





MERCATO

Ottimo, versatile, nutrizionalmente ricco, moderno e antico allo stesso tempo, da ingrediente a protagonista della tavola, il tonno ben si merita la sua altissima penetrazione nelle famiglie italiane (95%). Ed oggi anche nel fitness e nei locali di tendenza, sempre più utilizzato per insalate e finger food, il tonno compete con la sua grande versatilità come ingrediente privilegiato grazie al suo sapore, alla sua genuinità e al suo background salutistico.

Gli italiani lo amano particolarmente all'olio di oliva, ma anche la varietà al naturale sta crescendo perché offre a chi vuol rimettersi in forma, o a chi preferisce scegliere da sé il condimento da aggiungere, una fonte proteica di altissima qualità e naturalità.

L'acquisto medio delle famiglie italiane è di 3 kg all'anno, a cui vanno aggiunti i consumi fuori casa. Parliamo di circa 775 milioni di latine del peso medio di 80 grammi e di 15 milioni di vasetti di vetro del peso medio di 200 grammi, una fila lunga 55.300 chilometri, 35 volte la nostra penisola da nord a sud. Un consumo di tutto rispetto per un pesce che rappresenta solo il 5% della pesca mondiale.

Il tonno è stato ed è protagonista negli ultimi anni con prodotti premium come filetti e tranci interi, nei quali ASDOMAR è leader, grazie alla sua qualità eccezionale e al suo gusto unico. Ma anche nel mercato del tonno da usare come ingrediente, nelle ricette di tutti i giorni, ASDOMAR propone una linea di prodotti medium con una qualità ben al di sopra dello standard.



Oggi, anche grazie all'italianità dell'Azienda che lo produce - Generale Conserve - una delle ormai pochissime aziende del settore a lavorare il tonno da pesce intero, il marchio ASDOMAR è al terzo posto nel mercato con più di 4.000.000 di famiglie che lo acquistano.

RISULTATI

Da follower a protagonista, ASDOMAR ha fatto sognare Vito Gulli, il Presidente di una realtà inizialmente piccola e che è passata da 20 a oltre 120 milioni di euro di fatturato, con la sua marca e con la produzione di importanti marche private. Generale Conserve, dopo aver acquistato un'azienda ittica in Portogallo, è stata l'unica azienda italiana che in questi anni di crisi economica ha acquisito (nel 2008) uno stabilimento in Italia, che aveva cessato l'attività nel settembre 2007, in quanto la precedente società aveva ceduto i marchi e non l'unità produttiva, dismessa. Successivamente (nel 2009) Generale Conserve ha investito in questa nuova attività, costruendo un nuovo stabilimento nelle adiacenze, più moderno, tecnologicamente più avanzato e tra i più grandi in Europa: 21.000 mq coperti, su una superficie di 33.000 mq, con una capacità produttiva di 100 tonnellate di tonno intero al giorno, attualmente utilizzata al 50%. Un investimento a tutt'oggi per 20 milioni di euro, senza alcuna sovvenzione per la costruzione del nuovo impianto. Questa operazione ha salvaguardato l'occupazione locale nonché l'expertise (mezzo secolo di tradizione locale nella lavorazione da tonno intero). Ad oggi sono in forza lavoro circa 250 lavoratori/trici che ogni mattina tagliano, cuociono, puliscono e quindi confezionano il tonno ASDOMAR.

STORIA

ASDOMAR compare per la prima volta negli anni '40 con prodotti in grandi formati, latte



da 3-4 chilogrammi, distribuiti allora soltanto nelle gastronomie e nei negozi di alimentari, che rivendono il prodotto sfuso.

Dagli anni '70 hanno iniziato a diffondersi in Italia i formati piccoli, e dagli anni '90 ASDOMAR ha iniziato a commercializzare formati da 100 e da 200 grammi; all'epoca tuttavia il marchio era ancora distribuito solo in alcune regioni.

Dal 2000 il marchio, tutto composto da prodotti Premium, inizia a svilupparsi su scala nazionale nella grande distribuzione, e da allora l'espansione è stata costante. Pur continuando a servire anche selezionate gastronomie, ASDOMAR è attualmente

distribuito nel 90% degli ipermercati e supermercati in Italia.

Nel 2008 l'azienda ha ampliato la sua offerta con una linea Medium, per un consumo più quotidiano del tonno, ad esempio come ingrediente nelle ricette, e ha rilevato uno stabilimento produttivo ad Olbia. Ha rilocalizzato quindi la produzione in Italia in un momento in cui tante aziende stavano portando la produzione all'estero. A febbraio 2010 ha inaugurato, sempre a Olbia, la sua nuova unità produttiva, che oggi rappresenta uno degli stabilimenti ittici più automatizzati d'Europa e dove l'innovazione convive con la tradizione dell'artigianalità, che si tramanda di madre in figlia.

Nel 2010, infine, ha acquisito definitivamente uno stabilimento in Portogallo per la produzione di sgombri, che già produceva esclusivamente per GENERALE CONSERVE dal 2006, dando lavoro ad altre 200 persone.

PRODOTTO

Parliamo di tonno, ma ASDOMAR propone un'ampia gamma di prodotti ittici quali gli sgombri, le sardine e il salmone, oltre a piatti pronti a base di tonno e pâté.

Il tonno Pinna gialla (*Thunnus albacares*), che rappresenta il gusto tipico della tradizione

italiana, viene lavorato completamente in Sardegna, dove arrivano tonni interi che vengono controllati e selezionati prima del processo produttivo. Selezionati perché l'azienda utilizza solo tonni adulti di peso superiore ai 18 Kg, peso che rappresenta la raggiunta maturità del tonno e ne garantisce la capacità di riprodursi prima della pesca, fatta con reti a circuizione.

Una parte dei filetti viene prodotta in Portogallo da Tonnetto striato dell'Atlantico (*Katsuwonus pelamis*), dal gusto tradizionalmente più intenso e pescato a canna, mentre sempre in Portogallo, dove GENERALE CONSERVE ha una seconda unità produttiva, vengono prodotti gli sgombri e le sardine.

Il posizionamento di ASDOMAR si fonda su tre cardini: qualità, sostenibilità, responsabilità sociale. La marca si impegna quotidianamente per migliorare sempre più la qualità dei prodotti e insieme la loro sostenibilità. Questi continui sforzi sono premiati con il successo nel mercato, certificato anche da un'indagine di IRI (che ha collocato ASDOMAR al primo posto per performance di crescita tra i marchi italiani del food&beverage con fatturato superiore a 30 milioni). In un mercato sostanzialmente stabile, ASDOMAR cresce sempre (+12% nel 2010 in volume), grazie a una qualità costante, agli investimenti continui in comunicazione, all'allargamento distributivo e alle novità di prodotto, ma non solo.

La sostenibilità è uno dei punti forza di ASDOMAR che ha fatto dell'etica aziendale un proprio elemento strategico di sviluppo, ottenendo la certificazione FRIEND OF THE SEA per la sostenibilità della pesca e la certificazione Sa8000 per la Responsabilità Sociale. Inoltre, il nuovo stabilimento di Olbia utilizza energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili e sostenibili, ed è certificato 100% Energia Verde. FRIEND OF THE SEA, progetto promosso dall'Earth Island Institute (NGO di San Francisco, USA), certifica, attraverso auditor internazionali indipendenti (ad esempio Bureau Veritas, DNV, etc.) diversi parametri di sostenibilità, quali la provenienza da zone non sovra sfruttate e da pescherecci autorizzati, l'utilizzo di metodi di pesca non invasivi per le specie protette e per i fondali marini. Inoltre, l'Azienda si impegna a promuovere la sostenibilità della pesca anche attraverso le proprie scelte, prima fra tutte la selezione di tonni adulti per salvaguardare la riproduzione della specie.

Lo standard Sa8000 prevede un'organizzazione ben precisa a vantaggio della sicurezza per i lavoratori che va ben oltre i

requisiti di legge, la diffusione dei principi etici anche verso i propri fornitori e una gestione del personale con la massima attenzione all'assenza di discriminazione, parità di diritti, corretta retribuzione, assenza di lavoro minorile oltre a tutti i requisiti internazionali definiti dall'ILO. Sa8000 ha significato molto per ASDOMAR in quanto il suo successo è dovuto anche ad una corretta e strategica interpretazione di tali requisiti che ha consentito di poter contare su persone, all'interno e all'esterno dell'azienda, unite da valori comuni e dal desiderio di condividere i risultati di un'azienda di indubbio successo con la massima trasparenza e correttezza.

SVILUPPI RECENTI

La distribuzione è stato l'obiettivo principale per lo sviluppo della linea Medium, per accelerare la penetrazione in famiglia e per aumentare il consumo di ASDOMAR. La marca ha recentemente allargato la sua offerta con piatti pronti a base di verdure e tonno, e pâté per snack veloci e appetitosi. Una particolare attenzione anche all'introduzione di nuovi formati per coprire ogni esigenza di consumo. Infine, importante e sempre in evoluzione la comunicazione sulle confezioni.

PROMOZIONE

Da ormai diversi anni ASDOMAR fa comunicazione con mezzi tradizionali ma proponendo campagne distinte con spot da sette secondi in onda dal 2001. Protagonista unica una confezione di tonno ASDOMAR, accompagnata da giochi di parole e - sempre - da una canzone di riconoscibilità estrema quale "Sapore di sale" di Gino Paoli. Innumerevoli gli spot che hanno accompagnato la crescita e la diversificazione della gamma, con ironia ma sempre con stile. Vincente quindi la strategia di una comunicazione che cambia quasi ogni anno, generando simpatia e riconoscibilità. Importanti nella comunicazione, come per tutto il settore food, sono i ricettari che hanno promosso il tonno da comune ingrediente in cucina a secondo piatto moderno e nello stesso tempo tradizionale. Più recente il sito www.asdomar.it, ricco di informazioni non solo sui prodotti ma soprattutto sulle specie ittiche, le zone di pesca, la lavorazione del tonno e tante ricette. Qui si trovano anche le policy dell'azienda per la sostenibilità della pesca e per la Responsabilità Sociale.

BRAND VALUES

La leadership di ASDOMAR nella fascia alta del mercato e la continua crescita nel segmento medium sono il frutto della volontà e della capacità di dare al consumatore un pro-



dotto in tutti i sensi di altissima qualità, per materie prime, lavorazione, aspetto e gusto e tutto questo con l'impegno mirato alla salvaguarda dell'ambiente marino e mentre si tutela il benessere delle persone che lavorano. Il rapporto qualità-prezzo è giudicato equilibrato dal consumatore attento alla qualità perché ASDOMAR eleva il tonno da comune ingrediente a secondo piatto gustoso, nutriente e nel contempo dietetico.

FORSE NON TUTTI SANNO CHE

- Nella lavorazione dei prodotti ittici, le donne rappresentano la maggioranza assoluta! La capacità e l'esperienza nella preparazione del pesce prima del confezionamento finale è tutta nelle loro mani!
- Durante le migrazioni il tonno è in grado di attraversare l'Oceano Atlantico in meno di due mesi, raggiungendo talvolta una velocità oraria di oltre 70 chilometri. Pertanto, il tonno è un migratore, privo di "cittadinanza e carta di identità"; non è possibile parlare di tonno italiano, spagnolo, etc. ma solo della zona in cui viene pescato.
- La lunghezza di un tonno adulto non è significativa al 100% perché può variare secondo la specie e le zone di pesca, anche se in media per la specie Pinna gialla viene approssimata a un metro. Questa specie raggiunge la sua maturità quando è intorno ai 18 kg di peso.
- La tracciabilità di un prodotto ittico consiste nella possibilità di risalire dal codice di produzione stampato sulla confezione (lotto) a tutti i documenti relativi alla filiera produttiva, a partire dalla zona di pesca e dal nome del peschereccio.

PRINCIPALI TAPPE STORICHE

- 1990 - ASDOMAR inizia a commercializzare anche formati da 100 e da 200 grammi; all'epoca tuttavia il marchio era ancora distribuito solo in alcune regioni.
- 2000 - Il marchio, tutto composto da prodotti Premium, inizia a svilupparsi su scala nazionale nella grande distribuzione, e da allora l'espansione è stata costante.
- 2003 - ASDOMAR raggiunge la leadership del segmento Premium.
- 2008 - L'Azienda rileva uno stabilimento produttivo ad Olbia e ASDOMAR amplia la sua offerta con una linea Medium.
- 2010 - Inaugura, sempre a Olbia la nuova unità produttiva, che oggi rappresenta uno degli stabilimenti ittici più automatizzati d'Europa.
- 2010 - L'azienda acquisisce definitivamente uno stabilimento in Portogallo per la produzione di sgombri, che già produceva esclusivamente per GENERALE CONSERVE dal 2006, dando lavoro ad altre 200 persone.