



[WWW.LARGOCONSUMO.INFO](http://WWW.LARGOCONSUMO.INFO)

## BIOLOGICO



Percorso di lettura aggiornato al n. 01/06 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

Il presente documento in **versione interattiva** è scaricabile all'indirizzo  
[www.largoconsumo.info/012006/PL-0106-021.Pdf](http://www.largoconsumo.info/012006/PL-0106-021.Pdf)

### ARGOMENTI CORRELATI:

su un tema correlato, quello del **BIOTECH** nel largo consumo, è disponibile il Percorso di lettura [PL-0905-015.pdf](#)

sul tema della **SICUREZZA, CERTIFICAZIONE** e **TRACCIABILITA'** nell'agroalimentare, è disponibile il Percorso di lettura [PL-1105-012.pdf](#)

### RIFERIMENTI:

Il sommario di tutti i Percorsi di lettura di Largo Consumo è **scaricabile** all'indirizzo [WWW.LARGOCONSUMO.INFO/PERCORSI](http://WWW.LARGOCONSUMO.INFO/PERCORSI)

### IN APPENDICE:

Esempi significativi di **COMUNICAZIONE D'IMPRESA** e di **PUBBLICITÀ** di Aziende e Organismi attivi nei mercati considerati in questo Percorso di lettura

### LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

#### Largo Consumo

#### **Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo**

Mensile fondato nel 1980 e diffuso esclusivamente in abbonamento, i cui contenuti giornalistici si sviluppano in forma di inchieste, studi e articoli vari inerenti tutti i momenti della filiera dei beni mass market, food e non food., dalla produzione, alla distribuzione, al consumo finale, compresi i servizi, le strutture e i sistemi collegati.

#### Mercato Italia - Agroalimentare

I **risultati finanziari** delle principali imprese nazionali, la **produzione** industriale e le **esportazioni**, i **consumi** interni e principali **competitor** internazionali di questo comparto.



**I CONTENUTI EDITORIALI:**

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n° pagina 56, lunghezza 3 Pagine

**Protagonisti in divenire**

Biologico: sono i cosiddetti Paesi emergenti, dall'Ungheria alla Cina, dall'Egitto alla Turchia, che contribuiscono a rendere la competizione internazionale sempre più forte anche in questo settore.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [Gli espositori italiani e stranieri a Bio Fach: 1997-2005](#)

- [Il biologico in Italia rispetto ad altre categorie di prodotti alimentari: 2003-2004\(in%\)](#)

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n° pagina 159, lunghezza 1/5 di pagina

**Biologico sulle orme del cinema (da Store + Shops)**

Rassegna stampa internazionale: Prodotti alimentari di alta qualità hanno bisogno di ambienti di vendita di alta qualità. Su questa semplice formula basa la sua filosofia imprenditoriale Frank Lüske. Circa un anno fa egli ha aperto il suo bio-supermarket a Berlino, su una superficie di circa 500 mq. Ciò che distingue però Biolüske è l'offerta di un laboratorio di cucina nel punto di vendita e poi l'ambientazione (legno, luci, colori caldi)...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n° pagina 67, lunghezza 1/5 di pagina

**Presto certificata la filiera del miele**

Conapi è il consorzio che riunisce apicoltori, agricoltori biologici ed equosolidali, ...mila italiani e ... mila sudamericani, oltre ai produttori del marchio italiano del biologico Alce Nero, di alcune cooperative sociali del progetto Libera Terra, che coltivano le terre confiscate alla mafia. È di questi mesi l'iter per la certificazione della ritracciabilità di filiera per i mieli e le confetture dei marchi Mielizia e Alce Nero secondo la Uni 10939.

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n° pagina 145, lunghezza 1/5 di pagina

**Fuori da Rigoni le finanziarie pubbliche**

La crescita di Rigoni di Asiago ne ha fatto in questi ... anni il leader del miele e delle confetture biologiche, con un fatturato passato dai ... mln nel 2000 ai ... nel 2004. Per tutto questo periodo l'azienda ha beneficiato del sostegno di Sviluppo Italia e di Veneto sviluppo che, completato con successo il piano di rilancio industriale, hanno finito per cedere le proprie rispettive quote del ... e del ...% alla famiglia, la quale torna così a controllarne la proprietà...continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n° pagina 61, lunghezza 1/5 di pagina

**Un'alleanza per i prodotti bio**

Si è costituita Federbio, Federazione dell'agricoltura biologica e biodinamica in cui confluiscono rappresentanze di Aiab, Amab, Amabio, Terra Sana Italia, Associazione italiana agricoltura biodinamica, Icea e Qc&i. Vi aderiscono inoltre organismi di controllo che ispezionano il ...% delle ... aziende biologiche italiane. Il biologico italiano conta ...mila ettari, ...mila bovini, ... mila pecore, .. mln di polli e galline, ... mila alveari e ... mila capre.

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n° pagina 126, lunghezza 1/5 di pagina

**Agricoltura biologica in progetto**

Prober (l'Associazione dei produttori biologici e biodinamici dell'Emilia Romagna) e cofinanziato da Ue e Agea ha messo a punto un progetto denominato "BioBenessere", con l'obiettivo di incentivare i consumi dei prodotti bio, ampliare la conoscenza dei principi dell'agricoltura...continua...

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [I finanziamenti per il progetto Biobenessere](#)

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n° pagina 48, lunghezza 2,6 Pagine

**Potenzialità inespresse**

Biologico: In un settore che nel nostro Paese è ancora una nicchia, si affacciano nuovi competitor e mutano gli scenari. Da Bio Fach un quadro internazionale su cui riflettere perché l'Italia prenda quota.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [La quota di mercato e il giro d'affari del biologico: 2005](#)

Proposte editoriali sullo stesso argomento:



**Titolo** La disciplina comunitaria sulla sicurezza alimentare, sugli OGM e sul prodotto biologico. Un confronto con l'atteggiamento regolamentare degli Stati Uniti  
**Autore** Alexander Julie; Belloni M. Pia; Lui Francesca  
**Prezzo** € 17,00  
**Anno** 2005  
**Editore** Aracne



- [La vendita di prodotti biologici per canale: 2003-2006 \(in %\)](#)

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 33, lunghezza 1 pagina

#### **L'integrata in campo**

Agricoltura: è un mix di tecniche di protezione e di pratiche colturali, nel rispetto degli equilibri biologici. In fase di sviluppo, necessità però di un disciplinare nazionale che fornisca delle regole chiare.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [I finanziamenti erogati per le misure agroalimentari: 2002 \(in migliaia di euro\)](#)

Articolo

*Largo Consumo 10/2005 pg 173*

#### **Un anno ricco per Icea**

Biologico: Icea, il maggior organismo di controllo del biologico in Italia, ha reso noti i risultati del proprio quarto anno di attività. In generale, tra le nuove attività hanno assunto una crescente consistenza la ricertificazione dei prodotti in base al Nop e al Jas; l'attività di controllo delle importazioni e all'estero; il controllo e la certificazione dei cosmetici e della detergenza pulita.

Notizia

*Largo Consumo 10/2005 pg 115*

#### **Prodotti bio altoatesini direttamente a casa**

Bioexpress, società costituita da un gruppo di agricoltori dell'Alto Adige, venderà a domicilio frutta e verdura altoatesini e biologici.

Notizia

*Largo Consumo 10/2005 pg 155*

#### **Rudolf Project**

Soluzioni informatiche: Wayin, e-media del gruppo J.Venture & Partners e Rudolf Project, hanno lanciato un innovativo modello di formazione on-line dedicato all'agricoltura biologica. Il progetto è stato promosso dal Consorzio biologico per lo sviluppo sostenibile e consente ...continua...

Notizia

*Largo Consumo 9/2005 pg 147*

#### **Guarda all'estero il miele vicentino**

Rigoni di Asiago, leader italiano delle vendite di confetture e miele biologici ha accresciuto il proprio giro di affari da ... milioni a ... milioni, con un incremento del ...%. Il biologico pesa per il ...% sui ricavi complessivi di Rigoni, che guarda ai mercati esteri, tra cui Cina, in cui prevede di entrare entro il...Continua...

Notizia

*Largo Consumo 9/2005 pg 155*

#### **Icea estende la presenza anche in Friuli**

Sono salite a ... le sedi italiane di Icea, il più importante ente nazionale di controllo e di certificazione del biologico, che ora ha aperto in Friuli. Le prospettive di business locale sono legate alla forte vocazione di questa regione...Continua...

Notizia

*Largo Consumo 7-8/2005 pg 39*

#### **Lo stato dell'arte nel biologico**

Il 2004 è stato un anno decisamente buono, con un aumento produttivo nell'ordine dei 4 punti percentuali. L'obiettivo di domani è di portare il settore a un'incidenza del 3% sui consumi alimentari.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- La ripartizione del paniere biologico nella grande distribuzione: 2005

- Come è cambiato il biologico in tre anni: 2003-2005

- Il grado di conoscenza dei consumatori in fatto di normative e controlli del biologico : 2000-2004

- Le aziende con prodotti biologici presenti a Cibus 2000-2004

Articolo integrale pubblicato on line

*Largo Consumo 5/2005 pg 157*

#### **Ai francesi di Andros gli yogurt "bio" Scaldasole**



Fattorie Scaldasole, il marchio leader dello yogurt biologico, registra un ulteriore passaggio di proprietà. All'americana Heinz, che l'aveva acquisito 5 anni fa, stanno per subentrare i francesi di Andros.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Il business dello yogurt in Italia (in tonnellate)
- Notizia

*Largo Consumo 4/2005 pg 92*

**Una disciplina per i cosmetici biologici**

CCpb, per colmare le lacune normative che ancora permangono nel settore, ha presentato il proprio disciplinare di produzione, etichettatura e commercializzazione dei cosmetici biologici.

Notizia

*Largo Consumo 4/2005 pg 84*

**Controlli alimentari di Stato**

Tutela: sia da parte dell'Ue, sia tramite i diversi livelli istituzionali locali, sono molte le verifiche che si compiono per garantire la sicurezza di ciò che si mangia. Un excursus fra gli enti preposti.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Il sistema di allerta del Ministero della Salute: 2004 (in unità)
- Alcune irregolarità riscontrate nel terzo trimestre 2004

Articolo

*Largo Consumo 3/2005 pg 12*

**I nuovi trend nei modelli di consumo alimentare**

I modelli di consumo alimentare sono in fase di profondo cambiamento, caratterizzati da una accresciuta pretesa qualitativa a prezzi decrescenti, sia condizionati da emergenti stili di vita e sensibilità (biologico, tipico, servizio, innovazione).

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- I nuovi trend nei modelli di consumo alimentare (biologico, prodotti nuovi, tipico, prodotti evoluti)
- Le performance alimentari dei consumatori emergenti (biologico e tipico)

Articolo

*Largo Consumo 3/2005 pg 84*

**Cercasi punto di vendita specializzato di media metratura**

Format: piace ai consumatori perchè offre ampiezza e profondità di gamma senza eccessi, disponibilità all'informazione chiara e completa, servizi di intrattenimento, formazione. E prezzi adeguati.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Alcuni esempi di settori in cui lo specializzato di media dimensione ha successo
- I fattori di successo per i Pdv di media metratura

Articolo

*Largo Consumo 2/2005 pg 13*

**Comportamenti alimentari nell'era postmoderna**

Alcune tendenze che influenzano il consumo alimentare

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Alcune tendenze che influenzano il consumo alimentare

Articolo

*Largo Consumo 2/2005 pg 145*

**Aziende food con patente**

Reporting: anche il settore alimentare deve sempre più guadagnarsi la propria "licenza di operare" non solo in termini economici, ma anche dando prova di una più ampia credibilità in campo ecologico, etico e sociale

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Ripartizione geografica dei report di sostenibilità GRI nel settore alimentare (per principali Paesi)

Articolo

*Largo Consumo 2/2005 pg 145*

**Alimenti sotto controllo**

Infestazioni: Per escludere possibilità di contaminazioni, è possibile ricorrere a un sistema di monitoraggio alternativo alla lettura delle trappole, che prevede l'esame diretto delle polveri.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- I meccanismi di infestazione



- Lo schema operativo dell'esame diretto delle polveri ambientali  
Articolo

*Largo Consumo* 2/2005 pg 145

**Notizie dall'Ue: Approvato il piano per il bio**

I ministri per l'Agricoltura approvano il piano europeo per lo sviluppo dell'agricoltura biologica...Continua..

Notizia

*Largo Consumo* 1/2005 pg 106

**Piace l'alimentazione naturale**

Gli italiani destinano all'alimentare il ...% della spesa familiare, per un valore complessivo di circa ... miliardi di euro un importo per famiglia di circa ... euro al mese. **Coldiretti** e **Ispo** hanno realizzato un'indagine (su un campione rappresentativo di quasi 4.000 intervistati, proporzionale alla popolazione italiana per genere, età, condizione professionale, area geografica e ampiezza del centro di residenza), per conoscere le opinioni degli italiani sull'alimentazione. Risulta...Continua...

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Abitudini di consumo alimentare: Dop,biologici,Ogm-free,equo-solidale,arricchiti (in %): 2004

Notizia

*Largo Consumo* 12/2004 pg 57

**Insieme con l'equo e solidale**

Biologico: Sono due segmenti in continua evoluzione, con buone prospettive di integrazione che può accrescere il valore aggiunto. Il prezzo è ancora un discriminante, sebbene sempre meno forte.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- I prezzi delle banane equo-solidali e convenzionali in alcuni Pdv della Gdo

Articolo

*Largo Consumo* 12/2004 pg 83

**E' bulgaro il primo porcino biologico Merlini**

funghi porcini di bosco

Notizia

*Largo Consumo* 12/2004 pg 162

**La Doria raccoglie risultati da Confruit**

+22% nel primo semestre 2004

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Il fatturato di La Doria per segmenti di attività

Notizia

*Largo Consumo* 11/2004 pg 124

**I prodotti Mediterrabio con etichetta in braille**

Al Salone del naturale svoltosi a Bologna sono stati presentati i prodotti con etichette leggibili anche dai ciechi, perché riportano su ogni confezione...Continua...

Notizia

*Largo Consumo* 10/2004 pg 89

**Il biologico nella ristorazione**

Canali: la sua presenza aumenta costantemente, soprattutto nelle mense scolastiche, e richiama sempre più l'attenzione di produttori e operatori del catering, tenuti a fornire le dovute garanzie.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Le mense biologiche nella scuola italiana per aree geografiche: 2003 (in %)

- Le mense biologiche nella scuola italiana: 1997-2003

Articolo

*Largo Consumo* 10/2004 pg 37

**Lo sport fa bene allo scaffale**

Integratori alimentari: Se la crescita delle referenze dedicate a chi pratica un'attività è poderosa, gli altri preparati funzionali si limitano a conservare le posizioni. Il mercato è in forze.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Il mercato degli integratori nel canale mass market: 2004 (super+iper)

- Il mercati degli sport drink nel mass market

Articolo



*Largo Consumo 9/2004 pg 143*

**Migros lancia i prodotti senza glutine**

celiachia - celiaci

Notizia

*Largo Consumo 9/2004 pg 71*

**Passerà dal super metà del biologico**

Nuova scommessa cui sembra puntare la distribuzione moderna

Notizia

*Largo Consumo 9/2004 pg 177*

**Biologico all'ingrosso**

In seno al Centro agroalimentare di Roma

Notizia

*Largo Consumo 9/2004 pg 47*

**Zootecnia al passo**

Biologico: Il comparto risente di una regolamentazione tardiva, che ha dilatato i tempi di sviluppo. Perché decolli, tuttavia, occorrono un livello maggiore di informazione e prezzi più accessibili.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Le produzioni zootecniche biologiche nei 15 Paesi Ue: 2001 (in %)
- La quota di commercializzato col marchio biologico sul totale Ue: 2001 (in %)

Articolo

*Largo Consumo 6/2004 pg 81*

**Biologico al super**

Canali: Nel trade moderno occupa ormai un posto rilevante, sebbene le marche presenti siano limitate e in competizione non solo tra loro, ma spesso anche con le private label bio delle diverse catene.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Le ripartizioni delle vendite del biologico per canale: 2003-2006
- Il biologico nella grande distribuzione: 1998-2003
- Le vendite di alimenti biologici nella DM nei princ. Paesi Ue: 2002 (in %)

Articolo

*Largo Consumo 5/2004 pg 25*

**Il salutismo autoindulgente**

La maggior parte dei prodotti salutistici lanciati negli ultimi anni ha sempre cercato un posizionamento non punitivo, legandosi al concetto di "star bene"

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- "Preferisco mangiare non ciò che mi piace, ma ciò che mi fa bene" (molto +abbastanza)

Articolo

*Largo Consumo 4/2004 pg 50*

**Consenso sugli ecologici**

Biologico non food: Si tratta di articoli uniti dalla comune attenzione all'ambiente, ai consumi di qualità, al risparmio energetico, al recupero dei materiali, in linea con le aspettative di naturalità attuali.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Gli operatori del non food presenti a Sana 2003 per comparto (in unità)
- La disponibilità degli italiani a pagare di più per prodotti a "matrice ecologica" (in %)

- Box: Ecolabel in Coop

Articolo

*Largo Consumo 3/2004 pg 149*

**Alto potenziale per il biologico italiano**

SanaUsa = la prima fiera americana del food & wine italiano, organizzata da Fiere e Comunicazioni

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

Notizia

*Largo Consumo 3/2004 pg 45*

**Dalla Francia con naturalità**

Biologico: Da Nat expo di Parigi ecco un panorama che include anche dietetici, integratori, tisane, erbe e quant'altro soddisfa il desiderio di salubrità, sempre più presente nei consumatori.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**



- Il biologico dei Paesi europei principali produttori: 2003 (in % sul totale)
  - Box: A proposito di nutritional Food
- Articolo

*Largo Consumo 2/2004 pg 49*

#### **La natura sulla pelle**

Tessile: Le fibre biologiche stanno prendendo quota, specie nel campo del cotone. Per ora è una nicchia, ma il mercato promette bene, a giudicare da esperienze come quella di Coop Svizzera.

Articolo

*Largo Consumo 1/2004 pg 33*

#### **Quesiti al naturale**

Biologico: Il trade moderno e le private label contribuiscono ad avvicinare i consumatori con prezzi più abbordabili, ma l'informazione resta scarsa, complessa e disomogenea. Lo dimostra un'indagine di Ccpcb.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Lo sviluppo previsto per il biologico in Italia nei prossimi 5 anni: 2000-2003 (in %)
  - Gli argomenti per comunicare la comunicazione del biologico: 2000-2003 (in %)
- Articolo

#### **COMUNICAZIONE D'IMPRESA:**

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n° pagina 49, lunghezza 1

#### **[Fungorobica: funghi essiccati facili da cucinare, reperibili tutto l'anno](#)**

Focus: L'azienda oggi rappresenta il punto di riferimento nella produzione e commercializzazione di funghi spontanei e coltivati a qualità certificata, sia biologica sia a lotta integrata.

Comunicazione di impresa – Serie "[I Focus](#)"

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 62, lunghezza 1/3 di pagina

#### **[Le Tisane Arbe: sorsi di benessere per la salute](#)**

Spot: Arbe, azienda leader nella produzione bio di erbe aromatiche e officinali, presenta le Tisane da coltivazioni biologiche e biodinamiche italiane. Coadiuvanti della salute, le Tisane Arbe provengono da terreni fertili e "puliti".

Comunicazione di impresa – Serie "[Gli Spot](#)"

*Largo Consumo 9/2005 pg 36*

#### **[Perfoods – Qualità, tecnologia, creatività al servizio dei grandi leader dell'industria dolciaria. Perfoods Bio, perfetta armonia con la natura.](#)**

I profili: Qualità innovazione, esperienza, flessibilità, servizio: sono i valori su cui si fonda il successo della società, specializzata nella produzione di cereali soffiati e ingredienti soprattutto per l'industria dolciaria. Forte di questo eccellente know-how, l'azienda "debutta" nella produzione a marchio proprio.

Comunicazione di impresa – Serie "[I Profili](#)"

*Largo Consumo 3/2005 pg 64*

#### **[Rigoni di Asiago - alta qualità e passione artigianale per esaltare il miele e le confetture biologiche](#)**

Le interviste: Continua la crescita dell'azienda specializzata in miele e confetture biologiche: ne parliamo con Andrea Rigoni, direttore commerciale, che spiega la filosofia imprenditoriale e gli obiettivi della società

Comunicazione di impresa – "[Le interviste](#)"

*Largo Consumo 11/2004 pg 60*

#### **[Arbe - Alta qualità e tipicità, grande innovazione nel pack per una nuova generazione di erbe, spezie e infusi](#)**

I Profili: Arbe propone una gamma di erbe, spezie, infusi caratterizzati da un'elevata qualità, certificazione Aiab-Ifoam e dalla lavorazione sul luogo di produzione. Con un pack innovativo.

Comunicazione di impresa – Serie "[I Profili](#)"

*Largo Consumo 4/2004 pg 116*

#### **[Amalattea – La qualità e il successo di un assortimento esclusivamente a base di latte di capra](#)**

I profili: Una gamma di prodotti a base di latte caprino, leggeri, nutrienti e ideali per i consumatori intolleranti al latte vaccino e alle uova. Amalattea ha costruito su questa expertise un successo crescente.



Comunicazione di impresa – Serie "[I Profili](#)"

**PUBBLICITÀ TABELLARE:**

*Largo Consumo* 7-8/05 pg 38

[Mediterrabio - Alce Nero e Mielizia: gusto e qualità si sposano in tavola](#)

Tabellare: Il protagonismo dei produttori e dei territori, la ricerca della qualità, la valorizzazione dei consumatori, il rispetto dell'ambiente. Sono questi i valori di Alce Nero e Mielizia, i marchi attraverso cui gli apicoltori e gli agricoltori biologici italiani offrono i frutti del loro lavoro.

Pubblicità – "[Tabellare](#)"