



PIATTI PRONTI



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-0106-030.Pdf

ARGOMENTI CORRELATI:

Sul tema della **DISTRIBUZIONE AUTOMATICA**, è disponibile
il **Percorso di lettura** [PL-0106-016.pdf](#)

sul tema delle **GASTRONOMIA E SALSE FREDDI**, è disponibile
il **Percorso di lettura** [PL-0106-017.pdf](#)

Sul mercato correlato delle **FRAGRANZE** e **AROMI**, è disponibile
il **Percorso di lettura** [PL-0905-003.pdf](#)

RIFERIMENTI:

Il sommario di tutti i Percorsi di lettura di Largo Consumo
è **scaricabile** all'indirizzo 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.

Pianeta Distribuzione

Rapporto annuale sul grande dettaglio internazionale

Un'analisi ragionata delle **politiche** e delle strategie di sviluppo dei **grandi gruppi distributivi internazionali**, food e non food e di come competono con la **distribuzione locale** a livello di singolo Paese. **Tabelle, grafici, commenti** giornalistici, **interviste** ai più accreditati esponenti del retail nazionale e internazionale, la rappresentazione **fotografica** delle più importanti e recenti **strutture commerciali** in Italia e all'estero su Pianeta Distribuzione.

Mercato & Imprese

Opinioni e prospettive dall'industria del largo consumo

Ogni anno, Mercato & Imprese ospita interviste ad alcuni fra i più accreditati esponenti di aziende di primo piano dell'industria alimentare e grocery non food. I contenuti giornalistici sono sviluppati in forma di interviste, tante quanti sono i settori merceologici presi in esame nel fascicolo. Al manager intervistato viene chiesto, in esclusiva per il proprio mercato di appartenenza, di fornire una rappresentazione dell'andamento del comparto, forte della propria esperienza professionale e del posizionamento della propria azienda. Ogni intervista è affiancata da una scheda mercato a cura della redazione, che riporta i principali indici del settore come i volumi e i valori della produzione industriale, le tipologie produttive, l'import/export, il rank dei produttori e marche, investimenti, consumi, ecc.

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 6/2005, n° pagina 29, lunghezza 3 pagine

Secondo con servizio

Elaborati avicoli: Dagli spiedini ai panati, fino ai piatti con verdure: un mondo di ricette, che incontra le esigenze di un consumatore sempre più orientato agli alimenti gustosi e di pronto utilizzo.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Il mercato degli elaborati per lavorazione di prodotto: 2003 \(in %\)](#)

- [La ripartizione dei consumi di pollo e tacchino per tipologia di prodotto: 2003 \(in %\)](#)

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n° pagina 18, lunghezza 1/6 di pagina

Roncadin-Arena holding

Fusioni e acquisizioni: Con l'integrazione tra Roncadin e Arena holding è nato un gruppo agroalimentare di rilevanza europea...Continua...

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Le principali operazioni di M&A 10/04-02/05](#)

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n° pagina 145, lunghezza 1/6 di pagina

Arena e Roncadin: integrazione conclusa

Arena e Roncadin hanno concluso l'integrazione. L'intesa, siglata il 14 maggio scorso dopo la delibera dei rispettivi cda a settembre 2004, rende concrete le linee del programma avviato con l'acquisto di...continua...

Notizia

Mercato Italia Agro 4/2005 pg.54

[I risultati delle principali imprese agroalimentari in Italia: 2002-2003: Surgelati](#)



Il fatturato e il valore aggiunto in mln di euro, il valore aggiunto sul fatturato, gli utili/perdite di esercizio, il numero di dipendenti e il fatturato per dipendente relativo ad aziende di settore con un fatturato compreso tra i 1.303 e i 21 milioni di euro.

Tabella

Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n° pagina 105

I primi Barilla vanno sulla carta

Campagna stampa e affissione: Yung&Rubcam studia la campagna per i primi piatti pronti surgelati di Barilla.

Notizia

Largo Consumo 3/2005 pg.129

Ancora in mare con Capitan Findus

Nuove campagne pubblicitarie: sono in onda sulle reti Rai, Mediaset e La 7 gli episodi che fanno seguito al primo ciclo, trasmesso a febbraio, della saga del "Capitan Findus".

Notizia

Mercato e Imprese 2/2005 pg.78

In partnership con la distribuzione

Mercato & Imprese ha interrogato Andrea Ganelli, category manager "frozen food" di Unilever Italia, divisione Ice Cream & "frozen food", una delle aziende più innovative e dinamiche del settore.

In allegato all'intervista, **leggi i dati salienti** del mercato nella **Scheda Mercato** allestita dalla redazione di *Largo Consumo*:

- **La tabella** dei consumi di surgelati, dimensione e segmentazione del mercato: vendite in valore e in volume, e speso specifico sul totale venduto (patate, ortaggi, pesce e carne, piatti pronti, pasti pronti, pizza, altra pasticceria salata, altri)
- **Allocazione delle vendite** a valore nelle quattro macro regioni italiane.
- **Rank** dei primi 5 produttori a valore e indice di concentrazione del valore mercato da parte dei primi 5 produttori.
- **Il profilo** dei consumatori di surgelati: distribuzione nelle quattro macro regioni italiane, numero di componenti per nucleo familiare, penetrazione percentuale su universo e indice degli altri e bassi consumatori.
- **Una breve** considerazione sulle dinamiche dei consumi e dei prodotti nel recente passato.
- **Consumo in quantità** dei prodotti ricettati nella serie storica 2002/2003 per vegetali e patate, prodotti preparati, prodotti a base di pesce, molluschi e crostacei, prodotti avicunicoli, paste semilavorate prodotti a base di carne rossa dessert prodotti a base di frutta.

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 6/2004, n° pagina 71

Fini rilancia sui piatti pronti

Fini punta sui piatti tipici della cucina emiliana sull'onda della rivitalizzazione dei piatti tipici attraverso le preparazioni pronte.

Notizia

Largo Consumo 3/2004 pg.113

Surgelati vincenti

Analisi della domanda: con una richiesta costantemente in aumento, il settore mette a segno risultati importanti soprattutto nel segmento bakery. Il supermercato è il luogo d'acquisto preferito, ma l'home vending incalza.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- L'indice di penetrazione dei surgelati sull'universo delle famiglie
- La concentrazione del comparto surgelati (in %)

Articolo

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo 10/2005 pg 101

Cryovac - Sealed Air – Despar Aspiag ha scelto Cryovac Steam Cooking per i suoi Tirolerteller

Focus: Despar- Aspiag ha individuato il metodo di confezionamento più adatto alla sua nuova linea di piatti tirolesi "Tirolerteller": il sistema Cryovac Steam Cooking, grazie alle sue caratteristiche innovative e perché offre la possibilità di cuocere nel microonde i prodotti lavorati.

Comunicazione d'impresa – "**I Focus**"



Mercato e Imprese 2/2005 pg 92

[Aia](#)

Le schede aziendali: Una delle principali aziende avicunicole in Europa e prima in Italia, AIA è il principale produttore italiano di pollo e tacchino. Oggi AIA produce e distribuisce: uova, polli, tacchini, conigli, faraone, trote sia interi sia in porzioni, oltre a una vasta gamma di trasformati ed elaborati crudi e cotti, fino alle proposte più recenti: una gamma di specialità fresche a base di pollo, pronte in pochi minuti. Comunicazione d'impresa – "[Le schede aziendali](#)"

Mercato e Imprese 2/2005 pg 126

[Unilever Italia](#)

Le schede aziendali: Dopo la grande crescita nel settore dei gelati, alla fine degli anni Sessanta, Unilever decise di entrare in Italia anche nell'allora embrionale mercato dei surgelati: da 40 anni l'azienda opera nel settore con il marchio Findus, offrendo una gamma completa di prodotti di altissima qualità: dai primi piatti pronti ai vegetali, dalla carne al pesce. Comunicazione d'impresa – "[Le schede aziendali](#)"

Largo Consumo 2/2005 pg.108

[Unilever Italia](#)

Le interviste: Con un nuovo logo, un nuovo pack, un passaporto nutrizionale, Findus rinnova la sua immagine. Ne parliamo con Eleonora Bindi, Trade & Customer Marketing Manager della Divisione Ice Cream & Frozen Food. Comunicazione di impresa – Serie "[Le Interviste](#)"

Largo Consumo, fascicolo 6/2004, n°pagina 33, lunghezza 1/3 di pagina

[Antica Pasteria - Agilo 250: a tavola con piacere, senza rinunce.](#)

Spot: Antica Pasteria presenta Agilo250, la prima linea di gastronomia ipocalorica, piatti pronti surgelati monoporzione da 250 grammi che contengono solo 250 kcal: una sola caloria per grammo. Comunicazione di impresa – Serie "[Gli Spot](#)"

Largo Consumo, fascicolo 6/2004, n°pagina 35

[Sealed Air - Cryovac](#)

Focus: Le soluzioni Qualità Cuisine di Cryovac sono state presentate il 12- 13 febbraio a Packforum, durante il primo incontro tematico dell'anno incentrato sui piatti pronti. Comunicazione d'impresa – Serie "[I Focus](#)"

LA PUBBLICITÀ TABELLARE:

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n°pagina 110

[Unilever lancia Extrà: l'edizione speciale di 4 Salti in Padella Findus per il loro 10° anniversario.](#)

Mezzelune giganti funghi e tartufo: ecco Extrà, l'edizione speciale di 4 Salti in Padella Findus. Pubblicità – "[Tabellare](#)"

Largo Consumo 9/2005 pg 0

[That's amore Findus](#)

Una nuova sensazione di bontà: tre nuove cremose idee dedicate a chi desidera portare in tavola tutto il benessere delle verdure e il piacere di una nuova sensazione di bontà. Pubblicità – "[Tabellare](#)"

Largo Consumo 7/2005 pg 30

[AIA: se c'è Aia c'è gioia](#)

Nuovi Ragù Bongust'Aia. Finalmente più carne che sugo. Sono gli unici ragù freschi preparati con carni bianche di pollo e tacchino leggeri e gustosi al tempo stesso. Le ricette sono due: ragù rosso con pomodoro e ragù bianco. Entrambe golose e ugualmente irresistibili. Pubblicità – "[Tabellare](#)"

Largo Consumo 3/2005 pg.130

[Oroge!](#)

1/1Qc - Nuova ricetta. Più gusto, più verdure, più successo. Pubblicità – "[Tabellare](#)"

Largo Consumo, fascicolo 10/2004, n°pagina 191

[Copaim](#)



1/1Qc - la genuinità delle verdure migliori
Pubblicità – “[Tabellare](#)”

Largo Consumo 6/2004 pg.22

[Martini Alimentare](#)

1/1Qc - riconoscere la qualità con le medaglie e riconoscere il premio con il sapore. Rintracciabilità della filiera, qualità, ampiezza di gamma, garanzia del ciclo integrato, certificazioni di enti terzi.

Pubblicità – “[Tabellare](#)”

Largo Consumo, fascicolo 6/2004, n°pagina 30

[Arena Holding](#)

1/1Qc - Tu in cucina: i nuovi Piatti Pronti. Più ricca la gamma, più ricco il menu. L'incontro di gusto e fantasia porta in tavola 4 gustose novità firmate "Tu in Cucina".

Pubblicità – “[Tabellare](#)”

Largo Consumo, fascicolo 4/2004, n°pagina 82

[Alucart: l'Aprifacile...un invito all'apertura](#)

Con l'Aprifacile basta un semplice gesto...! Tirando un lembo del film si ottiene agevolmente la totale apertura del piatto evitando più operazioni, rischi d'infortuni e garantendo l'assoluta pulizia delle mani e degli abiti.

Pubblicità – “[Tabellare](#)”

Largo Consumo, fascicolo 3/2004, n°pagina 110

[Unilever Bestfoods](#)

1/1Qc - Apri il frigo e scopri le novità: tutto il gusto e la fragranza delle verdure e dei legumi appena raccolti. Si tratta della nuova linea di minestrone e zuppe Knorr fresco.

Pubblicità – “[Tabellare](#)”

Largo Consumo, fascicolo 3/2004, n°pagina 112

[Orogel](#)

1/1Qc - Verduri zuppa di farro ha un ingrediente in più: il benessere

Pubblicità – “[Tabellare](#)”