, con la produzione di store brand per le principali catene distributive. Asdomar ha una quota a valore del 14% del mercato complessivo del tonno all'olio. Il fatturato complessivo che nel 2013 ha superato i 181 milioni di euro è rappresentato per il 60% dalle marche aziendali e per il 40% dalle marche private. Nella produzione una parte minore è rappresenta dal petfood (in private label) e dai prodotti per la zootecnica con le farine di pesce. L'ampliamento dell'offerta di Asdomar verso la fascia media senza sovrapporsi con le marche retail di cui è produttore consente di coprire le attese di tutte le categorie di consumatori. Il risultato, oltre la quota di mercato, è evidenziato dalla penetrazione nelle famiglie: oggi sono infatti più di quattro milioni quelle che consumano Asdomar. Il fatturato è cresciuto senza soluzione di continuità con incrementi a due cifre: nel 2011 l'incremento è stato del 14%, nel 2012 del 9% e nell'ultimo anno del 21%.
Nel 2013 Generale Conserve effettua due importanti acquisizioni: a maggio il marchio Manzotin, mentre a dicembre è stata la volta di De Rica. L'obiettivo strategico è quello di ampliare e diversificare il proprio business, capitalizzando sulla tradizione dei marchi italiani, salvaguardandone i valori riconosciuti dai consumatori, e completando il proprio portafoglio di conserve, e in particolare di proteine in conserva (carne, pesce e vegetali).

L'italianità anche in questo caso è pienamente rispettata. Manzotin è un marchio storico nel mercato della carne in gelatina; rappresenta l'offerta italiana del settore, riconosciuto come tale dai consumatori. Primo obiettivo a medio termine è la destagionalizzazione del consumo; il prodotto infatti è stato sempre associato ad un'alimentazione prevalentemente estiva. Generale Conserve punta a un riposizionamento del brand Manzotin attraverso una nuova strategia di comunicazione che utilizza gli strumenti più classici dell'advertising. De Rica è nato 50 anni fa e caratterizza da subito un'ampia gamma di conserve vegetali, diversificando l'offerta dall'iniziale produzione di conserve rosse a salse, legumi, frutta sciroppata e confetture.

Cosa fa l'azienda

Missione: offrire elevati standard qualitativi con un'attenzione totale alla filiera produttiva e commerciale, dalla selezione della materia prima al cliente finale.

Attività: produzione e commercializzazione di conserve ittiche, conserve di carne e conserve vegetali; due siti produttivi per le conserve ittiche (Olbia e Vila do Conde- Portogallo); sede amministrativa a Genova.

Obiettivi a medio termine: rafforzare il posizionamento nei tre grandi rami del settore conserviero (ittico, carne e vegetali). Costruzione di un portfolio prodotti ampio e profondo.

Strategia concorrenziale: diversificazione orizzontale - settore conserviero- e verticale - marche/prezzo, tutto incentrato sul rapporto qualità- prezzo e italianità.

Internet: www.generaleconserve.it, www.asdomar.it, www.derica.it, www.manzotin.it