

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Informe Especializado El mercado pesquero de Italia



ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	2
I. ANÁLISIS DEL MERCADO INTERNO	4
Mercado de Consumo Local.....	4
Principales Categorías de Consumo	6
Precios Orientativos.....	7
Mercado de Consumo Industrial.....	11
II. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.....	12
III. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES PARA PRODUCTOS PESQUEROS	14
Análisis de las Importaciones de Italia.....	14
Análisis de las Exportaciones de Perú a Italia.....	17
Productos con Potencial Exportador.....	18
IV. ACCESO AL MERCADO	21
Medidas arancelarias.....	21
Medidas no arancelarias.....	22
V. INFORMACIÓN DE INTERÉS	25
Ferias comerciales.....	25
Oficina Comercial del Perú en el Exterior.....	25
Fuentes Relevantes de Información.....	25
VI. INFORMACIÓN SOBRE COMPRADORES POTENCIALES.....	26



Fuente: Market Line

Con una población estimada de 60 millones de habitantes y un consumo per cápita de productos pesqueros de 8,6 kilogramos anuales, Italia es una de las plazas con mayor potencial a nivel mundial.

El mercado de Italia representó el segundo mayor mercado de pescados y mariscos en Europa con un total de US\$ 8 380 millones lo que representó una participación de 17,1% en términos de valor en 2015. Asimismo, se ha consolidado como el sexto importador mundial de productos pesqueros para consumo humano directo (CHD) con compras valorizadas en US\$ 5 411 millones en 2015.

El país depende notablemente de las importaciones, las cuales representan el 75% del consumo interno. Esta situación parece que se intensificará en los próximos años si se tiene en cuenta que la producción nacional mantiene una sostenida tendencia a la baja desde hace varios años que solo puede satisfacer una base de consumidores limitada. A su vez, las importaciones cada vez más se ven favorecidas por servicios logísticos más eficientes, lo que permite suministros rápidos principalmente de proveedores regionales como Francia, Holanda, Reino Unido, Dinamarca y Noruega. Sin embargo, en el último quinquenio, se ha podido notar un notable incremento en las importaciones provenientes de países extraregionales como Indonesia, Perú e Islas Salomón.

Los productos conservados / procesados son la principal categoría de consumo para productos pesqueros; de hecho, Italia es el tercer importador mundial de preparaciones y conservas de pescados en el mundo y el primero en Europa (US\$ 1 070 millones en 2015)¹. En los últimos años, el mercado de conservas italiano se ha incrementado notablemente debido al éxito adquirido por las private label o white label, es decir aquellas marcas comercializadas con el nombre de las grandes cadenas de supermercados.

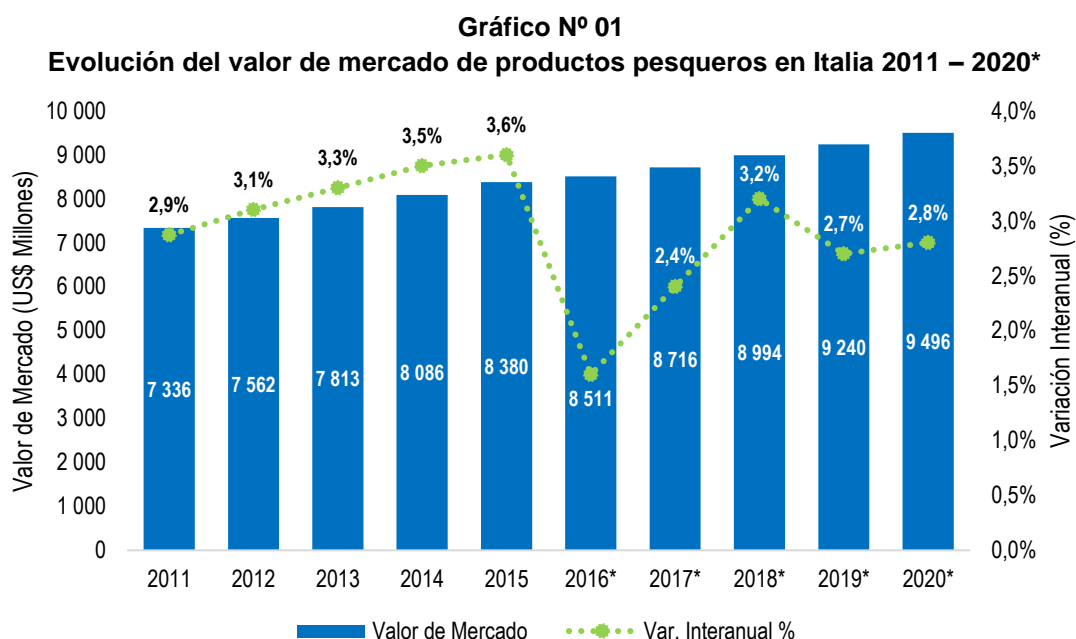
¹ Cfr. Trademap en relación a las importaciones mundiales del subcapítulo 1604: Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sucedáneos.

También se puede notar preferencias por moluscos refrigerados o congelados importados (US\$ 1 091 millones) como calamares, sepias, potas, pulpos, conchas de abanico, entre otros; productos de los cuales es el segundo mayor comprador a nivel mundial por detrás de España².

Finalmente, los pescados y mariscos se comercializan principalmente a través del canal moderno con una participación de 70% sobre el volumen de mercado en 2015. En este contexto, los supermercados e hipermercados mantienen el liderazgo, mientras que discounters como Eurospin y Lidl vienen mostrando buenos resultados en los últimos años, especialmente en lo relativo a pescados y mariscos congelados. En tanto, los mayoristas gradualmente vienen perdiendo importancia, con excepción de enclaves históricos como los terminales pesqueros de Chioggia y San Benedetto del Tronto, debido a que los compradores están optando mayoritariamente por la importación directa. Entre los mayores distribuidores de la categoría en Italia se encuentran Sogemi Spa, GioMare e IllioPesca³.

I. ANÁLISIS DEL MERCADO INTERNO

Mercado de Consumo Local



Fuente: Market Line Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ Nota: * Proyectado

El mercado italiano de pescados y mariscos totalizó más de US\$ 8,4 mil millones en 2015, lo cual representó un incremento medio anual de 3,4% en los últimos cinco años. Esta tasa indica mayor dinamismo en relación a otros mercados regionales como Francia y Alemania, quienes

² Cfr. Trademap en relación a las importaciones mundiales del subcapítulo 0307: Moluscos, aptos para el consumo humano frescos, refrigerados o congelados

³ Cfr. Euromonitor International – Fish & Seafood in Italy 2016

registraron crecimientos compuestos de 2,5% y 3,0% respectivamente, durante el mismo periodo de tiempo.

Italia representa el 17,1% del consumo total en valor de productos pesqueros en Europa. De hecho, el arraigo de la cocina mediterránea y el estilo de vida italiano tienen mucho que ver con ello, es así que productos como atunes, lenguados, bacalao, merluzas, doradas, sardinas y pulpos son bastante populares entre los consumidores.

Es importante mencionar que el consumo de productos hidrobiológicos en Italia no muestra un perfil homogéneo tanto desde el punto de vista socioeconómico como geográfico – cultural. Los consumidores del sur y centro del país suelen mostrar preferencias por productos de origen local y frescos. En contraste, las presentaciones congeladas cuentan con mayor éxito en las plazas del norte donde tradicionalmente el pescado no forma parte de la gastronomía regional. Asimismo, los productos pesqueros congelados y procesados son preferidos por algunos segmentos sociales como los solteros (singles) y mujeres trabajadoras de ingresos medios que viven en las principales ciudades o en regiones con alta densidad urbana donde tienen presencia las grandes cadenas de supermercados.

Para el periodo 2016 – 2020 se espera que las ventas de la categoría se incrementen a una media anual de 2,8% debido a dos factores clave: (i) la madurez del mercado y (ii) el incremento de precios debido a la escasez de materia prima debido a la mayor demanda mundial. En primer lugar, con el fin de dinamizar las ventas, las principales empresas del sector se encuentran desarrollando productos innovadores para capturar el interés de los consumidores – especialmente los más jóvenes – sobre todo en términos de conveniencia y consciencia ética (pesca sostenible).

Otro punto a destacar y que podría repercutir a largo plazo es el incremento de los expatriados y los menores índices de crecimiento de la población nacida en Italia, lo cual está contribuyendo a un alejamiento de los nuevos consumidores de la clásica dieta mediterránea basada en productos del mar. Ello se puede notar en el hecho de que mientras más edad tiene el consumidor, mayor es la ingesta de pescados y mariscos. Sin embargo, se debe notar que la exposición de los italianos más jóvenes a tendencias gastronómicas internacionales podría propiciar la demanda de especies no habituales como el mahi – mahi, por ejemplo.

Principales Categorías de Consumo

Cuadro N° 01
El mercado de productos pesqueros en Italia por categoría - 2015

Categoría	2015 US\$ Millones	Participación 2015	TCP 2010 - 2015	TCP 2015 - 2020
Productos pesqueros refrigerados - Procesados	2 151	26%	3,22%	4,00%
Productos pesqueros en Conserva	2 058	25%	3,44%	4,55%
Productos pesqueros refrigerados - Cortes enteros	1 536	18%	3,18%	4,10%
Productos pesqueros Frescos (Counter)	1 386	17%	3,83%	4,45%
Productos pesqueros Congelados	1 146	14%	2,71%	3,58%
Productos pesqueros Secos	103	1%	2,22%	2,84%

Fuente: Market Line & Canadean Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

En 2015, los productos pesqueros refrigerados – procesados (US\$ 2 151 millones) fue la categoría que registró las mayores ventas dentro del mercado de pescados y mariscos, representando así 26% del total. Destacan pescados y mariscos refrigerados en bandejas o similares, así como revestidos o pre –marinados.

El consumo de productos en conserva (US\$ 2 058 millones) se mantiene como la segunda categoría más demandada y ha registrado una de las mayores tasas de crecimiento medio anual al incrementarse en 3,4% entre 2010 – 2015. Ello debido a los menores precios en comparación con otras presentaciones y al factor conveniencia. En este segmento predomina la oferta de empresas como Bolton Group, Nostromo, Findus Group y Cofaco Acores Industria de Conservas.

Los productos pesqueros refrigerados – cortes enteros (US\$ 1 536 millones) han crecido en 3,18% en el último quinquenio y destacan cortes enteros de pescados populares como el bacalao, platija, merluza y pez espada en presentaciones crudas que usualmente son ofrecidos en bandejas en los supermercados.

Las presentaciones frescas (US\$ 1 386 millones) se encuentran posicionadas entre los consumidores como productos de alta calidad; sin embargo, en los últimos años han registrado precios bastante elevados que han menguado su potencial de crecimiento en favor de otras presentaciones como las conservas y congelados. El pescado fresco se vende generalmente sin envasar. Los consumidores italianos están acostumbrados a ser capaz de mirar a los productos de pescado que van a comprar con el fin de evaluar su frescura y calidad. En tanto, los contadores de pescado en los supermercados e hipermercados son comunes.

Durante el periodo de revisión, los consumidores también dirigieron su consumo hacia pescados y mariscos más baratos, generalmente importados, y de cría, ya que esto permite a los vendedores mantener los precios bajos.

Precios orientativos

Mercados Mayoristas

Para el presente análisis se ha identificado los rangos de precios identificado durante los días 19 y 25 de setiembre de 2016 en los dos mercados mayoristas de redistribución más importantes de Italia: [Mercato Ittico all'ingrosso di Milano - Sogemi](#) (Milán) y el [Centro Agroalimentare Roma](#).

Cuadro Nº 02
Precios Mayoristas para productos seleccionados – Sogemi Milán

Especie	Talla	Presentación	Procedencia	Precio Mínimo (€ / Kg)	Precio Máximo (€ / Kg)
Moluscos					
Calamar	Pequeño	Fresco / Refrigerado	Nacional	15	20
Calamar	Grande	Fresco / Refrigerado	Nacional	16,5	21
Calamar	Grande	Fresco / Refrigerado	Extranjero	20	33
Vieras	-	Fresco / Refrigerado / Sin coral	Nacional	7	10
Vieras	-	Fresco / Refrigerado / Sin coral	Extranjero	10	11,7
Pulpo	-	Fresco / Refrigerado	Nacional	8,8	11
Pescados					
Anchoas en salazón	-	Fresco / Refrigerado/ Primera Calidad	Nacional	2,14	4,43
Sardinas	-	Fresco / Refrigerado/ Segunda Calidad	Nacional	1,71	3,57
Caballa	-	Fresco / Refrigerado	Nacional	2,5	3
Trucha Arco Iris	-	Fresco / Refrigerado / Entera	Nacional	4,9	9,5
Crustáceos					
Langostino	Pequeño	Fresco / Refrigerado / Entero	Nacional	5	5,9
Langostino	Mediano	Fresco / Refrigerado / Entero	Nacional	9,5	28
Langostino	Grande	Fresco / Refrigerado / Entero	Nacional	24	38
Langostino	Pequeño	Fresco / Refrigerado / Entero	Extranjero	13	15

Fuente: Ismea Mercati Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Cuadro Nº 03
Precios Mayoristas para productos seleccionados – Centro Agroalimentare Roma

Especie	Talla	Presentación	Procedencia	Precio Mínimo (€ / Kg)	Precio Máximo (€ / Kg)
Moluscos					
Calamar	-	Fresco / Refrigerado	-	13	17
Calamar	-	Fresco	M. del Norte	14,5	17

Vieras	-	Fresco / Refrigerado	Francia	12	14
Pulpo	-	Fresco / Refrigerado	Extranjero	6,5	15
Pulpo	-	Congelado	Marruecos	5,2	8,2
Sepia	-	Fresco / Refrigerado	Francia	9,5	12
Pescados					
Caballa	-	Fresco / Refrigerado	Mediterráneo	4	4
Caballa	-	Fresco / Refrigerado	Dinamarca	3	3,5
Crustáceos					
Langostino	-	Congelado	Dinamarca	12,8	20,5

Fuente: Ismea Mercati Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Mercados Minoristas / Retail

Como ya se ha mencionado en secciones anteriores, los precios a nivel minorista han visto importantes incrementos en relación a la menor oferta mundial de diversas especies. De hecho, el factor importaciones es clave en el mercado italiano si se tiene en cuenta que el 75% del consumo interno de productos pesqueros proviene de esta fuente.

De acuerdo a información de Nielsen Group, los moluscos son los que han experimentado un mayor aumento de precios en relación al resto de productos pesqueros. Es así que productos como el pulpo fresco y descongelado que durante las quincenas de mayo y junio de 2013 se cotizaban en 10,5 € / kg., en similar periodo de 2014, 2015 y 2016 lo hizo en 11,12 € / kg., 12,12 € / kg. y 12,43 € / kg, respectivamente. Similar es el comportamiento de las sepias y los calamares, productos que pasaron de venderse en 10,32 € / kg. y 9,64 € / kg. en promedio durante las quincenas de mayo y junio de 2013, a 12,26 € / kg. y 10,98 € / kg. durante similar lapso en 2016.


A continuación la lista de precios minoristas para los productos seleccionados en presentaciones frescas / refrigeradas:

Cuadro N° 04
Precios Minoristas para productos seleccionados


Especies	Precios Minoristas Quinc. May - Jun 2016 EUR / Kg.	Var. % Quinc. May - Jun 2016 Quinc. Abr- May 2016	Var. % Quinc. May - Jun 2016 Quinc. May - Jun 2015
Anchoas	6,59	-6,5%	9,7%
Sardinas	5,29	9,4%	-0,1%
Caballa	7,93	27,4%	8,1%
Merluza	11,55	-1,2%	-1,3%
Trucha Arco Iris	10,94	2,1%	3,5%
Calamar	10,98	3,6%	8,3%
Pulpo	12,43	2,5%	2,5%
Sepia	12,26	6,9%	5,1%

Fuente: Ismea Mercati / Nielsen Group Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ


En tanto de acuerdo a la base de datos Canadean Product Launch, se ha podido identificar productos con valor agregado en base a insumos de la oferta exportable peruana pesquera que son lanzados con mayor frecuencia buscando dinamizar el consumo de esta clase de productos teniendo en cuenta la madurez del mercado. *Se evidencia que el país de fabricación es Italia, por lo que una gran cantidad de los productos importados deben ir a la cadena de procesadores, no a distribuidores de detallistas.*

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Preparado para Risotto (Mixtura de pota , mejillones & langostinos)
	Presentación del producto	Primario: Empaque de plástico sellado al vacío Secundario: Caja de cartón
	Marca	Primia
	Precio	US\$ 3,00 / 300 gr.
	País de fabricación	Italia
	País de distribución	Italia
	Fecha de lanzamiento	2014


Fuente: Product Launch Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Filete de trucha arco iris orgánica a la Bascaiola
	Presentación del producto	Primario: Bandeja
	Marca	Almaverde Bio
	Precio	- / 300 gr.
	País de fabricación	Italia
	País de distribución	Italia
	Fecha de lanzamiento	2015


Fuente: Product Launch Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Sopa gourmet para gatos: Filete de atún & langostinos / Filete de atún & anchovetas
	Presentación del producto	Primario: Plastic Pouch
	Marca	Purina
	Precio	US\$ 2,23 / 400 gr.
	País de fabricación	Italia
	País de distribución	Italia
	Fecha de lanzamiento	2015


Fuente: Product Launch Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Langostinos empanizados
	Presentación del producto	Primario: Caja de cartón
	Marca	Findus
	Precio	US\$ 4,5 / 200 gr.
	País de fabricación	Italia
	País de distribución	Italia
	Fecha de lanzamiento	2014


Fuente: Product Launch Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Mini hamburguesas de atún
	Presentación del producto	Primario: Latas de metal (x3) Secundario: Cajas de cartón
	Marca	Saponi di Mare
	Precio	US\$ 5,6
	País de fabricación	Italia
	País de distribución	Italia
	Fecha de lanzamiento	2014

Fuente: Product Launch Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Filetes de anchoas en ají
	Presentación del producto	Primario: Envase de vidrio
	Marca	Saponi di Mare
	Precio	US\$ 4,2 / 90 gr.
	País de fabricación	Italia
	País de distribución	Italia
	Fecha de lanzamiento	2014

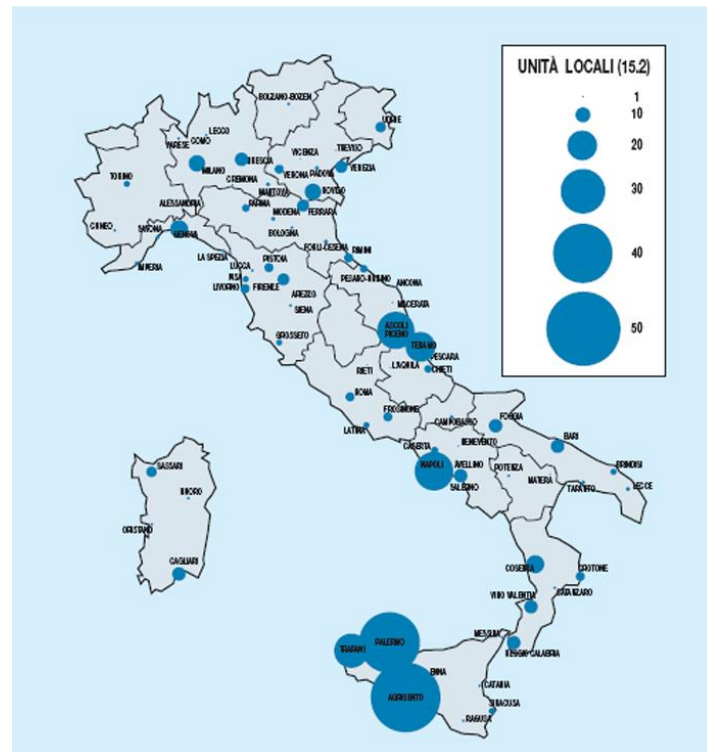
Fuente: Product Launch Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Mixtura del mar (calamar, almejas, langostinos)
	Presentación del producto	Primario: Bolsa plástica envase al vacío Secundario: Caja de cartón
	Marca	Findus
	Precio	US\$ 4,92 / 400 gr.
	País de fabricación	Italia
	País de distribución	Italia
	Fecha de lanzamiento	2014

Fuente: Product Launch Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Mercado de Consumo Industrial

Gráfico N° 02
Distribución provincial de las unidades de transformación de productos pesqueros en Italia



Fuente: Ismea

Así como Italia es el tercer mayor importador de pesca de consumo humano directo en Europa, también cuenta con una de las más importantes ofertas en cuanto a productos procesados con una sólida industria de transformación ubicada mayoritariamente en la región de Sicilia y, en menor medida, en Lombardía y Veneto.

En Sicilia se encuentran tres de las más importantes empresas conserveras del país y su industria de transformación abarca tanto especies locales como importadas que incluyen anchovetas, caballas y atunes. Estas empresas se encargan de realizar múltiples procesos como la salazón, deshidratación, ahumado, marinado, y congelamiento; los cuales son practicados bajo técnicas tradicionales como estrictamente industriales. La mayoría de las compañías de procesamiento se ubican principalmente en la zona costera, cerca de los puntos de pesca, y en particular en las provincias de Agrigento (Sciacca), Palermo (Aspra – Bagheria) y Trapani (Mazara del Vallo).

Mientras que las anchoas y sardinas saladas se producen a gran escala en los distritos de Aspra y Sciacca; en Mazara del Vallo existen una gran variedad de empresas que se dedican a la

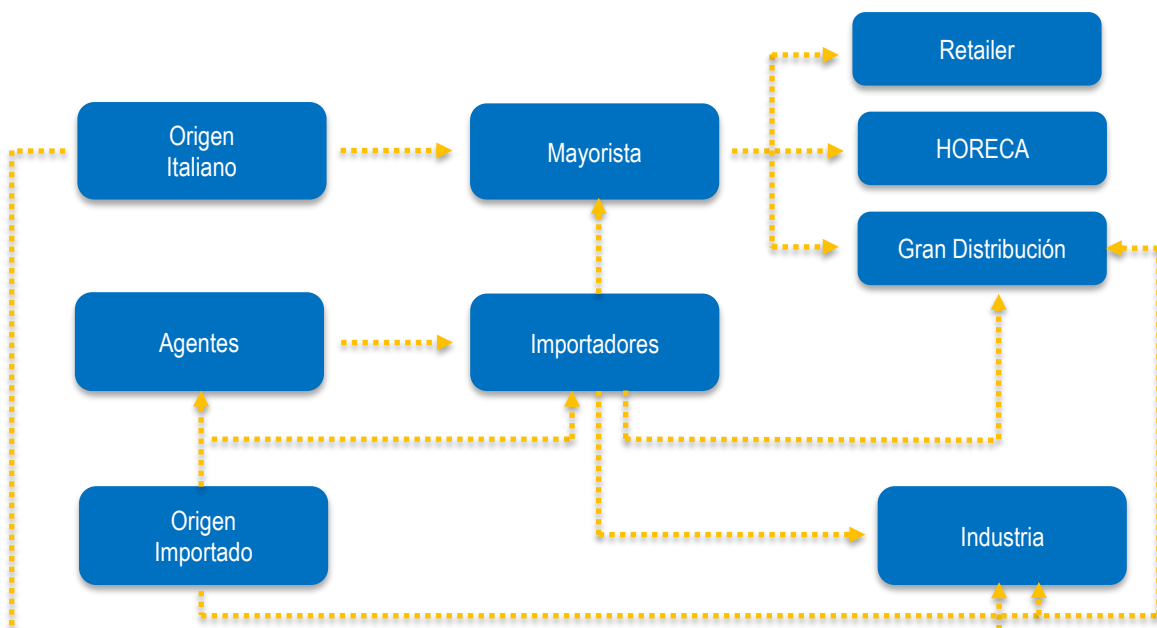
conservación, congelamiento y refrigeración de múltiples productos (pescados, crustáceos y mariscos). Entre las principales empresas procesadoras de la región se encuentran Itaga SNC y Medipesca SRL.

Es importante mencionar que uno de los clusters más interesantes de explorar en Italia es el denominado “[Distrito Productivo de la Pesca](#)” en el cual conviven más de 130 empresas sicilianas que incluyen desde constructoras de barcos hasta plantas de transformación. Asimismo, se calcula que tiene una facturación anual de más de US\$ 265 millones y US\$ 60 millones en exportaciones⁴.

Se estima que entre el 65% y 70% de la fabricación italiana de productos pesqueros procesados se dirigen al mercado nacional, mientras que el porcentaje restante se exporta a Estados Unidos, Japón, Reino Unidos, Alemania y Suiza.

II. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Gráfico N° 03
Cadena de valor para los productos pesqueros en Italia



Fuente: Ismea Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

El papel de los mayoristas en la cadena de distribución de **productos pesqueros frescos** en Italia es clave aunque en los últimos años viene perdiendo terreno progresivamente. Aunque el canal minorista se encuentra muy fragmentado, el poder de negociación de los mayoristas es bastante centralizado. Los puntos de venta del canal tradicional (mercadillos y tiendas

⁴ Cfr. IFI – Internazionalizzazione della Filiera Ittica

independientes de comestibles) suelen comprar de manera directa a los mercados mayoristas, en tanto que las principales cadenas de supermercados transan contratos marco con los mayoristas y utilizan órdenes de compra de acuerdo a las necesidades de cada establecimiento. En otras palabras, la función de los mayoristas es hacer un “demand clearance” entre los minoristas y los productores locales e importadores.

En lo relativo a **productos pesqueros congelados**, la cadena de valor es diferente. En este escenario, la figura del mayorista no cumple un rol preponderante. Las grandes cadenas minoristas (supermercados e hipermercados) usualmente compran de manera directa a una red de distribuidores más pequeños y en la mayoría de casos mantienen stock de los productos. Es importante mencionar que en Italia existe una red privada de más de 150 centros de frío que se encargan de la distribución en todo el país.

Los canales de comercialización de productos de mar del productor al consumidor son bastante extensos tal como se puede notar en el Gráfico N°03. En el caso específico de los **productos pesqueros foráneos**, el importador juega un papel esencial en las decisiones de qué y de dónde importar. Los mayores importadores venden de manera directa a los puntos de venta de la Gran Distribución Organizada, a los mayoristas y al canal HORECA abarcando todo el territorio italiano. En tanto, los medianos y pequeños importadores cubren solamente regiones específicas cercanas a sus centros operativos. Es importante mencionar también que algunos importadores realizan actividades de procesamiento debido a que sus clientes normalmente requieren una presentación específica del producto, por ejemplo que esté en porciones o limpio; a su vez que varios de los grandes transformadores como ahumadores y conserveros suelen importar directamente productos congelados. De acuerdo a Euromonitor International, los principales tres distribuidores de la categoría en Italia son [Sogemi SpA](#), [GioMare](#) e [IllioPesca](#).

Italia cuenta con ocho mercados mayoristas de gran tamaño que agrupan a más de mil empresarios, de las cuales solamente cien pueden ser consideradas como importadoras y al menos veinte mantienen participación en embarcaciones que operan en los países pesqueros principales. El mercado mayorista de Milán (Sogemi SpA) es el de mayor importancia y llega a cubrir un área de abastecimiento desde Florencia (sur) hasta Suiza (norte). Otras plazas mayoristas relevantes son Roma, Turín y Venecia.

El canal HORECA, de manera general, se abastece de productos pesqueros diariamente a través de los mercados mayoristas locales; el factor “fresco” es clave en este segmento.

Por otro lado, los agentes / traders son un elemento activo en la cadena de distribución italiana y cuentan con amplias carteras de productos para poder suplir a sus clientes diversos entre los que se encuentran mayoristas, transformadores e importadores.

Solo las principales cadenas del canal moderno como [Coop Italia](#), [Consorzio Nazionale Dettaglianti – CONAD](#), [Selex Gruppo Commerciale SpA](#) y [Auchan Group](#) tienen centrales de compra y distribución por lo cual no tienen problemas al importar directamente grandes volúmenes de productos congelados. En tanto, los medianos y pequeños supermercados suelen abastecerse mediante importadores o mayoristas. Los productos pesqueros son usualmente adquiridos por los supermercados en envases listos para consumir.

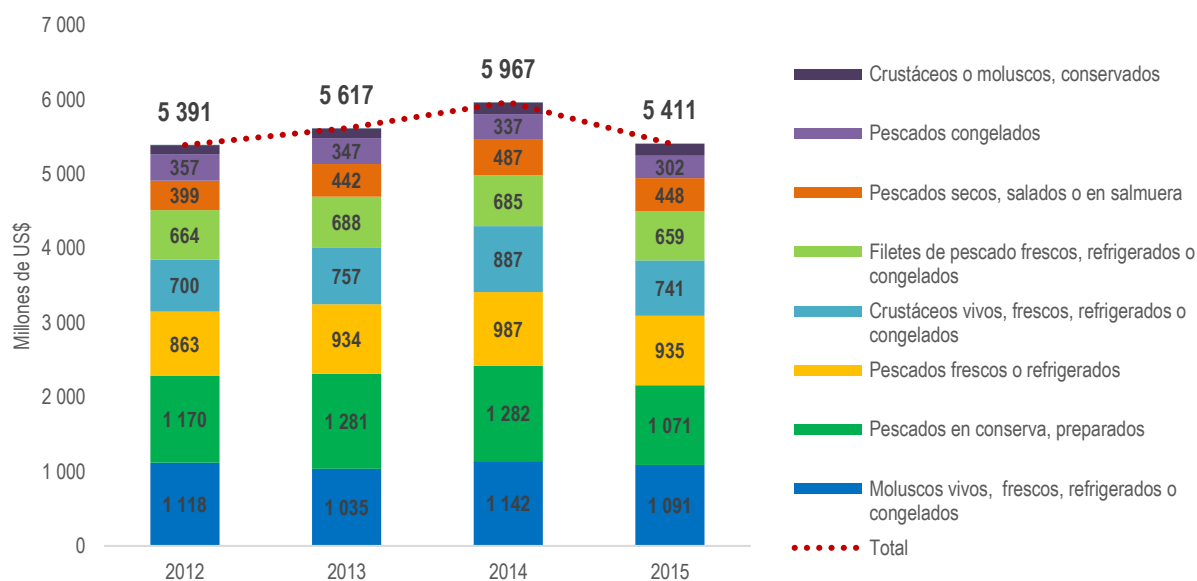
Finalmente, vale mencionar que la distribución moderna adquiere cada vez mayor preponderancia y en la actualidad representa 70% de las ventas de la categoría⁵. En las ciudades del norte esta tendencia es más fuerte debido a la mayor concentración de las grandes cadenas de supermercados en relación al sur. Ello en desmedro de los pequeños comercios y pescaderías tradicionales, los cuales mantienen su relevancia únicamente en las ciudades pequeñas donde se diferencian debido al servicio personalizado.

III. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES PARA PRODUCTOS PESQUEROS

Análisis de las importaciones Italianas

Gráfico N° 04

Evolución de las importaciones de productos pesqueros de consumo humano directo⁶



Fuente: Global Trade Atlas Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Las importaciones de productos pesqueros de consumo humano directo – CHD de Italia totalizaron US\$ 5 411 millones en 2015, lo cual posicionó al país como el tercer mayor importador de la categoría en Europa, únicamente por detrás de España y Francia, y el sexto más importante del mundo.

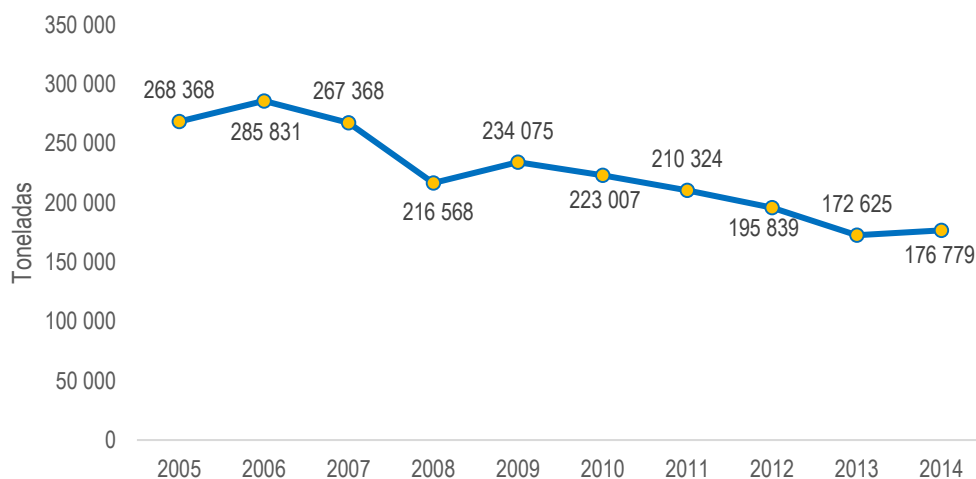
⁵ Cfr. Euromonitor International

⁶ Productos pesqueros de CHD incluye los siguientes Subcapítulos (HS04) : 0302, 0303, 0304, 0305, 0306, 0307, 1604 & 1605

Aunque durante el periodo 2012 – 2014, las compras italianas en valor mostraron una marcada tendencia al alza; en 2015, estas mostraron un descenso interanual de 9,3%. Sin embargo, si se analiza el volumen importado, se puede notar que un crecimiento sostenido hasta alcanzar 1 007 mil toneladas en 2015, es decir 40 mil toneladas adicionales a las registradas hace el año anterior. Este comportamiento mixto es explicado básicamente por los menores precios de importación de las especies más demandadas. Por ejemplo, mientras que los camarones y langostinos congelados cotizaron en promedio \$ 10 368/Tonelada en 2014, en 2015 lo hicieron en \$ 8 440/Tonelada; de manera similar, los calamares, potas, sepias congelados pasaron de cotizarse en US\$ 2 724/Tonelada (2014) a US\$ 2 499/Tonelada (2015).

Es importante mencionar que Italia depende de las importaciones, las cuales representan el 75% de la demanda interna de productos pesqueros. Esta situación se podría identificar en los próximos años si se tiene en cuenta que la producción nacional mantiene una sostenida tendencia a la baja desde hace varios años por lo cual solo puede satisfacer una base de consumidores menor. Uno de los principales limitantes para el crecimiento de la producción nacional es la política pesquera común de la Unión Europea que establece cuotas de captura para la mayoría de especies comerciales⁷.

Gráfico N° 05
Evolución de la captura pesquera de Italia en el Mediterráneo⁸ 2005 - 2014



Fuente: ISTAT – Agriculture & Livestock Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Las importaciones de dos de las líneas, pescados en conserva y los moluscos refrigerados / congelados, representan el 40% de las compras italianas de productos para consumo humano directo, siendo las conservas de atún y las sepias, calamares y potas congeladas los productos

⁷ Cfr. MarketLine

⁸ Observación: No incluye pesca oceánica ni acuicultura

más representativos. Es importante mencionar que Italia es el segundo comprador mundial de moluscos congelados, únicamente por detrás de España.

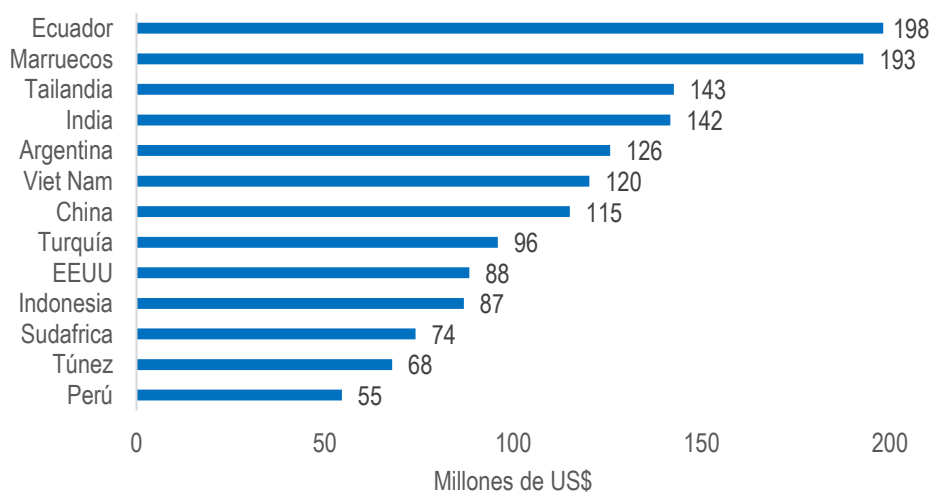
Cuadro Nº 05
Top 10: Productos pesqueros CHD importados por Italia

SH06	Descripción	2012	2013	2014	2015	TCP % 2012 - 2015
'160414	Preparaciones y conservas de atún	749	815	806	621	-6,0%
030617	Camarones y langostinos congelados	387	444	566	443	4,7%
'030749	Sepia, calamares y pota congelada	446	448	454	425	-1,6%
'030759	Pulpo congelado	293	211	289	286	-0,8%
'030214	Salmones frescos o refrigerados	155	223	243	233	14,6%
'030541	Salmones del Pacífico ahumados	164	200	240	213	9,0%
'030285	Dorada fresca o refrigerada	173	172	190	176	0,5%
'030799	Moluscos varios congelados, secos o salados	149	146	164	156	1,6%
'030284	Lubina fresca o refrigerada	155	150	164	155	0,1%
'160420	Preparaciones y conservas de pescado	133	146	151	152	4,5%
	Resto	2 587	2 661	2 700	2 551	-0,5%
	Total Pesca CDH	5 391	5 617	5 967	5 411	0,1%

Fuente: Global Trade Atlas Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Asimismo, los pescados frescos o refrigerados concentran el 17% de las importaciones totales, las cuales se han visto impulsadas por la mayor demanda de salmones, doradas y lubinas. Finalmente, los crustáceos vivos, refrigerados o congelados significan 14% de las compras al exterior y se encuentran sustentados por los camarones y langostinos congelados básicamente, producto que ha incrementado sus importaciones a una media de 4,7% en los últimos cinco años.

Gráfico Nº 06
Importaciones italianas de productos pesqueros de países no comunitarios



Fuente: Global Trade Atlas Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Las importaciones de productos pesqueros para consumo humano directo provenientes de países no comunitarios representan alrededor del 40% de las compras totales italianas y entre los productos más demandados destacan moluscos congelados (pulpos, calamares y potas), conservas de pescados varios (caballa, anchoas) y langostinos congelados. Entre los países que mayor dinamismo han mostrado en los últimos cinco años se encuentra Perú, proveedor que ha aumentado su presencia en las importaciones de Italia desde US\$ 30 millones (2011 - CIF) a US\$ 55 millones (2015 - CIF).

Análisis de las exportaciones de Perú a Italia

Cuadro Nº 06
Principales productos pesqueros exportados por Perú a Italia

Subpartida	Descripción	Millones de US\$				
		2011	2012	2013	2014	2015
0307490000	Demás jibias, globitos, calamares y pota	14	15	13	14	18
	- Calamar entero congelado	-	4	4	4	10
	- Filetes de pota congelados	6	3	2	2	2
	- Anillas de pota congeladas	3	3	3	3	2
	- Tentáculos de pota congelados	1	1	1	1	1
	- Recortes de pota congelados	1	1	0	1	1
	- Otros	3	4	3	3	3
1604160000	Preparaciones y conservas de anchoas	2	2	2	6	9
	- Filetes de anchoas en conserva	2	2	2	6	9
	- Trozos de anchoas en conserva	0,2	0,3	0,1	0,0	0,0
1605540000	Jibias (Sepias) y calamares	-	2	2	4	5
	- Pota procesada en rodajas	-	1	1	3	4
	- Pota procesada en filetes	-	1	0	1	1
	- Pota procesada en recortes	-	0,1	0,3	0,4	0,3
	- Otros	-	0,3	0,4	0,0	0,1
0305399000	Demás filetes de pescado curados	-	1	3	4	3
	- Filetes curados de anchoas	-	1	3	3	3
	- Trozos curados de anchoas	-	0,1	0,3	0,4	0,4
0307291000	Veneras (Vieras, concha de abanico)	4	5	4	6	3
	- Conchas de abanico congeladas	4	5	4	6	3
1604141000	Atunes enteros o en trozos, excepto picados	1	1	1	1	2
	- Lomos de atún barrilete precocidos	-	-	1	1	2
	- Filetes de atún en conserva	1	0,9	0,2	0,1	-
0304740020	En bloques, sin piel, sin espinas	-	2	3	3	2
	- Filetes de merluza congelados	-	2	3	3	2
0306171200	Colas de langostino sin caparazón	-	0,2	0,0	0,3	1
	- Colas de langostinos sin caparazón congeladas	-	0	0	0	1
	Otros	8	3	2	2	4
	Total	28	32	31	40	47

Fuente: MAPEX – SUNAT Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ


Italia fue el sexto destino de los envíos peruanos de productos pesqueros con un valor FOB exportado de US\$ 47 millones en 2015. Entre los productos destacan mayoritariamente los moluscos congelados, los cuales representan cerca de la mitad de las ventas a este mercado, entre los cuales destacan los calamares enteros (US\$ 10 millones), las conchas de abanico con coral / media valva (US\$ 6 millones) y la pota en distintas presentaciones (filetes, anillas, tentáculos, recortes, botones).




Por otro lado, muestra importante desempeño productos de valor agregado como los filetes de anchoas preparadas (US\$ 9 millones), lomos de atún barrilete precocidos (US\$ 2 millones) y conservas de filetes de caballa en aceite (US\$ 180 mil).

Productos con potencial exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el Departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables para el sector Pesquero, al mercado de Italia. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Italia (del periodo comprendido en los últimos 4 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Cuadro N° 07
Oportunidades comerciales para productos pesqueros en Italia

Producto	Oportunidades
 <p>030619 – Langostinos y camarones congelados Clasificación: Estrella</p>	<p>Las importaciones de productos de la categoría se incrementaron en US\$ 54 millones desde 2012, lo cual evidencia el fuerte dinamismo que ha mostrado la demanda italiana en los últimos años. Cerca del 50% de sus compras provienen solamente de dos mercados latinoamericanos, Ecuador (<i>L. vannamei</i>) y Argentina (<i>P. muelleri</i>), pese a que este último mercado paga un arancel de 14% sobre el valor CIF de sus productos. Perú se ubica en la posición 23° como proveedor y sus exportaciones a Italia alcanzaron por primera vez US\$ 1 millón en 2015.</p>

 <p>030799 – Moluscos aptos para el consumo Clasificación: Estrella</p>	<p>Las importaciones de moluscos aptos para el consumo humano⁹ han crecido a una tasa media anual de 1,6% desde hace cuatro años hasta sumar US\$ 156 millones en 2015. Perú se posiciona como el 4° principal proveedor de la categoría¹⁰, únicamente por detrás de India, España y Vietnam, y destacan las oportunidades para misturas de mariscos.</p>
 <p>160420 – Pescados preparados o conservados Clasificación: Estrella</p>	<p>Las compras italianas de pescados conservados o preparados totalizaron US\$ 152 millones en 2015 y han experimentado un aumento medio de 4,5% durante el periodo 2012 – 2015. Italia es una de las plazas fuertes para productos como sardinas y anchoas en salsas especiales o aceites debido a la influencia Mediterránea por lo cual se espera que se mantenga esta tasa para los próximos cinco años.</p>
 <p>030489 – Filetes de pescados congelados Clasificación: Prometedor</p>	<p>Aunque existen preferencias por las presentaciones frescas y refrigeradas, en los últimos años los filetes congelados han comenzado a ganar participación como consecuencia del factor conveniencia que ha impulsado a los consumidores a optar por alternativas de rápida preparación. Las importaciones de estos productos se han incrementado en US\$ 10 millones en los últimos cinco años, aunque el perico no muestra un gran consumo y es un producto poco conocido en este mercado presenta buenas perspectivas a mediano plazo debido a sus características para el canal HORECA. Sin embargo, las labores de promoción son necesarias si se tiene en cuenta a otros competidores por calidad – precio más o menos similar con mayor presencia en el mercado como filetes de platija, merluza, lenguados, bacalao o rape.</p>
	<p>La demanda de filetes de anchoas curadas han mantenido una fuerte tendencia al alza al incrementar sus importaciones de US\$ 8 millones (2012) a US\$ 19 millones (2015). Si bien las especies de la familia Engraulidae son abundantes en la zona mediterránea, la pesca</p>

⁹ Incluye: Misturas de mariscos congeladas, caracoles de mar, lapas, locos, pepinos de mar, entre otros.

¹⁰ Cfr. Trademap

 <p>030489 – Filetes de pescados salados/salmuera Clasificación: Prometedor</p>	<p>excesiva ha llevado a una importante disminución de la población en las últimas décadas. Aunque Perú ostenta la posición 3° como proveedor de Italia, para mejorar su flujo comercial debe mostrar una buena relación calidad precio y respetar altos estándares en materia de seguridad alimentaria, si se tiene en cuenta que nuevos competidores como Albania han incrementado su cuota en los últimos años. El factor precio es clave para el éxito de este producto.</p>
 <p>030729 – Vieras, conchas de abanico, congeladas Clasificación: Prometedor</p>	<p>Las importaciones italianas de conchas de abanico alcanzaron los US\$ 24 millones en 2015 y Perú se posiciona como su 4° principal proveedor. Este producto es percibido como de alta calidad por lo cual su consumo no es habitual, normalmente se asocia a la demanda HORECA. Aunque existen preferencias por la variedad “Coquille Saint – Jacques” proveniente de Reino Unido, la buena relación calidad – precio hace de las especies latinoamericanas una alternativa interesante para consumidores de rangos medios.</p>
 <p>160554 – Sepias, calamares y potas procesados Clasificación: Prometedor</p>	<p>Aunque aún el valor importado es relativamente menor en relación a otros productos (US\$ 12 millones), es uno de los productos que ha mostrado una demanda creciente sostenida en los últimos cuatro años. En el caso de la pota, el éxito entre los consumidores radica básicamente en su precio barato. La presentación de un envase o packaging atractivo tanto a los ojos de los consumidores como de los importadores/distribuidores italianos podría transformarse en un elemento decisivo con miras a una futura penetración comercial para productos procesados.</p>

Fuente: Comtrade Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

IV. ACCESO AL MERCADO

Medidas Arancelarias

El Acuerdo de Libre Comercio (ALC) entre Perú y la Unión Europea, bloque regional de cual Italia forma parte, entró en vigencia el 01 de marzo de 2013. En lo relativo a beneficios arancelarios, el ALC le permite a los productos peruanos del sector pesca un acceso preferencial inmediato para el 100% de las líneas.

Los aranceles preferenciales aplicados para los diferentes productos de la oferta exportable peruana pueden ser ubicados en la página web del SIICEX, en la sección "[Acuerdos Comerciales](#)".

Cuadro N° 08

Italia: Perfil arancelario de los principales productos pesqueros exportados a Italia

Subpartida Perú	Subpartida Italia - UE	Descripción Comercial	Arancel Perú	Arancel Competidor	Posición Perú Proveedor
0305630000	0305630090	Anchoas en salmuera	0%	España - 0% Croacia - 0%	8°
1604160000	1604160000	Anchoas en conserva	0%	Albania - 25% Marruecos - 0%	4°
1604150000	1604151190	Caballa en conserva	0%	Marruecos - 0% Portugal - 0%	6°
0307291000	0307299090	Concha de abanico congelada	0%	UK - 0% Dinamarca - 0%	3°
0306171100	0306179200	Langostinos congelados - Enteros	0%	Ecuador - 0% Vietnam - 6,1%	18°
0306171300	0306179200	Langostinos congelados - Con Caparazón	0%		
0306171200	0306179200	Langostinos congelados - Sin Caparazón	0%		
0304740000	0304741990	Merluza congelada - Filetes	0%	EEUU - 6,9% España - 0%	3°
0304890000	0304899000	Pescados de río congelados - Filetes Incluye : Paiche	0%	Holanda - 0% Turquía - 0%	24°
0303890000	0303899090	Pescados congelados - Enteros Incluye : Perico	0%	Omán - 11% China - 11%	22°
0307490000	0307493800	Pota congelada	0%	Tailandia - 8% España - 0%	7°
1605540000	1605540000	Pota procesada	0%	España - 0% Alemania - 0%	4°
0307590000	0307591000	Pulpo congelado	0%	Marruecos - 0% España - 0%	19°

Fuente: Trademap / Market Access Map / Acuerdos Comerciales Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Tal como se puede notar en el Cuadro N° 05, el grueso de los competidores directos de Perú son miembros de la Unión Europea (España, Holanda, Portugal, entre otros), los cuales tienen beneficios arancelarios para exportar a Italia con una franquicia arancelaria de 0%.

Asimismo, otros competidores extraregionales como Marruecos, Ecuador, Vietnam y Tailandia gozan también de aranceles reducidos en el marco de acuerdos comerciales de distinta índole.

Información adicional sobre los derechos de aduana para terceros países pueden ser revisados en el siguiente link: [UE - Fiscalidad & Unión Aduanera](#).

Medidas No Arancelarias¹¹

Normativa Europea

Los productos pesqueros importados por Italia deben cumplir obligatoriamente tanto la legislación europea como la normativa italiana. En caso de que un producto no esté acorde a los requisitos sanitarios de ingreso pasa inmediatamente al sistema de alerta rápida de la Unión Europea por lo cual se efectuarán controles a los siguientes diez embarques o por un lapso de seis meses, si tal situación es notificada por la UE al Ministerio de Sanidad italiano. Por otro lado, si el problema sanitario es detectado en Italia, el Ministerio de Sanidad exige someter a control el producto hasta sumar diez controles y sin limitación de tiempo. Para más información acerca del Sistema de Alerta Sanitaria – RASFF visitar la siguiente web: [RASFF - Food & Feed Safety Alerts](#).

La importación de pescados y mariscos a Italia, indiferentemente sean de pesca convencional o acuicultura, necesitan cuatro certificados:

- 1. Aprobación Sanitaria del País de Origen:** La [Comisión Europea de Salud](#) y el Directorio General de Protección al Consumidor, realizan un procedimiento de evaluación sobre los países de procedencia de los productos pesqueros importados, concediendo un certificado sanitario al país. Los países aprobados, entre los que se encuentra Perú, están listados en la [Decisión 2006/766/EC](#).
- 2. Autorización para exportar del establecimiento:** De manera adicional a la aprobación del país de origen, es obligatoria también la autorización del establecimiento.
- 3. Certificados sanitarios:** Los productos pesqueros importados por los miembros de la Unión Europea deben adjuntar un certificado sanitario visado por la autoridad competente, en este caso SANIPES.
- 4. Control de salud:** Luego de que los productos cuenten con sus respectivos certificados, proceden a ser revisados por funcionarios veterinarios acorde a la normativa plasmada en la [Decisión 97/78/EC](#). Realizando los procesos estipulados en el [Reglamento CE N°](#)

¹¹ Cfr. FAO – Italy: National aquaculture legislation overview

[136/2006](#) que tienen como resultado la inspección reflejada en el documento de entrada común veterinario.

Para mayor información visitar la página web del SIICEX, en la sección "[Regulaciones para Exportar](#)", el documento "[Guía de acceso para alimentos al mercado de la Unión Europea](#)".

Normativa Italiana

Los productos del mar pescados en su hábitat natural pueden comercializarse en el mercado italiano siempre y cuando cumplan los siguientes requerimientos:

- Hayan sido capturados y eventualmente manipulados para el desangramiento, decapitación, eviscerado o y el cortado de aletas, congelados o refrigerados, en los barcos de acuerdo a las normativas en la materia.
- Hayan sido eventualmente manipulados en barcos – talleres reconocidos
- Hayan pasado satisfactoriamente un control sanitario
- Hayan sido almacenados y transportados en condiciones de higiene
- Estén envasados correctamente
- Cuenten con una señal de identificación ("bollo" en italiano) a fin de diferenciar el origen del producto

En la medida que sea posible, desde el punto de vista técnico – comercial, el eviscerado debe ser realizado con la mayor prontitud luego de la captura o desembarque.

Algunas regulaciones italianas para los productos pesqueros importados son las siguientes:

- Decreto Legislativo N° 530 de 1992 sobre Disposiciones Sanitarias relativas a la Producción y Comercio de Moluscos Bivalvos Vivos que implementa la [Directiva \(EEC\) N° 492/1991](#).
- [Decreto del Ministerio de Políticas Agrarias y Forestales del 27 de marzo de 2002](#) sobre el etiquetado de productos pesqueros y acuícolas, así como para los Sistemas de Control, que establecen requerimientos adicionales de información para el empaque y etiquetado, de acuerdo a las regulaciones [N° 2065/2001](#) y [N° 2031/2001](#) de la Unión Europea.

Etiquetado y envasado

Los productos del mar comercializados en la Unión Europea se encuentran sujetos a las normas generales de etiquetado para alimentos y las normas generales para productos pesqueros.

Normas Generales de Etiquetado para Alimentos

De acuerdo al reciente [Reglamento N° 1169/2011](#), los productos alimenticios deben contener la siguiente información:

- Nombre de venta del producto
- Lista de ingredientes, cuando aplique
- Todo ingrediente o coadyuvante tecnológico que cause alergias o intolerancias y se utilice en la fabricación o elaboración de un alimento y siga estando en el producto acabado, aunque sea en forma modificada
- Peso neto
- Fecha de caducidad
- Condiciones especiales de conservación
- Nombre o la razón social y la dirección del operador de la empresa alimentaria
- País de origen o lugar de procedencia
- Información nutricional

Además, entre las novedades del [Reglamento 1169/2011](#), indica que la información nutricional pasa a ser obligatoria y se debe declarar: valor energético, grasas, ácidos grasos saturados, hidratos de carbono, azúcares, proteínas y sal (si procede se puede indicar “contenido en sal debido al sodio presente de forma natural”). Además, este reglamento garantiza la legibilidad determinando un tamaño mínimo de letra de acuerdo al tamaño de envase y deja abierto que pueda exigirse otros aspectos en el futuro como el color, la distancia entre letras y líneas, el grosor, el tipo de letra y el contraste.

Normas Generales de Etiquetado para Productos Pesqueros

El [Reglamento 1379/2913](#), el cual indica la forma de declarar un pescado o producto de la pesca para venta en el envase es la denominación comercial y su nombre científico. Esta información es imperativa para todos los productos que se comercializan en la UE, con excepción de las conservas y productos preparados. El etiquetado obligatorio es el siguiente:

- a. Denominación comercial de la especie y su nombre científico
- b. El método de producción, en particular mediante las siguientes palabras: “... capturado...” o “... capturado en agua dulce...” o “... de cría...”
- c. La zona de captura o de cría del producto y la categoría de arte de pesca
- d. Si el producto ha sido descongelado, cuando aplique
- e. La fecha de duración mínima, cuando proceda

V. INFORMACIÓN DE INTERÉS**Ferias Comerciales**

Cuadro N° 09
Principales ferias del sector Pesquero

Nombre de la Feria	Web Site	Duración	N° Expositores	N° Visitantes
<i>Rimini HORECA Expo</i>	http://www.rhex.it/	5 días	1 000	187 233
<i>CIBUS 2018</i>	http://www.cibus.it/	3 días	3 000	72 000
<i>Marca Bologna Fiere</i>	http://www.marca.bolognafiere.it/	2 días	555	7 546

Fuente: Nferias Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Oficinas Comerciales de Perú en Italia

- **Oficina Económico Comercial del Perú en Milán**
Consejero Comercial: Amora Diana Carbajal Schumacher
Teléfono: (+ 39) 0200681353
Email: acarbajal@mincetur.gob.pe

Fuentes Relevantes de Información**Fuentes de Acceso Público**

- Asociación Nacional de Piscicultura – API (<http://www.api-online.it/>)
- Centro Agroalimentario de Roma (<http://www.agroalimroma.it/>)
- Confederación de Empresas del Sector Pesquero – FEDERPESCA (<http://www.federpesca.it/>)
- Distrito Productivo de la Pesca (<http://www.distrettopesca.it/>)
- Instituto Nacional de Estadística – ISTAT (<http://www.istat.it/it/>)
- ISMEA Mercati (<http://www.ismea.it/>)
- Mercado Agroalimentario de Milán – SogeMi (<http://www.sogemisp.a.it/>)
- TradeMap (<http://www.trademapp.org/>)

Consultoras Internacionales

- Euromonitor International
- Canadean Product Launch
- MarketLine
- Technavio

VI. INFORMACIÓN SOBRE COMPRADORES POTENCIALES

Cuadro N° 10

Compradores / Importadores potenciales para productos pesqueros seleccionados

Empresa	Facturación	Web	E-Mail	Calamar Pota & Sepia	Pulpo	Vieras	Langostino y camarón	Anchoas Sardinas	Caballas	Merluza	Otros molusco	Anguila	Ovas de pez
EUROFOOD, SpA	US\$ 50 - US\$ 100 Millones	http://www.eurofood.it/	info@eurofood.it					X	X		X		
LEPORE MARE, Srl	US\$ 50 - US\$ 100 Millones	http://leporemare.com/	leporemare@pec.it	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
MENU', Srl	US\$ 50 - US\$ 100 Millones	http://www.menu.it/es	direzionevendite@menu.it	X	X	X		X	X		X		
METAREX SpA	US\$ 50 - US\$ 100 Millones	http://www.metarex.it/	info@metarex.it	X	X	X	X			X	X		
METRO DOLOMITI, SpA	US\$ 50 - US\$ 100 Millones	https://www.maxicc.it/	direzione.pv60@metro.it	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
RIUNIONE INDUSTRIE ALIMENTARI, Srl	US\$ 50 - US\$ 100 Millones	http://www.lariunione.it/	info@lariunione.it				X	X	X		X		
SOGEMI SpA	US\$ 50 - US\$ 100 Millones	http://www.sogemisp.it/	protocollo.mercatimilano(at)pec.it	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
GIOMARE IMPORT / EXPORT	US\$ 50 - US\$ 100 Millones	http://www.giomare.net/	info@giomare.net	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
ILLIO PESCA	US\$ 50 - US\$ 100 Millones	http://www.iliopesca.it/	-	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
BONAPESCA, Srl	US\$ 25 - US\$ 50 Millones	http://www.bonapesca.com	import@bonapesca.com	X	X	X	X				X	X	
DELICIOUS RIZZOLI, SpA	US\$ 25 - US\$ 50 Millones	http://www.delicious.it/	info@delicious.it				X	X	X				
MAZZOLA IGINO, SpA	US\$ 25 - US\$ 50 Millones	http://www.tonnomaruzzella.it/	info@tonnomaruzzella.it					X				X	
R.BUSANEL E FIGLI, Srl	US\$ 25 - US\$ 50 Millones	http://www.busanel.it/	busanelbirra@busanel.it	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
VENETA PESCA, Srl	US\$ 25 - US\$ 50 Millones	http://www.venetapesca.com	info@venetapesca.it	X	X	X	X			X	X	X	
C.I.F.O., Srl	US\$ 10 - US\$ 25 Millones	http://www.cifosrl.it/		X	X	X	X	X		X	X		
DE.RA.DO., Srl	US\$ 10 - US\$ 25 Millones	http://www.derado.it/	info@derado.it	X	X	X	X				X		X
GORO PESCA, Srl	US\$ 10 - US\$ 25 Millones	http://www.goropesca.it/	info@goropesca.it			X	X	X					

HDS, SpA	US\$ 10 - US\$ 25 Millones	https://www.robo.it/	info@robo.it	X	X	X	X	X	X		X		
LONGINO & CARDENAL, SpA	US\$ 10 - US\$ 25 Millones	http://www.longino.it/	info@longino.it	X	X	X	X	X			X		
SORIPESCA, Snc	US\$ 10 - US\$ 25 Millones	http://www.soripesca.it		X	X	X	X			X			
ANTHOS II, Srl	US\$ 5 - US\$ 10 Millones	http://www.arpesca.it/	info@arpesca.it	X	X		X			X	X		
COAM INDUSTRIE ALIMENTARI, SpA	US\$ 5 - US\$ 10 Millones	http://www.coamspa.it	commerciale@coamspa.it		X		X						X
FERR-ITTICA, Srl	US\$ 5 - US\$ 10 Millones	http://www.ferritica.it/		X	X								
ITTICA LECCHESE, SpA	US\$ 5 - US\$ 10 Millones	http://www.itticalecchese.it/	info@itticalecchese.it	X	X	X	X	X		X	X		
JOLLY FISH, SpA	US\$ 5 - US\$ 10 Millones	http://www.jollyfish.it/	info@jollyfish.it	X			X	X		X	X		
TENTORI FRANCESCO, Snc	US\$ 5 - US\$ 10 Millones	http://www.tentoricarni.it		X	X	X	X	X	X	X	X	X	
VALPESCE, Srl	US\$ 5 - US\$ 10 Millones	http://www.valpesce.it	info@valpesce.it				X						

Fuente: Trademap / Kompass Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ