

Percorso di lettura a cura di Largo Consumo
Rivista di economia a marketing sulla filiera dei beni di consumo
www.largoconsumo.info



Documento in **versione interattiva:**
www.largoconsumo.info/022007/PL-0207-010.pdf

ORTOFRUTTA



Costi del Percorso di lettura:

€ 220,50 (comprensivo iva) - non abbonati
€ 171,00 (comprensivo iva) - abbonati

[Clicca qui per i costi dei singoli titoli](#)

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo e supplementi

Rif: PL-0207-010

Aggiornamenti:

Verifica la disponibilità di un'[edizione più aggiornata](#) di questo Percorso di lettura.

Se non sai cosa sia un Percorso di lettura, trovi una spiegazione alla pagina www.largoconsumo.info/percorsi

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

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.

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

Rapporto sullo stato delle imprese

I **risultati finanziari** delle principali imprese nazionali, la **produzione** industriale e

Osservatorio D'Impresa

Leggi le **case history** di comunicazioni d'impresa di Aziende e organismi attivi nei mercati considerati in questo

Percorso di lettura
selezionati da
Largo Consumo

le **esportazioni**, i **consumi** interni e principali **competitor** internazionali di questo comparto.

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:

I CONTENUTI EDITORIALI:

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n° pagina 44, lunghezza 1,3 Pagine

Tipologia: Articolo

La marginalità sta nell'efficienza

Ortofrutticoli: Per una fotografia sullo stato del mercato ortofrutticolo, *Mercato&Imprese* si è rivolta ad Apo Conerpo, primaria cooperativa di produzione che opera attraverso due organizzazioni commerciali: Naturitalia e Alegra. Dalle parole di Augusto Renella, direttore marketing della prima, e di Stefano Soli, direttore marketing e sviluppo della seconda, emergono convergenti letture del comparto.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Dimensione / Trend del mercato - Frutta fresca - Consumi domestici
- Dimensione / Trend del mercato - Ortaggi freschi - Consumi domestici
- Ortofrutta a marchio del distributore - quote % di mercato
- Produzione ortofrutta - 2005
- Profilo dei consumatori di ortofrutta

Allegati:

- [Scarica l'articolo](#)

Citati: AcNielsen, Alegra, Apo Conerpo, GfK-Iha Italia, Ismea, Naturitalia, Plma, Soli Stefano

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n° pagina 46, lunghezza 1,3 Pagine

Tipologia: Articolo

Coniugare dimensione e servizio

Ortofrutticoli d'importazione: In questa intervista esclusiva rilasciata a *Mercato&Imprese* Antonio Orsero, presidente e amministratore delegato di GF Group e ad di Fruttital distribuzione, spiega i macrotrend che stanno interessando gli scambi internazionali di ortofrutta. Al netto delle singole merceologie, i consumi mantengono una dinamica nel complesso stabile, mentre è sempre viva l'attenzione sul ruolo di alcuni Paesi nello scacchiere internazionale

Tablette, grafici e box a corredo:

- Import-export ortofrutticoli freschi - 2005
- Ortofrutta fresca - valore importazioni - 2005
- Ortofrutticoli d'importazione: frutta, ortaggi, la "guerra delle banane"

Allegati:

- [Scarica l'articolo](#)

Citati: Bonita, Chiquita, Del Monte, Dole, Fruttital Distribuzione, GF Group, Ismea, Orsero Antonio

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina pubblicato on line

Tipologia: Breve

Ortofrutticoli: consumi in ripresa

Gli italiani hanno consumato da gennaio a agosto prodotti ortofrutticoli per ... milioni di tonnellate, +... % sui ... milioni di tonnellate 2005, per un valore passato da ... a ... miliardi di euro (+... %). L'interruzione del ciclo di calo dei consumi si è cominciato a constatare nei primi 2 mesi dell'anno e trova ora un'evidente conferma.

Tablette, grafici e box a corredo:

- [Gli acquisti di ortofrutta delle famiglie: gennaio-agosto 2005-2006](#)

Allegati:

Citati: Cesena Fiera, GfK, Lead Studio, Macfrut, Osservatorio Macfrut



Titolo: Orticoltura - Codice PL-0107-018

Edizione: 1/2007

Editore: Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/012007/PL-0107-018.pdf



Titolo: Le politiche di valorizzazione e tutela dei prodotti alimentari tipici - Codice PL-0407-002

Edizione: 4/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/042007/PL-0407-002.pdf



Titolo: Biologico-Codice PL-0107-012

Edizione: 1/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/012007/PL-0107-012.pdf

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina pubblicato on line

Tipologia: Breve

Aprilia al centro di investimenti Apofruit

Apofruit Italia sta investendo sullo stabilimento di Aprilia. ha stanziato ... milioni di euro destinati a maggiori capacità frigorifere, a un'ulteriore sala di lavorazione e a nuove più avanzate tecnologie. Le nuove celle frigorifere consentiranno di stivare ... tonnellate, ...% in più delle attuali potenzialità.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Apofruit Italia

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 33, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Viaggio intorno al melo

Ortofrutta: Aumentano le produzioni, diminuiscono i consumi e i distributori si sono fatti più esigenti. Questo si traduce in una concorrenza più agguerrita, con conseguenti perdite economiche. Anche la bilancia commerciale comunitaria è andata peggiorando. Un indicatore più affidabile è il confronto tra l'andamento dell'acquisto di mele e quello della frutta fresca in generale, in Italia si è registrato il calo più pesante.

Table, grafici e box a corredo:

- **I principali competitor mondiali di mele**
- **Il mercato delle mele in Europa (in %)**
- **La produzione mondiale di mele: 2000-2015 (in 1.000 tonnellate)**

Allegati:

Citati: Asoex, Assomela, Beaven Peter, Belrose, Carvajal Christian, Dalpiaz Alessandro, Deitert Rudolf, Della Casa Roberto, Ellinger Wilhelm, Europanel, Gfk-Eurisko, Laiyang agricultural University di Qindao Shandong, New Zeland incorporated, O´Rourke Desmond, Pipfruit, Pra (Pest risk analysys), World Apple Report 2006, Wto, Yongbing Yuan, Zmp (Zentrale Markt und Preisberichtstelle)

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 55, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Accordo per la mela resistente ai funghi

Brevettata in tutto il mondo, Modi è una mela resistente alla ticchiolatura, oggetto di un'intesa fra Civ, Consorzio italiano vivaisti e Apofruit Italia di Cesena. I produttori associati Apofruit potranno avviarne gli impianti a partire dall'inverno, mentre la diffusione con il marchio Modi adotterà la collaudata formula del club sulla scorta della Pink Lady.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Apofruit Italia, Civ (Consorzio italiano vivaisti), Consorzio Melapiù, Mele Fuji, Mele Pink Lady, Modi

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 101, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Macfrut avvia progetto per l'ortofrutta

Macfrut ha programmato un progetto denominato "Macfrut-Internazionalizzazione della filiera ortofrutticola", creando un Ufficio estero composto da tre persone.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Cesena Fiera, Macfrut, Progetto: Macfrut-Internazionalizzazione della filiera ortofrutticola, Scarpellini Domenico



Titolo: **Conserven vegetali-**

Codice PL-0207-004

Edizione: 2/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/022007/PL-0207-004.pdf



Titolo: **Confetture e marmellate- Codice PL-0906-008**

Edizione: 9/2006

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/092006/PL-0906-008.pdf



Titolo: **Ortofrutta & Marketing - Promozione, gestione e category management dell'ortofrutta**

Edizione: 1/2005

Editore: Agra Editrice

Link:

diffusioneeeabbonamenti@largoconsumo.it?subject=Richiesta_libro_Cash&Carry_una_formula_di_successo

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 133, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I risultati di Melinda oltre le aspettative

Il Consorzio Melinda ha chiuso l'esercizio 2005-2006 a novembre. La liquidazione delle plusvalenze ha messo a segno un +... % sugli obiettivi iniziali con piena soddisfazione del consiglio di amministrazione. L'esercizio è stato caratterizzato, specie nel primo quadrimestre, da un'offerta in eccesso e da prezzi nettamente inferiori all'anno prima.

Table, grafici e box a corredo:

- **Il bilancio consuntivo Melinda: 2005-2006 (in euro)**

Allegati:

Citati: Consorzio Melinda

Largo Consumo, fascicolo 1/2007, n° pagina 0, lunghezza 2 pagine - pubblicato on-line

Tipologia: Articolo

Frutticoltura: rinnovamenti sul terreno

Lavoro: il mercato globale in cui ormai i prodotti ortofrutticoli italiani si trovano a competere in termini di prezzo oltre che di qualità, obbliga imprenditori, ma anche chi ha responsabilità di governo, a individuare soluzioni per garantire la competitività dei prodotti italiani sui mercati. Il tema è al centro della ricerca "Il fattore manodopera in agricoltura – Caratteristiche, vincoli e opportunità per il comparto frutticolo".

Table, grafici e box a corredo:

- **Il numero di occupati in agricoltura: 1994-2003 (in migliaia e in %)**
- **L'incidenza dei contributi infortunistici Inail sul costo del lavoro per attività: 2004 (valori medi)**

Allegati:

Citati: Centro servizi ortofrutticoli di Ferrara, Cso, Inail, Istat, Pirazzoni Carlo, Riforma Hartz (Riforma del mercato lavoro in Germania), Università di Bologna

Largo Consumo, fascicolo 1/2007, n° pagina 51, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

I progetti di Battaglio per promuovere la frutta

Battaglio è l'azienda torinese leader nella produzione e distribuzione di frutta in Italia, che nel 2005 ne ha movimentato ben ...tonnellate. Per diffondere la cultura dei cibi fra i più piccoli, insegnando l'importanza di un'alimentazione sana e corretta, l'azienda ha dato vita al progetto sperimentale di educazione alimentare FruttaParty, che coinvolge i bambini di alcune scuole per l'infanzia e di scuole primarie di Torino e Provincia

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Battaglio, FruttaParty

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 41, lunghezza 1/2 Pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali imprese agroalimentari in Italia: 2003-2004:

Ortofrutticoli

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 206 e i 5 milioni di euro.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Amaglio srl, Apofruit scarl, C.O.A. - Soc. Coop. Ort. Abruzzese scarl, C.T. P. Esplana Sud srl, Chiquita Italia spa, Cons. Casalasco del Pomodoro scarl, Cons. Coop. Ortofrutticole Provincia di Salerno scarl, Cons. Frutticoltori del Tartaro scarl, Cons. Ortofrutticolo di Minerbe scarl, Cons. Padano Ortofrutticolo scarl, Consorzio Melinda scarl, Coop. Frutticoltori Ass. Rossana scarl, Coop. Frutticoltori Friulani scarl, Coop. Frutticoltori Tresigallo scarl, Coop. Prod. Agr. Lavorazioni ortofrutticole Granfrutta Zani scarl, Dole Italia srl, Eredi di Mancuso Donato spa, I.L.Man.-Ind. Lav. Mandorle srl, Ital Nocchiele srl, La Gentile srl, Madi Ventura spa, New Factor spa, Noberasco spa, Org. Prod. Ortofrutticoli Europa, Ortobuono srl, P.A.E.R. Prod. Agr. Emilia Romagna scarl, S.A.C.P.O. spa, Servizi Preconfezionamento Ortofrutticoli Zentrum srl, Sicilia Limoni srl, Trentofrutta spa, Unione Frutticoltori Coredo scarl, V. Besana spa, Vog Products scarl

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n°pagina 54, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Apo Conerpo: risultati dalle patate

Bilancio positivo della campagna 2005-2006 di Patfrut. La cooperativa di Molinella (Bo), che riunisce oltre ...soci per una produzione ortofrutticola complessiva di quasi ...tonnellate e aderisce ad Apo Conerpo, Confcooperative e Assopa Associazione produttori patate, ha fatturato quasi ...milioni di euro collocando quantitativi per quasi il ...% in più

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Apo Conerpo, Assopa (Associazione produttori patate), Confcooperative, Patfrut, Primura

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n°pagina 54, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Buone notizie dalla campagna Apofruit

Il consuntivo della campagna di commercializzazione Apofruit Italia è stato tracciato in occasione dell'assemblea dei soci a settembre, Quest'anno sono risultati ...quintali, in testa fragole e asparagi, per oltre ...milioni di euro da liquidare ai soci.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Apofruit Italia

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n°pagina 37, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Quale marketing per le mele

Ortofrutta: come è andata l'ultima campagna di raccolta? Attraverso quali leve si procede per aumentare la vendita? Chi sono i primi attori del mercato? Tutto sul più famoso dei frutti. Nell'Europa dei 15 si sono prodotti ... milioni di tonnellate di mele, registrando una diminuzione del ...% rispetto al 2005. Più costanti i dati della raccolta dei 10 nuovi Paesi membri, dove la produzione delle mele ha subito un calo solo del ...% rispetto all'anno scorso.

Table, grafici e box a corredo:

- Box: Pink Lady, successo in quattro mosse
- Box: summit a Bolzano

Allegati:

Citati: Apot, Associazione produttori ortofrutticoli della Val Venosta, Bergamaschi Mauro, Brini Mari, Coldiretti, Consorzio Melinda, Consorzio tutela della mela annurca campana, Consorzio Vog, Dalpiaz Alessandro, Dichgans Gerhard, Graiss Wolfgang, Granata Luca, Interpoma 2006, Istituto agrario di San Michele dell'Adige, Istituto sperimentale per la frutticoltura, Marlene, Mela AltoAdige igp, Scalise Claudio, SGMarketing alimentare, Venturelli Maria

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 49, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Se l'agrume ha un gusto amaro

Ortofrutta: secondo una recente indagine di Ismea, nel periodo settembre 2004-agosto 2005, i consumi nazionali di agrumi sono stati di circa .. tonnellate, in calo del ..% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Più consistente è stata la flessione della spesa dei consumatori, che, risentendo del calo dei prezzi medi al consumo, è scesa a poco meno di .. milioni di euro contro i .. milioni del periodo settembre 2003-agosto 2004 con un calo di ..% rispetto all'anno precedente.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: un'associazione sotto la lente
- **Gli acquisti di arance per canale distributivo: 2004-2005 (in tonn e in valore)**
- **I principali indicatori di acquisto degli agrumi: settembre 2003-agosto 2005**
- **I principali mercati di sbocco degli agrumi: 2000-2004 (in %)**

Allegati:

Citati: Ac Nielsen, Aneioa (Associazione degli esportatori e importatori ortofrutticoli e agrumari), Conai, Fao, Ismea, Istat, Mapa (Ministero dell'Agricoltura spagnolo)

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 61, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Joint venture nell'equo solidale

Un nuovo specialista nella distribuzione di frutta fresca e nel commercio equo solidale nasce come joint venture tra il consorzio Altromercato, il maggiore organizzatore di fair trade italiano, e Agrofair Europe, leader europeo delle importazioni di frutta fresca fair trade. È CrmAgrofair Italia, società destinata a dare impulso a una filiera integrata nel campo dell'importazione e commercializzazione di prodotti agroalimentari dai Paesi del Sud del mondo.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Agrofair Europe, Altromercato, Crm Agrofair Italia

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 127, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Come cambia il prezzo dal campo alla tavola

Ortofrutta: la differenza tra i prezzi al produttore e al consumatore è dovuta alla struttura della filiera. Sono stati messi a confronto tre modelli logistici per il settore: quello italiano, quello francese e quello tedesco. Le soluzioni adottate suggeriscono, nel paragone, i margini di miglioramento.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **La configurazione degli intermediari e dei negozi tradizionali**
- **Le catene del valore dei prodotti freschi di produzione italiana**
- **Lo schema della filiera italiana dell'ortofrutta fresca (in %)**

Allegati:

Citati: Auchan, Champion, Conad, Coop, Eurostat, Inea, Ismea, Le grand frais, Metro, Roland Berger strategy consultant, Selex, Sigma, Unaproa

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 39, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Quarta gamma al primo posto

Ortofrutta: la "quarta gamma" è quel settore agricolo che partecipa al cambiamento che sta investendo le abitudini alimentari. I prodotti dispongono di tre attributi fondamentali che interagiscono fra loro: la qualità, l'igiene, l'innovazione tecnologica ed un quarto: il mercato. La produzione proviene da .. imprese che muovono un fatturato annuo di circa .. milioni di euro. Lo sviluppo della quarta gamma è veloce, con ritmi di crescita superiori al ..% e prospettive di mercato lusinghiere.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Alcuni dati sui prodotti di quarta gamma
- **I top player del comparto quarta gamma in Italia**

Allegati:

Citati: Agroter, Aldo Bertazzoli, Antonio De Rosa, Asgrow Italia, Biolab, Bonduelle, Casadei Enrico, Gallerani Giovanni, Istituto Agrario, La Linea Verde, Natura.com, Pancaldi Marco, Peto Italia, Royal Sluis Italia, Rudello Mauro, Seminis vegetable seeds Italia, Sg marketing alimentare, Sipo, Sisa, Università di Bologna

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 42, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

L'ortofrutta riflessiva

Consuntivi: l'acquisto della frutta in Italia è diminuito del ..%, del ..% quello della verdura. Nel 2005, le famiglie acquistavano prodotti ortofrutticoli freschi per .. tonnellate, pari al -..% rispetto agli .. del 2004, per una spesa di .. mil. di euro, con un calo del ..% a fronte dei .. mil. del 2004. Una lieve ripresa si è registrata nei primi mesi del 2006, con un aumento dell'..% rispetto al primo bimestre del 2005. E' necessario trovare modi per consumare ortofrutta in maniera veloce.

Tabella, grafici e box a corredo:

- **Gli acquisti e le dimensioni di frutta e verdura: 2004-2005**
- **Il peso del biologico sui comparti frutta e verdura: 2004-2005**

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 81, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Campagna più scarsa per pesche e nettarine

Pesche e nettarine italiane indicano cali produttivi del ...%. Dopo l'eccezionale biennio 2004-2005, il protrarsi di basse temperature e precipitazioni sulla Penisola fino a primavera inoltrata, ha comportato una riduzione dell'offerta nazionale a ... tonnellate, con cali del 13% per le pesche da consumo, ... tonnellate, di oltre il 20% per le percoche, ... tonnellate, e del 12% rispetto allo scorso anno per le nettarine, ... tonnellate.

Tabella, grafici e box a corredo:

- Le previsioni della raccolta di pesche e nettarine in Italia: 2005-2006 (in tonnellate e in%)

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 81, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Aumenta il raccolto di MelaPiù

Il Consorzio, che riunisce ... tra cooperative e consorzi di produttori delle due regioni, ha collocato ... quintali di prodotto a marchio su un totale di circa ... quintali, scarti esclusi, di mele consegnate. La quantità è così più che raddoppiata in un anno ed è cresciuta nello specifico la quota MelaPiù del ...%.

Tabella, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: MelaPiù

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 81, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Mela Val Venosta ora Alto Adige igp

La mela della Val Venosta può da oggi fregiarsi del titolo Mela Alto Adige igp. È il riconoscimento che qualifica ben ... varietà di mele altoatesine fra le quali la Golden delicious, la Stark, la Jonagold e la Gala che ne rappresentano la produzione più significativa della valle.

Tabella, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Associazione produttori ortofrutticoli della Val Venosta Vi.p

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n°pagina 81, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Filiale greca per Chiquita

Chiquita nel 2005 ha commercializzato oltre ... milioni di cartoni di banane in ... Paesi del mondo. In Grecia rappresenta il numero uno del mercato con una quota del ...% per un valore di fatturato 2005 di 33 milioni di euro, cresciuto del ...% rispetto al 2004.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Chiquita Hellas, Glinos Athanasios

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n°pagina 99, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Veronamercato amplia l'offerta

Punto di riferimento per tutto il settore ortofrutticolo della provincia di Verona, Veronamercato ha aperto al suo interno un nuovo spazio di vendita riservato ai generi misti. In una struttura coperta di ... mq sarà possibile acquistare, oltre all'ortofrutta, una vasta gamma di merceologie.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Fattorie delle Venezie

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n°pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina, pubblicato on-line

Tipologia: Breve

La raccolta record di Apo Conerpo

Apo Conerpo ha collocato sul mercato del 2005 più di .. milione di tonnellate di prodotti ortofrutticoli freschi per un volume d'affari di .. milioni di euro. Le produzioni più rilevanti hanno riguardato le pere. Per le orticole i prodotti più importanti sono stati i pomodori.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Apo Conerpo

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n°pagina 53, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Cambia denominazione l'ortofrutta lombarda

L'Associazione delle organizzazioni dei produttori ortofrutticoli della Lombardia decide, a un anno dalla costituzione, di cambiare denominazione, scelta determinata dalla volontà di evitare confusioni tra le diverse sigle interne. Aop-UnoLombardia sacra è la nuova ragione sociale di Aop. Le associazioni insieme rappresentano decine di consorzi e cooperative agricole e circa 2.500 imprese: la quasi totalità del patrimonio ortofrutticolo lombardo.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Aop-Apol Ass. delle org. dei produttori ortofrutticoli lombardi, Aop-Apol: Apol-Industriale, Aop-UnoLombardia sacpa, Op Corma, Op Melavi, Op Oasi, Op Ortonatura, Opo Bellaguarda

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n°pagina 135, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Nuovo marchio e logo per la mela igp

L'economia melicola altoatesina sarà in mostra a Bolzano, dal 9 all'11 novembre 2006, per Interpoma, fiera internazionale per la coltivazione, conservazione e commercializzazione della mela. Sarà l'evento conclusivo di un periodo importante per la mela altoatesina. Infatti, a inizio anno, si è avuta la presentazione del nuovo marchio, Südtiroler Apfel ggA (mela dell'Alto Adige con indicazione geografica protetta igp), e del nuovo logo.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Interpoma 2006, Marlene, Südtiroler Apfel ggA, Val Venosta

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 61, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

MelaPiù: riscontri dai distributori meridionali

MelaPiù, marchio del Consorzio della mela Fuji prodotta in Emilia Romagna e nel basso Veneto, con un'iniziativa di marketing mirata a espanderne le vendite nel Centro e nel Meridione d'Italia, ha dato il via a un sondaggio sui mercati all'ingrosso di queste Regioni. Sono risultati a conoscenza del marchio il ...% circa dei ...commercianti di mele, mentre oltre l'...% ha manifestato interesse per un contatto con il promotore.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Consorzio della mela Fuji, MelaPiù

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 63, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

L'ortofrutticolo segna un export in forte attivo

L'import-export ortofrutticolo indica un saldo commerciale 2005 in incremento, secondo i dati dell'associazione Aneioa. Si tratta di ...milioni di euro che segnano un +...% sul 2004 a fronte di volumi superiori esportati per il ...% e per una crescita in valore del ...%.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Aneioa (Associazione Nazionale Esportatori Importatori Ortofrutticoli ed Agrumari)

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Frutta promossa con Mr Fruitness

Per promuovere i consumi di frutta in Europa, da luglio sarà attivo il progetto Cso, cofinanziato dall'Unione europea, per un valore complessivo di ... milioni di euro in tre anni. Il programma si rivolge a bambini e adolescenti .

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Mr Fruitness, Progetto Cso

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 111, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Più frutta con più comunicazione

Alla luce dei buoni risultati della propria campagna di comunicazione, l'auspicio di Unaproa è che vengano presto finanziate nuove iniziative per promuovere il consumo di ortofrutta.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Campagna pubblicitaria: "Nutritevi dei colori della vita", Marzano Fabrizio, Unaproa (Unione Nazionale delle Organizzazioni dei Produttori Ortofrutticoli, Agrumari e di frutta in guscio)

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 58, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Paesi Bassi: La leadership nelle patate

L'Olanda produce circa ... milioni di tonnellate annue di patate, l'...% del totale dell'Europa a ... e il ...% di quella mondiale. È inoltre tra i maggiori Paesi esportatori al mondo con ... milioni di tonnellate da consumo e ...tonnellate da semina. Di tutta la produzione olandese, il ...% sono patate destinate al consumo e all'industria, il ..% da semina e il ...% da fecola.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **La produzione olandese di patate**

Allegati:

Citati: Rabobank

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 64, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

I vantaggi del canale corto

La gdo ha sottratto una fetta consistente di vendite ai negozi specializzati e alle forme di vendita diretta. Negli ultimi due anni si è registrata la moltiplicazione delle iniziative volte a favorire il contatto fra consumatori e produttori bio. Un chilo di mele biologiche acquistato direttamente dai produttori può costare fino al ...% in meno rispetto allo stesso bene acquistato in un supermercato. Un altro canale di vendita è quello delle aziende agrituristiche.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **I canali di commercializzazione delle mele biologiche (in%)**
- **I prezzi pagati per la varietà florina dai diversi segmenti della distribuzione**
- **Il prezzo pagato alla produzione dai grossisti e alla vendita diretta**

Allegati:

Citati: Associazione italiana agricoltura biologica, Associazione produttori biologici del Friuli Venezia Giulia, Bio-fattorie aperte, Biofesta regionale, Università di Udine

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 149, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Dole si appresta a crescere in Italia

Dole Italia, con i suoi ... addetti, arriverà a un turn over di ... milioni a fine 2006, in controtendenza rispetto alla contrazione del ...% dei volumi di frutta e verdura acquistati dalle famiglie italiane nel 2005.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **La crescita del fatturato consolidato del Gruppo Dole in Italia: 2002-2006 (in mln di euro)**

Allegati:

Citati: Dole Italia, Murdock David

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 59, lunghezza 0,4 di pagina

Tipologia: Breve

Una sfida globale per l'ortofrutta

E' la sfida globale lanciata da Made in Blu, che si è trasformata in Compagnia italiana della frutta di conquistare nuovi spazi al prodotto italiano sui mercati internazionali puntando a traguardi ambiziosi: raggiungere un fatturato di ... milioni di euro 2006. Il saldo import-export in progressivo calo per il nostro Paese è passato ai ... milioni del 2003, ai ... del 2004.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Compagnia italiana della frutta, Fruitaly, Made in Blu

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 71, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Nella IV gamma, Italia al secondo posto

l'Italia è tra i ... principali player europei, ha superato la Francia ed è ormai il secondo mercato europeo nel canale retail, dopo la Gran Bretagna. Con un trend di crescita prossimo al...% nei volumi. Il nostro Paese registra, secondo dati Agroter, un volume di ... tonnellate di verdure e ortaggi freschi pronti al consumo, con un giro di affari di ... milioni di euro al retail, sbocco principale delle vendite con il ...- ...% dell'intero mercato, mentre l'horeca assorbe il rimanente ...-...%.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Il retail dei prodotti di IV gamma nei principali Paesi europei: settembre 2005(tonn., mln euro,%)**

Allegati:

Citati: Agroter, Bonduelle, Natura.com

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 115, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

I prezzi dell'ortofrutta in tempo reale

Tutele e diritti: Sms Consumatori è un servizio innovativo di pubblica utilità che informa circa i prezzi dei principali prodotti ortofrutticoli. Nello specifico inviando un sms completamente gratuito con il solo nome del prodotto ortofrutticolo d'interesse si ricevono all'istante tutte le informazioni sulla filiera dei prezzi.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: "3", Federconsumatori Lombardia, Sms Consumatori, Tim, Vodafone, Wind

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 47, lunghezza 3,6 Pagine

Tipologia: Articolo

L'ortofrutta non matura

Biologico: nella produzione ortofrutticola da anni si assiste a una "tirata" dell'Italia, accompagnata da un'evoluzione nelle tipologie dei consumi, con una marcia in più i prodotti di "quarta gamma". Ombre e luci per il biologico... Grande concorrenza da parte della Cina... Sull'ortofrutta, e a maggior ragione su quella bio, è difficile affermare in modo efficace una marca. E' più fruttuosa una politica di marca del produttore o la private label del distributore?...

Tablette, grafici e box a corredo:

- **La conoscenza dei consumatori delle normative e dei controlli del biologico (sondaggio 2000-2005)**
- **Le aziende agricole e gli agriturismi bio con vendita diretta per aree geografiche: 2004**
- **Quote di mercato delle principali categorie di prodotti biologici (2005)**

Allegati:

Citati: Almaverde Bio, Apoconerpo, Apofruit, Benuzzi Massimo, Benvenuti Giulio, Bertoldi Andrea, Bio bank, Bioitalia, Brio, Carrefour, Ccpb, Ciucciomei Remo, Consorzio controllo prodotti biologici, Coop, Cornale, Di Costanzo Giovanni, Esselunga, Imc, Inea 2005, Intrachem, Istituto mediterraneo di certificazione, Macfrut, Maldini Giuseppe, Nori Lino, Orogel, Pari Paolo, Pastore Paolo, Reggidori Giampiero, Rovera Elena, Transfair Italia, Ub

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 72, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Bonduelle aderisce a Symbola

Bonduelle Fresco Italia, la realtà che detiene oggi circa il ...% del mercato italiano delle insalate di IV gamma, ha formalizzato l'adesione a Symbola- Fondazione per le qualità italiane, l'associazione tra imprenditori, istituzioni e circuiti territoriali sorta per ripristinare il nesso virtuoso tra qualità, innovazione e valorizzazione del made in Italy. Negli obiettivi....

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bonduelle Fresco Italia, Symbola-Fondazione

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

Tipologia: Breve

Pesche e nettarine: prezzi sempre in calo

Ha assunto ormai dimensioni europee la crisi che ha investito l'anno scorso l'Italia. Permangono infatti immutati i fattori che hanno inciso negativamente sull'andamento della campagna commerciale 2004, quando il comparto è entrato in un ciclo di forti eccedenze produttive. Prezzi inferiori ai costi di produzione, da ... ai ... centesimi al kg. costituiscono un trend comune europeo.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 122, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

La campagna Melinda punta sul gusto

Melinda, l'unica mela dop italiana, dopo anni di comunicazione fondata su fattori emozionali, sul piacere e la sensorialità, ha deciso di cambiare strategia di comunicazione, per sottolineare dove e come nasce la qualità del suo gusto. Per farlo si è innanzitutto affidata a una nuova agenzia di pubblicità: Young & Rubicam che ha realizzato uno spot di forte impatto....

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Consorzio Melinda, Melinda, Young & Rubicam, Zanella Paola

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 49, lunghezza 4 pagine

Tipologia: Articolo

Assortimenti da import

Ortofrutta: la crescita delle importazioni ortofruttricole, che La crescita delle importazioni ortofruttricole, che fino a ... anni fa riguardava soprattutto le tradizionali merceologie esotiche e tropicali, con banane e ananas in testa, ha progressivamente interessato ortofruttricoli di cui l'Italia è forte produttore: pere e mele. Egitto, Marocco, Cile, nuova Zelanda e Argentina contribuiscono agli assortimenti d'ortofrutta importata con fragole, ortaggi, ecc...

Table, grafici e box a corredo:

- L'ortofrutta fresca in Italia (in tonnellate e in %)
- La rete ferroviaria in alcuni paesi d'Europa (in km)
- La rete stradale in alcuni paesi d'Europa (in unità e in km)

Allegati:

Citati: Fruttital, Guardamagna, Guardamagna Tullia, Lanini Luca, Orsero Antonio, Università Cattolica di Piacenza e Cremona

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 61, lunghezza 2,3 Pagine

Tipologia: Articolo

Banane da competizione

Ortofrutta: Nonostante l'importanza di questa coltura, ci sono alcuni problemi all'orizzonte, come il rincaro delle tariffe doganali a livello europeo, già a partire dall'anno 2006. Il marchio Fairtrade guadagna posizioni. Nell'importante mercato inglese, il progresso del ..% in valore nel 2004.

Table, grafici e box a corredo:

- La produzione di banane nei principali Paesi produttori: 1980-2004
- La produzione di banane nelle diverse aree: 2004 (in tonnellate)
- Le importazioni delle principali merceologie di frutta esotica: 2003 (tonnellate)

Allegati:

Citati: Alma , Asda, Associazione degli importatori polacchi di banane, Chiquita Brands , Dfhv, Dole Foods , Fair Trade , Fao , Fresh Del Monte Produce , Fyffes , Gorini Claudio , Istat, Noboa , Regolamento Cee n. 404/93, Sainsbury's , Wal-Mart, Wto

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

Tipologia: Articolo

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.

Table, grafici e box a corredo:

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

Allegati:

Citati: Agea, Inea, Opr, Regolamento Cee 1257/99, Regolamento Cee 1783/2003, Regolamento Cee 2078/92, Regolamento Cee 2092/91

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 34, lunghezza 2,2 pagine

Tipologia: Articolo

Un bilancio amaro

Ortofrutta: Calano ancora i consumi, diminuiscono i volumi esportati: l'offerta supera la domanda. Occorre allora recuperare efficienza, in termini di costi e di qualità, puntando anche sulla comunicazione.

Table, grafici e box a corredo:

- Box: dall'Emilia Romagna un ponte per la Cina. (progetto di realizzazione di un Collegio Cinese)
- L'export di frutta fresca, secca e agrumi dell'Italia verso gli altri paesi della Ue-25: 1997-2004

Allegati:

Citati: Alemanno Gianni , Aleotti Livio , Aweta, Bordoni Alessandra , Campus di Scienze degli alimenti di Cesena, Confcooperative Emilia Romagna, Coop Adriatica, Della Rosa Marco , Deserti Riccardo , Frassoldati Lorenzo , Gardini Maurizio , Ismea, Ministero dell'Agricoltura cinese, Pratesi Carlo Alberto , Sacmi, Scarpellini Domenico , Sg marketing agroalimentare, Unitec, Università di Bologna, Università di Ferrara, Università di Roma 3, Zhou Pugno

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 55, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Apo Conerpo cresce nonostante i consumi

Apo Conerpo, che associa 45 imprese cooperative per circa...produttori, ha collocato oltre...mln di tonnellate di prodotti nel 2004 (...% sul 2003) con un giro di affari di...mln (...%). Le pere, prodotto di punta della produzione, hanno superato le...tonnellate; le nettarine, 115 tonnellate; i kiwi...le mele...Per le orticole invece...continua...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Apo Conerpo

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 55, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Unaproa diventa consorzio

Unaproa si trasforma in società consortile. L'unione nazionale tra le organizzazioni di produttori ortofrutticoli, agrumari e di frutta in guscio ha deciso la nuova forma societaria per poter così sottoscrivere accordi di filiera, gestire la crisi di mercato e...continua...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Unaproa

Largo Consumo, fascicolo 7/2005, n° pagina 56, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

L'Italia si aggiudica il kiwi cinese

Il Jin Tao è una nuova particolare varietà di kiwi cinese a polpa gialla di cui il Consorzio Kiwigold di Cesena ha ottenuto i diritti di produzione e commercializzazione in Italia. Con altre varietà sperimentali...ontinua...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Consorzio Kiwigold , Jin Tao, Università di Udine

Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n° pagina 39, lunghezza 2,3 pagine

Tipologia: Articolo

Il melone cerca la gamma

Ortofrutta: L'Italia è all'ottavo posto nella rassegna dei maggiori produttori mondiali e cerca di valorizzare l'offerta tramite il lancio di offerte già pulite e tagliate, che rientrano nell'ottica del servizio.

Table, grafici e box a corredo:

- I flussi esportativi di meloni: 1994-2003 (in tonnellate)
- La produzione di meloni: 1995-2004 (in tonnellate)

Allegati:

Citati: Auchan, Bennet, Carrefour, Coop, Fao, Finiper, Francescon, Francescon Bruno, Gallo Antonio, Molinali Luigi, Syngenta, Verde Intesa, Verdefresco

Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n°pagina 55, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Frutta e verdura: calano i redditi

Ismea rileva la crisi dell'ortofruttilcoltura italiana. Malgrado quantitativi tornati alla normalità con milioni di tonnellate e il +...% sul 2003, sono calati i redditi dei produttori, dal ...% al ...% per frutta e agrumi.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Agri Cesena, Gfk Iha, Ismea

Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n°pagina 97, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

E' gradito l'orto in confezione

Durante lo scorso anno sono cresciuti i consumi di cibi pronti, come il pomodoro in scatola (+...%) e le insalate pulite e pronte per l'uso (+...%). A indicarlo sono le elaborazioni di Coldiretti su dati Istat. Il fenomeno dell'acquisto di ortofruttilcoli confezionati ha comportato una spesa complessiva di ... milioni di euro per ... tonnellate di prodotto e che i consumatori si trovano a pagare anche il 500% in più degli altri stessi prodotti non confezionati.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: AcNielsen, Agri Cesena, Coldiretti, Ismea, Istat

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n°pagina 56, lunghezza -

Tipologia: Breve

Nasce a Bologna l'università della patata

Un centro studi Bologna per indagare le varietà di patate e migliorare così la produzione

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 3/2005, n°pagina 109, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Nuove abitudini nella spesa alimentare degli italiani

Per Cia i prezzi d'origine di frutta e verdura continuano ad essere bassi, anche se i consumatori non ne traggono benefici poichè i prezzi al dettaglio rimangono invariati verso l'alto. E ciò determina il crollo dei consumi di settore. In realtà ciò che sta cambiando sono le abitudini consumistiche degli italiani...continua...

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Conf. Italiana agricoltori (Cia)

Largo Consumo, fascicolo 2/2005, n°pagina 53, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

La patata di Bologna diventa Dop

La denominazione di origine, concessa dalla Comunità europea per le produzioni di altissima qualità, premia in particolar modo le organizzazioni dei produttori bolognesi che attendevano dal 2002 il riconoscimento.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n°pagina 81, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Apo Conerpo

Le schede aziendali: Apo Conerpo rappresenta il maggiore gruppo ortofrutticolo europeo. 8.700 produttori, riuniti in 45 cooperative distribuite nelle regioni ortofrutticole più vocate d'Italia. Il Gruppo Apo Conerpo è attivo lungo l'intera filiera, affiancando la base associativa nel suo impegno di costante miglioramento colturale, da un lato, e l'adozione di efficaci programmi tecnici e commerciali, dall'altro.

Tablelle, grafici e box a corredo:

- Apo conerpo in cifre

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Alegra, Antoni Luigi, Apo Conerpo, Bruni Paolo, Naturitalia, Renella Augusto, Soli Stefano

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n°pagina 94, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

GF Group

Le schede aziendali: GF Group è una holding che sviluppa le proprie attività in settori diversificati: commerciale, logistico, produttivo ed edilizio. La società è la più grande impresa dell'Europa mediterranea nell'attività di importazione e distribuzione di frutta fresca e ortaggi, core business del Gruppo. E' inoltre, impegnato nell'attività di produzione in Costa Rica e Camerun (banane), Spagna e Sud America (pere, mele). Un'altra attività strategica per GF Group è quella logistica.

Tablelle, grafici e box a corredo:

- Fruttital distribuzione in cifre

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Blau Meer, Costa Container Lines, Fruttital Distribuzione, GF Group, Orsero Antonio, Reefer Terminal, Siter Trasporti

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n°pagina 32, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Consorzio Melinda - Sotto il vestito, D.O.P.

Melinda. La mela della Val di Non è l'unica DOP italiana. Tranquilli, Melinda non si cambia d'abito. Come potrebbe resistere senza il suo bollino D.O.P.? Melinda è fiera che le mele della Val di Non siano le uniche in Italia a meritarsi il prestigioso marchio Denominazione di Origine Protetta. D.O.P. vuol dire salvaguardia dell'origine e della tradizione, tutela dell'ambiente e del consumatore, garanzia di gusto e di qualità.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2007, n°pagina 120, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Gf Group - Su frutta e verdura possiamo dire la nostra.

Lo diciamo con orgoglio perché, da sempre, ci impegniamo con passione e professionalità per rispondere prontamente alle necessità di clienti e fornitori. Sconfiggiamo il trascorrere delle stagioni portando sulle tavole di tutta l'Europa del Mediterraneo la freschezza di frutta e verdura proveniente da tutto il mondo. La nostra collaborazione con partner seri ed affidabili è garanzia di sicurezza, trasparenza e puntualità.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n° pagina 103, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Del Monte Foods Italia

Le schede aziendali: la multinazionale americana produce e commercializza nel mondo frutta e prodotti di IV gamma a marchio Del Monte; è accreditata con Social Accountability International 8000 per la verifica delle condizioni di lavoro nelle piantagioni. Presente in più di ... miliardi di dollari (+...% sul 2003), la società opera nel nostro Paese attraverso il distributore Simba Italia.

Table, grafici e box a corredo:

- Del Monte Foods Italia: la suddivisione del fatturato in %, per canale e per area business

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Calatroni Mario, Cirio, Del Monte, Del Monte Foods Europe, Del Monte Foods Italia, Del Monte Fresh Produce Inc., M. Abu Ghazaleh, Mangia e Bevi, Mosca Nicola, Rubino Giovanni, Salvaneschi Mauro, Simba Italia

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 157, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Poker – T18 ha scelto Quasar-x di Poker per ottimizzare la gestione dei suoi processi

Focus: Il Gruppo T18 è una delle più affermate realtà nel settore ortofrutticolo nazionale. Si è posto il problema di passare a un sistema gestionale più aperto e capace di monitorare le aziende del gruppo. Quasar-X assicura una notevole flessibilità pur mantenendo uno standard comune. Il sistema ha permesso di dimezzare i tempi di chiusura delle vendite, passando dalle 3 o 4 ore precedenti alle attuali 2, con la conseguente riduzione dei costi collegati.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Compaq, Compuware, Effevi, Hp, Ibm, Poker, Quasar-X, Sun, T18, Uniface

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 45, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

CSQA Certificazioni - Gli schemi di certificazione emergenti per il settore ortofrutticolo

Focus: CSQA, leader nel settore agroalimentare e accreditato da Sincert dal marzo 2003 per la certificazione Eurep-Gap, ha recentemente ampliato la gamma di servizi erogabili ai clienti del settore ortofrutticolo, prevedendo anche le certificazioni Qs e Tesco Nature's choice attraverso la partnership in esclusiva con ISA.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Csq, EurepGap, ISA, QS, Sincert, Tesco Nature's choice

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 52, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Citterio & C - L'esperienza di quattro generazioni al servizio della Gdo

Focus: Citterio & C è specializzata nel commercio della patata da semina e nell'organizzazione di coltivazioni di particolari varietà su richiesta. La gamma dei prodotti è completa da cipolle e carote. Nel periodo invernale, Citterio importa patate dal Nord Europa, nella stagione estiva, al contrario esporta patate novelle o mature verso i Paesi del Nord Europa.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Domenico Citterio & C.

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 56, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Consorzio Melinda - Centro di confezionamento di Segno in Val di Non: una struttura all'avanguardia

Gli incontri in azienda: Lo scorso 22 ottobre 2005, il Consorzio ha presentato il proprio Centro Cocea di Segno (Tn), moderna struttura di conservazione, selezione e confezionamento. Tra i 7 centri di confezionamento di Melinda, Cocea è il più rappresentativo.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Brc, Centro Cocea di Segno (Tn), Consorzio Melinda, Ifs, Iso 9000, Software gestionale Fruit-Manager

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 65, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Chiquita – GTZ: una partnership per la biodiversità in Costa Rica

Focus: Dopo aver ottenuto la certificazione ambientale di Rainforest Alliance, e la SA8000 per tutti i siti produttivi in America Latina, Chiquita conferma il suo impegno ambientale e sociale con una "Partnership Pubblico Privata" in Costa Rica.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Chiquita Italia, Corridoio Biologico Mesoamericano, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit, Dinsmore Jennifer, GTZ, Migros, PPP (Chiquita Nature & Community Project), Rainforest Alliance

Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n° pagina 41, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Verde Fresco - Beautysun: un innovativo assortimento "fresh-cut" di frutta e ortaggi di IV gamma

Focus: L'azienda è specializzata nella produzione di frutta e ortaggi di IV gamma e propone - prima in Europa - una significativa gamma di prodotti "fresh cut" a marchio Beautysun, caratterizzati da alta qualità, salubrità e una shelf-life di 8-21 giorni. Il prodotto è commercializzato in vaschette pet trasparenti per il canale horeca e in versione snack in bustina per il canale vending.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Beautysun, Verdefresco

Per l'acquisto dell'intero Percorso di lettura, o di sue singole parti, rivolgersi al servizio
Diffusione e Abbonamenti

diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840