



WWW.LARGOCONSUMO.INFO



Il Percorso di lettura suggerito da LargoConsumo.info

Itinerario ragionato a cura di *Largo Consumo* per cogliere ulteriori spunti di approfondimento dei temi affrontati nel titolo:

MILIARDI IN GUSCIO

Si registrano due tendenze quasi opposte: da un lato il trionfo delle marche private e dall'altro lo slancio dell'offerta di qualità e di marca.

Publicato su: **LARGO CONSUMO 7-8/05**

e su <http://www.largoconsumo.info/abbonati/articoliAbbonati/Sommario0705.asp>

Per richiesta di copie e riproduzioni: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

ITINERARIO RELATIVO A:

UOVA

CARNI E TRASFORMATI AVICOLI

aggiornato al n. 7-8/05 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*
(per richieste di aggiornamenti: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it)

Mercato Italia - Agroalimentare 2005

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

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

Supplemento a *Largo Consumo* 4/2005

Mercato & Imprese 2005

Bruno Veronesi, intervistato da Mercato & Imprese 2005, parla del mercato delle uova

Mercato & Imprese ha interrogato Bruno Veronesi, presidente di Aia (Agricola italiana alimentare), società del gruppo Veronesi che, con una produzione di oltre 1.150 milioni di uova all'anno, sulle dinamiche che stanno interessando questo comparto.

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

- **La tabella** dei consumi di uova in Italia, serie storica 1999-2003, per numero di pezzi e consumo apparente pro capite.
- **La tabella** della produzione e saldo commerciale di uova, serie storica 1999-2003, in numero di pezzi.
- **Una considerazione** sulle dinamiche di import- export, e i principali fattori di cambiamento nel recente passato. Una ipotesi sull'impatto che avrà, dopo il 2012, l'applicazione della norma che vieterà il ricorso all'allevamento in gabbia.
- **Dati e indici** medi, desunti dal conto economico, di 10 imprese selezionate da Largo Consumo per ricavi superiori a 10 milioni di euro: Fatturato medio per impresa, costi di mat. e servizi, valore aggiunto, Mol, risultato netto dopo imposte, numero di dipendenti medio per impresa, fatturato medio per dipendente, costo medio per dipendente.

Supplemento a *Largo Consumo* 2/2005

Mercato & Imprese 2005

Bruno Veronesi, intervistato da *Mercato & Imprese* 2005, parla del mercato delle carni avicunicole

Mercato & Imprese ha interrogato Bruno Veronesi, presidente di Aia (Agricola italiana alimentare) sulle dinamiche che stanno interessando il settore delle carni avicunicole.

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

- **Dimensione e trend** del mercato delle carni avicunicole confezionate a peso variabile a e peso imposto nel canale Food 2002-2003-2004: Vendite a volume, a valore, allocazione geografica dei consumi per area AcNielsen, allocazione geografica per tipologia di negozio (Iper+Super, libero servizio, Discount, Grocery), importanza dei segmenti (Panati a Pv+Pi), non panati arrostiti cotti e non panati altri).
- **Rank dei primi** 10 produttori/marche.
- **I volumi** importati e quelli esportati 2002/2003 e saldo commerciale.
- **Confronto 2002/2003** su volumi prodotti, volumi consumati, consumo pro capite per polli da carne, Galline, Tacchini e altri avicoli in Italia.
- **Una considerazione** sull'andamento dei consumi, dei prezzi al consumo, sui prodotti e le dinamiche della produzione.

Supplemento a *Largo Consumo* 2/2005

Largo Consumo 5/2005 pg 158

SanPaolo IMI - "Tracciabilità di filiera", perchè la qualità non resti un progetto

Focus: Per illustrare le sue iniziative atte a finanziare gli investimenti delle aziende per l'adeguamento alle norme sulla tracciabilità e per la certificazione, San Paolo Imi organizza tra giugno e luglio 2005 convegni itineranti in diverse città italiane.

Comunicazione di impresa – "**I Focus**"

Largo Consumo 4/2005 pg 86

CSQA Certificazioni - Garanzia di terzietà, imparzialità e indipendenza per il n.1 della certificazione nel settore agroalimentare.

I profili: CSQA è leader nelle certificazioni ISO 9001:00 nel settore agroalimentare. Ente di riferimento per la grande distribuzione, si è guadagnato la fiducia di quasi 4.000 clienti, vanta 25 prodotti dop e igp controllati e un migliaio di certificazioni in ambito gestionale.

Comunicazione di impresa – Serie "**I Profili**"

Largo Consumo 11/2004 pg 67

Istituto delle Vitamine - Il progetto OVN noi siamo la carne che mangiamo

Focus: E' di grande rilievo la promozione di progetto OVN, che spiega come è possibile garantire alimenti di qualità interagendo con tutti i passaggi della filiera.

Comunicazione di impresa – "**I Focus**"

Largo Consumo 12/2004 pg 45

Bvqi - La certificazione che amplifica il valore

Spot: L'ente di certificazione ha definito una serie di servizi qualificati per l'agroalimentare, con numerose e qualificate referenze nel settore.

Comunicazione di impresa – Serie "**Gli Spot**"

Largo Consumo 4/2004 pg 116

Amaltea – 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**. Amaltea ha costruito su questa expertise un successo crescente.

Comunicazione di impresa – Serie "**I profili**"

Largo Consumo 7-8/2005 pg 47

Miliardi in guscio

Si registrano due tendenze quasi opposte: da un lato il trionfo delle marche private e dall'altro lo slancio dell'offerta di qualità e di marca.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La produzione e i consumi di uova: 1999-2003
- Le uova da consumo: 2002-2003Box, Tabelle e Grafici a corredo:

Articolo integrale pubblicato on line

Articolo

Largo Consumo 5/2005 pg 84

Secondo con servizio

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:

- La ripartizione dei consumi di pollo e tacchino per tipologia di prodotto: 2003 (in %)
- Il mercato degli elaborati per lavorazione di prodotto: 2003

Puoi leggere di più su questo articolo cercandolo alla voce **GLI ARTICOLI IN EVIDENZA** del fascicolo che troverai ne **LE RIVISTE PRECEDENTI** di largoconsumo.info

Articolo

Largo Consumo 12/2004 pg 35

L'egemonia del pollo

Avicoltura: Suo malgrado, è il primo a finire in tavola, seguito da tacchini e galline. Con una disponibilità interna di tali carni soddisfacente, il settore mantiene un ridotto volume di scambi con l'estero.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I consumi domestici di carne per tipologia: 2000-2003 (in % sul vol)
- Il commercio con l'estero di avicoli: 2000-2003 (in valore, volume e %)
- I principali Paesi destinatari dell'export italiano di carni avicole: 2002-2003

Articolo

Largo Consumo 12/2004 pg 85

Notizie dal Biotech: Dalle uova per combattere tumori

E' stata sviluppata una metodica che consente alle galline di deporre uova ad alto contenuto di vitamine D e Omega 3

Notizia

Largo Consumo 11/2004 pg 81

L'avicoltura secondo i produttori

L'Una (Unione nazionale avicoltura) quantifica in 1.151.000 tonnellate di carne avicola tra polli e tacchini prodotte nel 2003.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Le cifre chiave dell'avicoltura italiana (produzione, import, export, consumo...)

Notizia

Largo Consumo 11/2004 pg 81

Mangimi per animali: cala il fabbisogno europeo

Nell'Europa dei 25, un mercato di 142 milioni di tonnellate di alimenti zootecnici (produzione, import, export, consumo...)

Notizia

Largo Consumo 10/2004 pg 109

A proposito di polli

Vissuto dei prodotti: Clienti informati o in preda a equivoci, leggende e dicerie? Entrambe le cose, come appare da un interessante sondaggio svolto da Cirm per conto di Una

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Il consumatore e le carni avicole: consumi, motivi di scelta e le opinioni (in %)

Articolo

Largo Consumo 9/2004 pg 132

Il pollo è italiano se bollato con "I"

"Pollo con bollo"

Notizia

Largo Consumo 4/2004 pg 127

Uova a misura di gabbia

Legislazione Le nuove norme europee riguardanti l'intera filiera creano non poche preoccupazioni nei produttori, che temono una perdita di competitività dovuta a inevitabili aumenti dei costi. Pareri a confronto.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La disponibilità di uova da consumo (in milioni di unità)

Articolo

Largo Consumo 3/2004 pg 121

Provenienza dell'uovo in etichetta

Dopo la carne bovina, il pesce e i prodotti ortofrutticoli, anche per le uova il consumatore può risalire alla provenienza

Direttiva 2002/4/ce - decreto legislativo n.267/2003

Notizia