

# Mancin Nadia: quando la visione del business vince su tutto

*Il nuovo corso di un'azienda virtuosa del comparto ittico che, dalle ceneri dell'incendio del 2023, oggi è una realtà centrata su strategia, visione e sviluppo. Il suo segreto? La cura delle risorse, dal prodotto alle risorse umane*

Si può trasformare un evento drammatico dall'impatto devastante sul business in un'opportunità di crescita e di sviluppo? La risposta non è certo scontata ma in questo specifico caso è decisamente sì, si può. L'abbiamo compreso lo scorso 15 maggio nel corso della conferenza stampa che **Mancin Nadia Srl** ha organizzato per la stampa specializzata, moderata da ANTONIO FARNÈ, capo redattore del TG2 Economia RAI.

Un'occasione per approfondire le soluzioni adottate dall'azienda che conta 42 anni di attività, le sue prospettive di sviluppo e una visione strategica del management. Un'op-

portunità anche per visitare il nuovo stabilimento, esempio virtuosissimo di organizzazione dei processi, di tecnologie all'avanguardia e di innovazione, quella vera.

Forse non tutti sanno che nel gennaio 2023 la Mancin Nadia si trovò ad affrontare uno degli ostacoli più complessi della sua storia: in poche ore un incendio distrusse completamente il sito produttivo. Oggi, a distanza di due anni e con un investimento tra i 14 e i 17 milioni di euro, l'azienda ha ripristinato le proprie attività e avviato una fase di forte espansione, con un'infrastruttura rinnovata di oltre 6.000 m<sup>2</sup>, tecnologie di ultima

generazione e un modello produttivo ancora più efficiente e sostenibile.

Uno dei risultati più significativi di questo percorso è stato il mantenimento della piena occupazione: nessuno ha perso il proprio posto di lavoro e gli stipendi sono stati garantiti senza interruzioni ai circa 100 dipendenti. Un impegno concreto che conferma la centralità delle persone nella strategia aziendale.

Questo focus sulle risorse umane, unito all'efficienza del nuovo stabilimento, ha posto le basi per una crescita ambiziosa: l'azienda punta a raggiungere un fatturato di 20 milioni di euro.



Lo stabilimento produttivo di Mancin Nadia a Riva, in provincia di Rovigo, si estende su una superficie di oltre 6.000 m<sup>2</sup> ed è dotato di tecnologie di ultima generazione, efficienti e sostenibili (photo © Mancin Nadia Srl).



Uno scatto nel corso della conferenza stampa dedicata alla stampa specializzata lo scorso 15 maggio: da sinistra, lo chef Fabio Tacchella, l'AD di Mancin Nadia Marco De Agostini, Antonio Farnè, Paolo Pavani, Gianluigi Veronesi, Michele De Agostini e Fabio Negri (photo © Mancin Nadia Srl).

## Marco De Agostini: da crisi a opportunità

«Oggi la Mancin Nadia Srl è nuovamente e pienamente operativa e affiancata dalla **M.Gi.B.**, l'azienda del gruppo specializzata nella depurazione dei mitili. Insieme, contiamo circa 100 collaboratori: un patrimonio umano fondamentale, il cuore della nostra ripartenza» ha sottolineato MARCO DE AGOSTINI, socio e AD dell'azienda. «Questa esperienza, per quanto dura, ci ha insegnato molto. Ci ha dimostrato che la nostra organizzazione è solida, preparata, resiliente. E ci ha resi ancora più consapevoli della responsabilità che abbiamo verso chi lavora con noi, verso i nostri clienti, verso il territorio. E verso le generazioni future, a cui vogliamo consegnare un'azienda moderna, sana, capace e in grado di crescere».

## Paolo Pavani: focus sul business di Mancin Nadia e M.Gi.B. e sui marinati oggi senza più aceto

La parola è passata a PAOLO PAVANI della direzione commerciale, che ha brevemente ma molto chiaramente presentato i punti di forza e gli ambiti commerciali delle due realtà del Gruppo. «Mancin Nadia è una delle principali aziende italiane specializzate nella produzione della gastronomia ittica pronta al consumo. Van-

tiamo una serie di ricette composte principalmente da mix di molluschi (le cosiddette insalate di mare), da prodotti della famiglia del pesce azzurro (alici, sardine e sgombero) e da altre specialità a base di seppie, polpo o surimi e altro ancora. Il tutto declinato in confezioni di diversi formati per tutti i canali di vendita (retail e catering) e diverse modalità di conservazione (olio, ATP, salamoia). Tutti i prodotti seguono la catena del fresco a temperatura controllata 0°-4°» ha detto Pavani al parterre di giornalisti. «M.Gi.B. è una realtà che opera a pochi chilometri da qui, con sede nel distretto della raccolta di molluschi bivalvi di Goro, uno tra i più importanti in Italia. Dotata di un moderno impianto di depurazione, distribuisce sul mercato della GDO, prodotti a marchio **MARINSIEME Frescovivo**, principalmente cozze e vongole, ma anche lupini, fasolari, cannolicchi e ostriche».

Data questa premessa e il distinguo delle due società, Pavan ha sottolineato che i prodotti che ancora oggi rappresentano il *core business* di Mancin Nadia sono i **marinati**, realizzati con ricette che rappresentano l'evoluzione della tradizionale tecnica di conservazione dei prodotti ittici, la marinatura, tipica della zona delizia tra Chioggia e Comacchio. «Per farli durare nel tempo,

infatti, si marinava il prodotto per portarne il Ph sotto una certa soglia e poi riporre le varie specie ittiche in una salamoia di acqua, aceto e sale, dapprima con le anguille e con i filetti di pesce azzurro e successivamente con le insalate di mare. Col passare degli anni, migliorando l'efficienza della catena del freddo e le tecniche di confezionamento, si sono affinate le tecniche di marinatura, rendendola via via sempre meno caratterizzante, in un continuo processo di ricerca del gusto, per andare incontro alle esigenze del moderno consumatore. Con un incessante lavoro di ricerca e sviluppo dei tecnologi alimentari di Mancin Nadia oggi la componente aceto è praticamente sparita dalle ricette e i consumatori possono comodamente gustare prodotti appetitosi, come fatti in casa o serviti al ristorante, senza problemi di conservazione».

## Gianluigi Veronesi: un nuovo sguardo al futuro del mercato ittico con due linee di prodotto complementari

La parola d'ordine di GIANLUIGI VERONESI, consulente di direzione per il marketing e la comunicazione? Innovare! «Mancin Nadia ha deciso di rinnovare la propria offerta con una nuova linea di piatti ittici pronti, pensata per rispondere ai



1) L'area dello stabilimento dedicata alla gastronomia. 2) Particolare area confezionamento. 3) Giulia De Agostini, Lorenzo Negri, Martina e Andrea De Agostini. Nel corso dell'evento stampa sono state presentate le nuove linee di prodotto "Base Mare" con verdure e olive taggiasche, Cozze alla tarantina, Cozze alla marinara, Fregola risottata con Base Mare e Seppie con i piselli (photo © Mancin Nadia Srl).

bisogni concreti del mondo HO.RE.CA. e della moderna distribuzione organizzata. I primi prodotti in fase di test commerciale saranno: *Cozze alla tarantina, Cozze alla marinara, Polpo con patate, Seppie con piselli e Base Mare*. Si tratta di piatti fortemente riconoscibili e apprezzati dal consumatore italiano, in grado di garantire comfort d'uso al ristorante e qualità gastronomica al cliente finale».

L'azienda ha sviluppato due linee commerciali distinte: una professionale, dedicata al canale HO.RE.CA., con formati ottimizzati, *shelf-life* adeguata e flessibilità d'impiego per le cucine professionali, e una per il retail, rivolta al consumo domestico, in linea con le attese di chi cerca un'esperienza "da ristorante" anche a casa. «I nuovi piatti pronti verranno realizzati in un impianto rinnovato, dotato delle principali certificazioni igienico-sanitarie (BRC, IFS, ISO 22000), conforme agli standard dei mercati europei. I nostri prodotti inoltre nascono da un processo di studio che coinvolge esperti di nutrizione, ristoratori e chef, per garantire funzionalità d'uso, gusto e stabilità. Per quanto concerne sostenibilità e filiera etica, ci impegniamo a ridurre l'impiego di plastica, favorire packaging riciclabili e collaborare con flotte di pesca responsabile. Infine, minimizziamo l'uso di conservanti senza compromettere sicurezza e *shelf-life*». Per concludere, Veronesi ha rimarcato come questo non sia solo un nuovo posizionamento, «ma un percorso di trasformazione culturale e produttiva, in cui crediamo profondamente. L'obiettivo è semplice ma ambizioso: rendere la tradizione accessibile, sostenibile e compatibile con i tempi e le esigenze del nostro presente».

**Fabio Tacchella: lo chef e la sua visione del futuro della gastronomia ittica pronta al consumo**

«Viviamo un momento storico in cui il mondo della ristorazione affronta una crisi profonda legata alla mancanza di personale qualificato» ha detto in apertura di intervento lo chef FABIO TACCHELLA, consulente

**Mancin Nadia Srl, i suoi primi 42 anni**

- \* **1983** – Nasce la Mancin Nadia Srl, fondata da Martino De Agostini nella zona del Delta del Po. Le prime produzioni di lavorazione delle alici marinate e delle anguille sono rivolte soprattutto all'industria, ai riconfezionatori o al canale ingrosso.
- \* **2000** – Con il primo cambio generazionale, Marco, Michele e Fabio iniziano le produzioni di articoli e confezioni anche per la Grande Distribuzione, compresa la *Private Label*, arrivando a lavorare 1.600 tonnellate di diverse specie ittiche, strutturandosi per organizzare una rapida ed efficiente distribuzione sul mercato nazionale e internazionale e portando il fatturato dell'azienda verso la soglia dei 10 milioni di euro.
- \* **2023** – Nel ventennio successivo l'azienda, che ha la capacità di restare al passo con i tempi investendo in nuove tecnologie e nella R&D, cresce ulteriormente, sia in Italia che all'estero, attestandosi ad un fatturato di 20 milioni di euro. A gennaio 2023 un incendio ne distrugge lo stabilimento, costringendo la Mancin, che non si è mai fermata, ad operare in condizioni provvisorie riuscendo comunque a mantenere il fatturato del 2023 e del 2024 sui 14 milioni di euro.
- \* **2025** – In due anni viene costruito il nuovo stabilimento di 6.000 m<sup>2</sup>, con una visione ed investimenti dettati dalla volontà di tornare a crescere, mantenendo ed ottimizzando la produzione storica ed implementando nuove tipologie di prodotti rivolte a nuovi canali di vendita, forti anche del supporto della ormai seconda generazione in attività.

per la linea di piatti pronti Mancin Nadia. Insieme al responsabile ricerca e sviluppo SERGIO MAZZONI, Tacchella ha avviato un lavoro tecnico e gastronomico per creare la nuova linea di piatti pronti di quinta gamma per il canale HO.RE.CA. «Si tratta di piatti della tradizione ittica pensati per rispondere alla crescente esigenza di efficienza nelle cucine professionali, mantenendo però intatti i valori della cucina fatta bene: gusto, riconoscibilità, e rispetto della materia prima.

I piatti Mancin che stiamo realizzando non sono prodotti industriali anonimi. Sono ricette realizzate come al ristorante, con attenzione alla cottura, ai tempi, alla consistenza e alla composizione nutrizionale. Vengono cotti sottovuoto, a temperature controllate, raffreddati e confezionati senza conservanti, sfruttando un'efficiente catena del freddo che garantisce una *shelf-life* di circa 40 giorni» ha sottolineato chef Tacchella.

Dopo aver trascorso una mattinata a stretto contatto con il management di Mancin Nadia ed aver ascoltato la loro storia ed evoluzione, visitato le varie sezioni dello stabilimento, dalla presa in carico delle materie prime, al scongelamento, marinatura, cottura e confezionamento, si conclude questa esperienza con un'idea chiara. Qui a Rivà hanno vinto le persone, le relazioni, il gruppo. Una visione comune che è nel DNA di questa realtà che conta 42 anni di vita e che ha già al suo interno le nuove generazioni di figli e nipoti della direzione, pronti a dare continuità. Buon lavoro.



**Mancin Nadia Srl**  
Via Romea 53  
45012 Rivà (RO)  
E-mail: [info@mancinnadia.com](mailto:info@mancinnadia.com)  
Web: [mancinnadia.com](http://mancinnadia.com)