



Istituto nazionale per il Commercio Estero

## eMarket Services

---

## INSIGHT



**Palermo, 22 Luglio 2002**

**via degli Emiri, 45**

**ore 9.00 – 17.30**

## L'e-BUSINESS NEL SETTORE ITTICO

### La situazione italiana e lo scenario internazionale

Bernard Prevete e Marco Del Giaccio



**L' E-BUSINESS NEL SETTORE ITTICO:**  
**LA SITUAZIONE ITALIANA E**  
**LO SCENARIO INTERNAZIONALE**

**INDICE**

	pag
<b>L'internazionalizzazione del settore ittico: la situazione siciliana</b>	<b>2</b>
- Le esportazioni della Sicilia: uno sguardo d'insieme	
- La situazione siciliana ed il panorama italiano	
- L'interscambio Sicilia-Mondo	
- Distribuzione geografica delle esportazioni siciliane	
<b>L'e-Business nel settore ittico: possibili benefici</b>	<b>7</b>
<b>Gli eMarketplaces del settore ittico: la situazione internazionale</b>	<b>8</b>
- Distribuzione geografica degli eMarketplaces dell'ittica	
- Le trading functions	
- Aziende registrate e transato	
- Revenue models e criteri di partecipazione	



## L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SETTORE ITTICO: LA SITUAZIONE SICILIANA

### Le esportazioni della Sicilia: un primo sguardo d'insieme

Il settore ittico siciliano ha fatto registrare nel corso degli ultimi anni una crescita pressoché costante. A partire dal 1994, gli incrementi delle esportazioni del settore sono infatti stati quasi ogni anno nell'ordine delle due cifre: soltanto il 1998 ed il 2001 sono stati anni con performance più contenute o negative.

Il risultato negativo fatto registrare dal settore nel 2001 - con un valore esportativo di 130.076 milioni di lire -0,76% rispetto al 2000 - è comunque da ricollegarsi all'andamento del comparto dei prodotti "trasformati" che, come si evince dalla tabella 1, copre quasi i 2/3 delle esportazioni siciliane del settore. Le esportazioni di prodotti ittici trasformati hanno subito una contrazione del 9,89% non adeguatamente compensata dall'incremento del 19,27% del settore del "fresco".

**TAB. 1 Esportazione Sicilia-Mondo:1994 - marzo 2002**

Valori in milioni di lire e variazioni percentuali rispetto al periodo corrispondente

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Gen-mar 2002
<b>Prod. Della pesca e della pescicoltura (Ateco 050)</b>	8.285	14.830	19.278	31.429	30.199	35.055	41.047	48.957	4.139
	7,52%	79%	29,99%	63,36%	-4,36%	16,39%	17,09%	19,27%	70,81%
<b>Pesci conservati e prod. a base di pesce (Ateco 152)</b>	43.215	47.625	48.290	55.639	57.966	76.296	90.021	81.119	26.794
	36,79%	10,2%	1,4%	15,22%	+4,18%	31,62%	17,99%	-9,89%	91,78%
<b>Totale settore</b>	51.500	62.455	67.568	87.131	88.085	111.351	131.068	130.076	30.933
	31,05%	21,27%	8,19%	28,95%	1,09%	26,41%	17,71%	-0,76%	88,68%

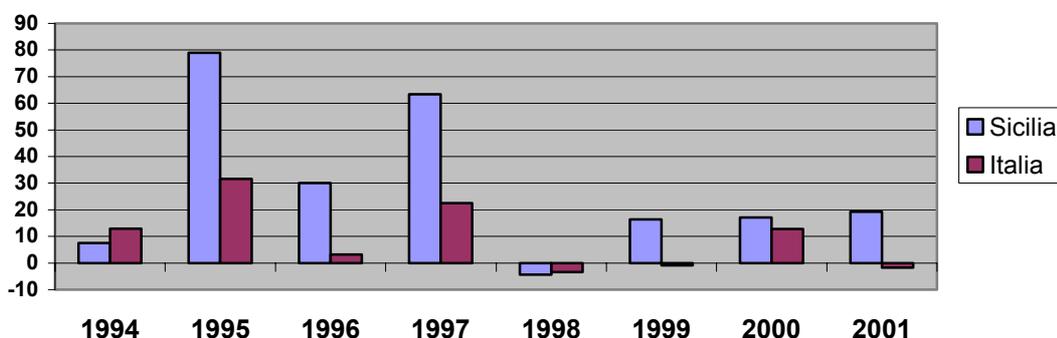
Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT



### La situazione siciliana ed il panorama italiano

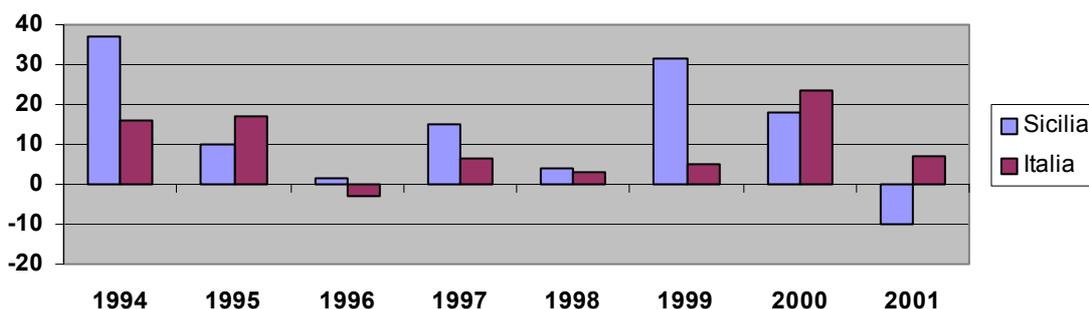
Confrontando l'andamento delle esportazioni siciliane con i corrispondenti dati nazionali, è possibile rilevare come quasi ogni anno nei due comparti dei prodotti freschi e di quelli trasformati l'isola abbia fatto registrare incrementi più consistenti rispetto a quelli di tutta l'Italia.

#### Prod. della pesca e della piscicoltura. Tasso di variazione annua



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

#### Pesci conservati e prodotti a base di pesce. Tasso di variazione annua.



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

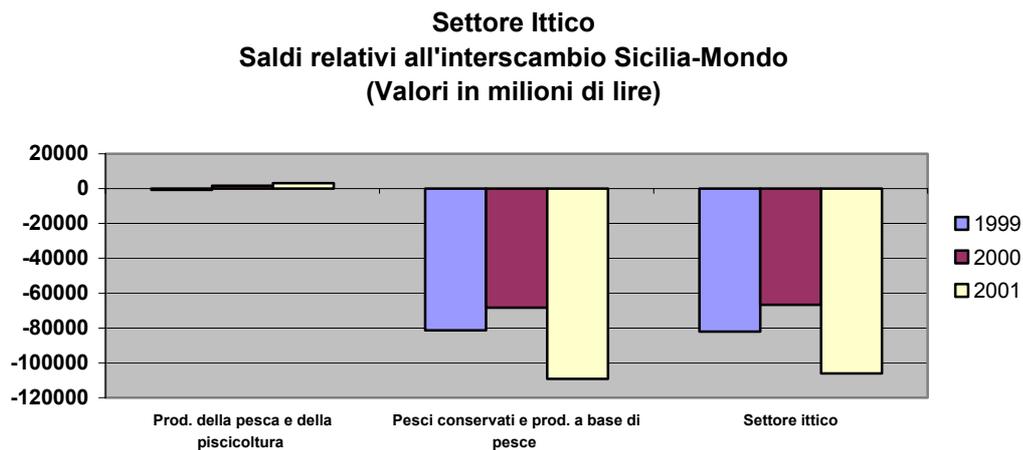
La Sicilia detiene una quota significativa della produzione e dell'export del settore ittico nazionale. Basti pensare alla quota detenuta nel comparto dei **pesci conservati e nei prodotti a base di pesce** dove la Sicilia si colloca al primo posto a livello nazionale con una quota pari al 16,53% dell'export italiano.



Per quanto riguarda il comparto dei **prodotti della pesca e della piscicoltura** dalla Sicilia provengono circa il 14,31% delle esportazioni italiane. In tale comparto l'isola si colloca al terzo posto dopo Veneto ed Emilia Romagna, facendo registrare fra l'altro uno straordinario aumento della propria quota sull'export settoriale italiano, che solo nel 1994 si attestava sul 4,48% del totale.

### L'interscambio Sicilia-Mondo

Nel 2001, a fronte dei circa 130 miliardi di lire esportati, la Sicilia ha importato prodotti ittici per un valore di circa 236 miliardi di lire (45,8 miliardi per i prodotti "freschi" e 190,2 per i prodotti "trasformati"). Il saldo della bilancia commerciale del settore risulta conseguentemente in passivo di 105,98 miliardi di lire. Anche in questo caso bisogna rilevare un differente andamento tra il comparto relativo ai **prodotti della pesca e della piscicoltura**, che ha registrato un attivo di 3,12 miliardi, ed il disavanzo del settore dei **pesci conservati e prodotti a base di pesce** che nel 2001 è stato pari a -109,11 miliardi di lire ed al quale è dunque dovuto il passivo del comparto ittico nel suo complesso.



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

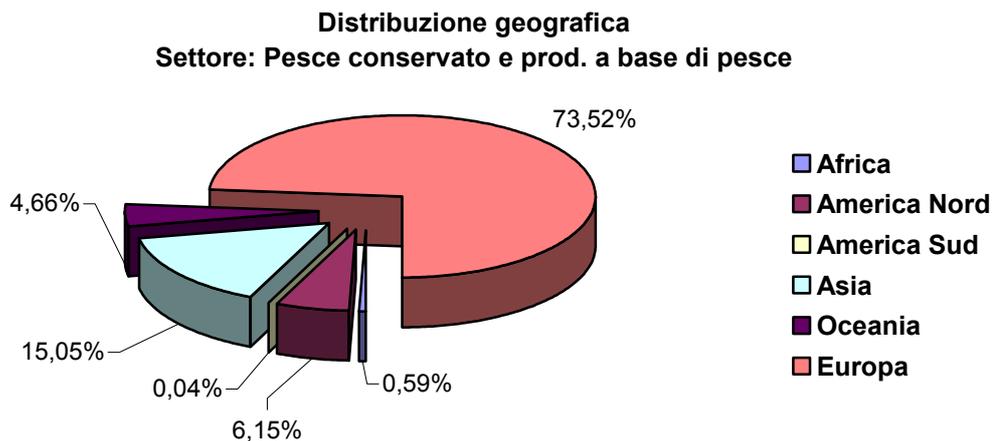


### Distribuzione geografica delle esportazioni siciliane

Per quanto concerne la distribuzione geografica delle esportazioni siciliane i grafici 2/a e 2/b evidenziano che la merce in uscita è destinata in gran parte verso l'Europa (92, 93% per il "fresco" e 73, 52% per il "trasformato"). Per il resto c'è da osservare il rilevante ruolo dell'Asia quale paese di destinazione per l'industria della lavorazione e trasformazione del pescato.



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT



Scendendo più nel dettaglio i maggiori mercati di sbocco per le esportazioni di pesce sono la Spagna (72,3% delle esportazioni siciliane del comparto nel 2001), la Grecia (9,6%), la Francia (6,1%) ed il Giappone (5%).

**Tab. 2/a Principali clienti nel comparto: Prodotti della pesca e della piscicoltura – anno 2001**

**Valori in milioni di lire e variazione percentuale annua**

	<b>Valore</b>	<b>Var (%)</b>
<b>Spagna</b>	<b>35.392</b>	<b>64,64</b>
<b>Grecia</b>	<b>4.722</b>	<b>-35,05</b>
<b>Francia</b>	<b>2.993</b>	<b>6,87</b>
<b>Giappone</b>	<b>2.434</b>	<b>-65,73</b>
<b>Malta</b>	<b>1.642</b>	<b>27,53</b>
<b>Croazia</b>	<b>605</b>	<b>109,24</b>

*Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT*

Nel settore del **pesce trasformato** i Paesi verso cui la Sicilia esporta maggiormente sono la Spagna, che ancora una volta si attesta al primo posto (61,9% delle esportazioni siciliane del comparto nel 2001), Giappone (14,8%), Grecia (6,2%), USA (5,3%).

**Tab. 2/b Principali clienti nel comparto: Pesce conservato e prod. a base di pesce**

**Valori in milioni di lire e variazione percentuale annua**

	<b>Valore</b>	<b>Var (%)</b>
<b>Spagna</b>	<b>50.235</b>	<b>17,05</b>
<b>Giappone</b>	<b>11.980</b>	<b>-44,23</b>
<b>Grecia</b>	<b>5.059</b>	<b>-12,57</b>
<b>Stati Uniti</b>	<b>4.287</b>	<b>53,06</b>
<b>Australia</b>	<b>3.746</b>	<b>-26,17</b>
<b>Germania</b>	<b>1.048</b>	<b>-26,28</b>

*Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT*



## L'E-BUSINESS NEL SETTORE ITTICO: POSSIBILI BENEFICI

Nel panorama dell'e-Business internazionale si registra una consistente crescita del B2B nel settore ittico. Alla base di questo progressivo affermarsi del B2B nel settore ittico, è possibile individuare tre principali motivazioni:

- **crescita a livello globale del mercato ittico** e sua progressiva internazionalizzazione, soprattutto nell'ultimo decennio
- **elevata frammentazione del mercato** (e conseguente necessità di creare aggregazione tra gli operatori del settore)
- **i prodotti ed i servizi scambiati sono facilmente riconoscibili** e discretamente confrontabili su parametri universalmente riconosciuti, ciò facilita enormemente la possibilità di effettuare scambi on-line

Nel 2001, le transazioni nel settore ittico sono state stimate intorno ai 400 miliardi di €<sup>1</sup> e negli ultimi dieci anni il settore è cresciuto ad un tasso annuo pari al 2%<sup>2</sup>:

Un così consistente volume d'affari ha offerto ottime possibilità di inserimento per gli eMarketplaces B2B, sia perché questi rappresentano uno strumento in grado di aggregare un mercato altamente frammentato (in cui nessuna azienda riesce a superare lo 0,5%<sup>3</sup> del mercato) sia perché le caratteristiche dei prodotti di riferimento ne permettono anche uno scambio on-line.

I **benefici** che possono essere riconosciuti all'applicazione delle nuove tecnologie nel settore ittico, sono riassumibili in tre principali categorie:

- **Riduzione dei tempi e dei costi di transazione**, sia per i buyer che per i seller
- **Maggiore efficienza** in tutti i processi organizzativi e gestionali all'interno dell'azienda (razionalizzazione della supply chain, dei processi amministrativi, dell'ufficio vendite, dell'ufficio acquisti etc)
- Ampliamento delle **opportunità commerciali**, nuovi **canali distributivi** ed ingresso in **nuovi mercati**

La più grande sfida che devono affrontare gli eMarketplaces di questo settore è quella di far incontrare attraverso un canale innovativo (integrativo o alternativo rispetto a quello tradizionale) gli operatori del settore di ogni parte del mondo: il tutto in tempo reale ed in modo interattivo, su una piattaforma telematica che permette di superare anche distanze fisiche notevoli, creando potenzialmente contatti ed opportunità di business tra pescatori del mare del Nord e buyer negli USA.

A fronte di questi benefici e delle significative prospettive di crescita, va inoltre riscontrato anche un consistente interesse istituzionale nei confronti del fenomeno. Sia la Nuova Zelanda, che l'Irlanda e la Gran Bretagna hanno infatti istituito dei working tables per studiare il fenomeno e le possibilità da questo offerte per i rispettivi produttori nazionali.

---

<sup>1</sup> Fonte: [www.fishround.com](http://www.fishround.com)

<sup>2</sup> Fonte: [www.globefish.org](http://www.globefish.org)

<sup>3</sup> Fonte: [www.seafoodalliance.com](http://www.seafoodalliance.com)



## GLI EMARKETPLACES DEL SETTORE ITTICO: LA SITUAZIONE INTERNAZIONALE

Negli ultimi anni il numero di eMarketplaces per il settore ittico è andando costantemente aumentando ed oggi al mondo si contano **24 eMarketplaces** dove è possibile scambiare prodotti ittici, pesce e frutti di mare.

Su alcuni di questi siti è possibile scambiare e commercializzare ogni genere di prodotto fresco e/o deperibile (pesce, carne, frutta e verdura, formaggi etc): in questo caso si tratta di **eMarketplaces “orizzontali”** che si rivolgono indistintamente a tutto il settore agroalimentare, includendo anche quello ittico. Solo per citare qualche esempio, si tratta di eMarketplaces quali: agribuys.com, globalfoodexchange.com, efodmanager.com, foodstrading.com, foodtrader.com, agrelma.com, consumalia.com in cui è disponibile una sezione appositamente dedicata agli operatori dell'industria della pesca.

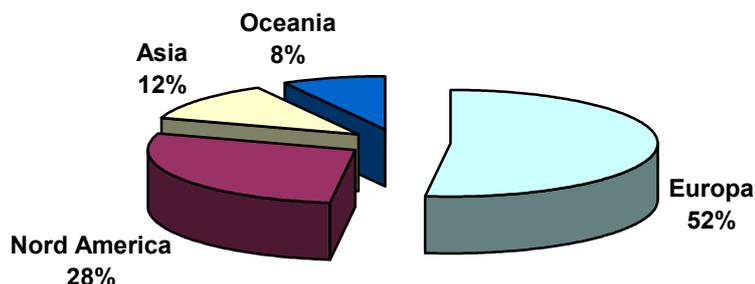
Negli altri casi si tratta di **eMarketplaces verticali**, ovvero di siti B2B esclusivamente dedicati al settore ittico, quali: fishmarket.com, fishmonger.com, fishround.com, PEFA.com, worldcatch.com, seafood.com, o che si rivolgono ad un prodotto specifico ed alla sua relativa filiera produttiva, come il caso di atuna.com per il tonno.

In alcuni eMarketplaces c'è una distinzione (con sezioni ad hoc) tra mercato primario (pescato e allevamento) e mercato di prodotti condizionati, o tra pesce fresco e congelato, come ad esempio in gotradeseafood.com, fondatore di due eMarketplaces, gofish.com e gofrozen.com, dove si scambiano rispettivamente pesce fresco e pesce congelato.

### Distribuzione geografica degli eMarketplaces dell'ittica

Da un punto di vista geografico, gli eMarketplaces dell'ittica si presentano così distribuiti<sup>4</sup>.

#### Distribuzione geografica degli eMarketplaces del settore ittico



Fonte: ICE – eMarket Services Italia (2002)

<sup>4</sup> Per la distribuzione geografica si tiene in considerazione la nazionalità degli eMarketplaces., ovvero il Paese in cui l'eMarketplace ha la propria sede operativa centrale (head quarter): ciò non esclude in alcun modo che gli eMarketplaces considerati siano operativi e presenti, anche con filiali ed uffici vendita, in altri Paesi



Nel dettaglio, la situazione europea si presenta così articolata:

<b>e-Marketplaces con head quarter in Europa</b>	
<b>Paese</b>	<b>e-Marketplaces</b>
Belgio	PEFA.com
Francia	Foodstrading.com
Germania	Fischauktion.de Efoodmanager.com
Islanda	Rfs.is lffmfish.com
Italia	Agrelma.com Fishtel.it
Norvegia	Fishmarket.no
Olanda	Vau.nl Atuna.com
Spagna	Consumalia.com

*Fonte: ICE – eMarket Services Italia (2002)*

In sostanza, i mercati che oggi sembrano essere più inclini all'e-Business per il settore ittico sono l'Europa, che fa registrare il maggior numero di iniziative (in particolar modo nei paesi nordici, come Islanda, Norvegia, Svezia, Olanda e Belgio) ed il Nord America (USA e sempre più Canada).

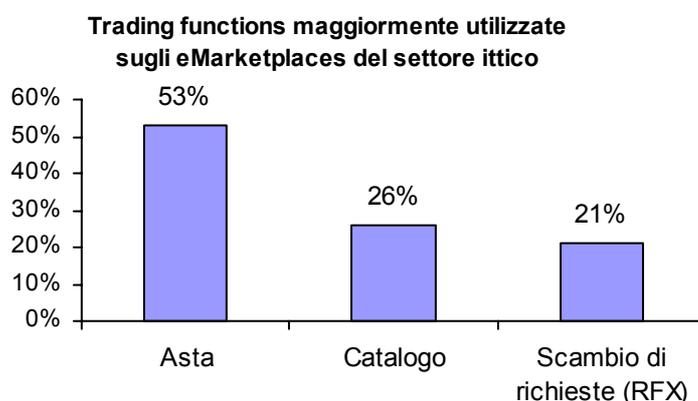
Si hanno aspettative di crescente digitalizzazione per l'area del Mediterraneo e per quella Asia-Pacifico, già ben avviata con casi eccellenti in Corea, Giappone e Nuova Zelanda.

Risulta ancora esigua, invece, la propensione all'utilizzo di canali telematici in America Centro-Meridionale, nonostante la presenza di mercati strategici ed altamente produttivi (quali Cile, Ecuador e Perù).



## Le trading functions

L'offerta di strumenti di trading per il settore ittico si presenta definita in modo molto netto e le **aste** on-line rivestono un **ruolo centrale**: esse vengono infatti utilizzate dal 53% degli utenti, seguite dai cataloghi elettronici (26% di utenza) e da meccanismi per lo scambio di preventivi, richieste di offerta e di vendita (21%).



*Fonte: ICE – eMarketServices Italia (2002)*

Bisogna sottolineare il fatto che tutti gli eMarketplaces che si rivolgono in modo verticale al settore ittico mettono a disposizione dei propri clienti la possibilità di effettuare aste on-line, mentre gli eMarketplaces orizzontali dell'agroalimentare che si rivolgono anche all'ittica tendono a lavorare oltre che con le aste anche con i cataloghi ed i meccanismi di scambio di richieste (RFX).

Questo fenomeno è in linea con uno dei principali obiettivi dei gestori, ovvero quello di creare vere e proprie piattaforme telematiche dove trasportare le tradizionali aste quotidiane del pesce.

Va inoltre riscontrato che per il settore ittico la tipologia di aste offerte si presenta estremamente variegata: aste "pubbliche" (aperte a tutti i membri dell'eMarketplace) e private (riservate soltanto alle aziende invitate), aste inverse (bandite dai buyer per acquistare i prodotti desiderati facendo competere più seller) e aste dirette (bandite dai seller per vendere i propri prodotti), con durata e modalità variabili.

La centralità rivestita dalle aste per questo settore garantisce un accesso semplice ed efficiente ai mercati internazionali, oltre a generare nuove opportunità commerciali.

Il vantaggio è duplice: da un lato i seller hanno un numero maggiore di buyers, dall'altro buyers hanno una possibilità di scelta più vasta tra diversi seller con la possibilità di spuntare un prezzo migliore.



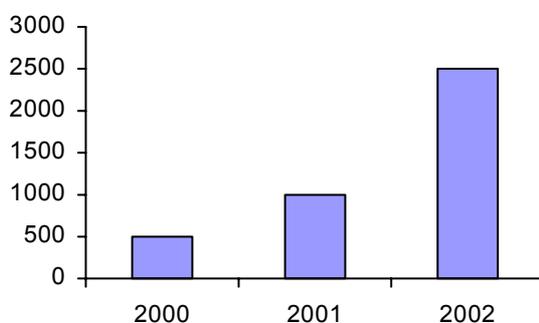
## Aziende registrate e transato

I risultati di questi eMarketplaces sembrano incoraggianti sia dal punto di vista delle aziende registrate che da quello dei volumi transati.

Oggi si contano infatti circa **40.000 aziende iscritte** in tutto il mondo, con un transato che negli ultimi tre anni ha fatto registrare una significativa crescita degli scambi.

Questi sono passati dai circa 500 milioni di € del 2000, agli oltre 1000 del 2001, con previsioni di raggiungere i 2500 nel corso del 2002.

**Volume transato dagli eMarketplaces  
del settore ittico nel mondo**



Fonte: ICE – eMarket Services Italia (2002)

Tutti gli eMarketplaces dell'ittica fanno registrare un trend positivo di operazioni commerciali concluse sul proprio: tra di essi quello che fa registrare il trend migliore è PEFA con un aumento di volume transato pari all'87% rispetto allo stesso periodo del 2001.

## Revenue models e criteri di partecipazione

Ancora in fase di espansione e nell'ottica di accrescere il numero di buyer e di seller, solitamente **l'iscrizione** agli eMarketplaces del settore ittico è **gratuita**, mentre vengono richiesti compensi per pubblicizzare i propri prodotti on-line o per bandire un asta.

Per le aste, gli eMarketplaces dell'ittica tendono a richiedere una **percentuale sul transato**: le percentuali richieste variano da un minimo dello 0,5% (agribuys.com) al 3% massimo (foodtrader.com).

Per quanto riguarda i criteri di partecipazione e di utilizzo, tutti gli eMarketplaces del settore richiedono una registrazione obbligatoria per accedere alle negoziazioni delle aste on-line o ad eventuali altri servizi aggiuntivi: quasi tutti accreditano inoltre le aziende in seguito a verifiche su qualità e solvibilità.