



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:

QUALITA' SUL PALCOSCENICO

Operatori a confronto su dop, igp, buona tavola, cucine tipiche e territoriali. L'elemento focale è l'alto livello degli alimenti su cui si sono misurati i massimi esperti mondiali

Publicato su: **LARGO CONSUMO 9/05**

e in versione integrale su <http://www.largoconsumo.info/abbonati/articoliAbbonati/Sommario0905.asp>

ITINERARIO

aggiornato al n. 9/05 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

RELATIVO A:

PRODOTTI TIPICI E PRODUZIONI LOCALI

ARGOMENTI CORRELATI:

sul tema della **SICUREZZA, CERTIFICAZIONE E TRACCIABILITA' DELL'AGROALIMENTARE**, è disponibile il Percorso di lettura [PL-0905-014.PDF](#)

cenni su **SUGHI PRONTI** come occasione di rivitalizzazione di piatti tipici e locali (su **PASTA ALIMENTARE e CONDIMENTI**) è disponibile il percorso [PL-0705-026.pdf](#)

cenni su **ATTIVITÀ DI PROMOZIONE E TUTELA DEI CONSORZI AGROALIMENTARI** e dei **FORMAGGI STAGIONATI** è disponibile il Percorso di lettura [PL-0905-001.pdf](#)

sul tema dei **VINI** è disponibile il Percorso di lettura [PL-0905-017.pdf](#)

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:

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 2005

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

Supplemento a *Largo Consumo* 4/2005

CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo 9/2005

[Qualità sul palcoscenico](#)

Alimentare: Operatori a confronto su dop, igp, buona tavola, cucine tipiche e territoriali. L'elemento focale è l'alto livello degli alimenti su cui si sono misurati i massimi esperti mondiali. I temi salienti di questo titolo sono sintetizzati nel [Largo Consumo in Flash](#) di questo mese.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [I prodotti agroalimentari con marchi Dop e Igp divisi per Paese](#)
- [I prodotti italiani con marchi Dop e Igp divisi per categoria](#)
- [L'andamento dei ricavi dell'agricoltura degli stati membri dell'Europa a 15: 2003-2004 \(in %\)](#)

Articolo integrale pubblicato on line

Largo Consumo 9/2005 pg 103

I vincitori del concorso Provolone Valpadana Dop

Si è concluso con l'assegnazione di 20 personal computer di ultima generazione il concorso "Mr. Cheese", promosso dal Consorzio tutela Provolone Valpadana dop per l'anno accademico 2004-2005, patrocinato da I Ministero delle Politiche agricole e forestali e progettato da progettato con la consulenza di Aldabraproject...continua...

Notizia

Largo Consumo 7-8/2005 pg 23

Il food & drink si mostra al mondo

Fiere e mercati: L'occasione è Anuga, la più importante fiera internazionale del settore, che si svolge ogni due anni in Germania. In vista della sua apertura, ecco come si presenta l'industria alimentare italiana. I temi salienti di questo titolo sono sintetizzati nel [Largo Consumo in Flash](#) di questo mese.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [L'export dell'industria alimentare e del totale Italia: 2001-2004 \(in %\)](#)
- [L'export alimentare italiano per comparti: 2004 \(Vino, Dolciario, Pasta...\)](#)
- [La produzione dei salumi in Italia: 2003-2004 \(in tonn. e in %\)](#)
- [Le esportazioni nell'industria carni preparate per comparti: 2004 \(in mln e in %\)](#)
- [Le esportazioni italiane nel settore enologico: 2004 \(in mln di euro e in %\)](#)
- [Il settore dell'olio di oliva in Italia: 2004 \(in .000 di tonn\)](#)
- [Le esportazioni di olio: 2004 \(in mln e in %\)](#)
- [Le principali destinazioni dell'industria olearia italiana: 2004 \(in mln di euro\)](#)
- [Il settore della pasta secca e fresca: 2004](#)
- [Le principali destinazioni dell'export dell'industria pastaria: 2004 \(in mln e in %\)](#)
- [Le principali destinazioni dell'export italiano di formaggi: 2004 \(in mln e in %\)](#)

Articolo

Largo Consumo 7-8/2005 pg 49

Il bovino fa sistema

Dalle razze tipiche e vincolate al territorio, ai marchi di qualità, ai consorzi, senza dimenticare l'alleanza fra allevatori, produttori e distributori: questi sono i legami da rafforzare per arrivare al cliente. I temi salienti di questo titolo sono sintetizzati nel [Largo Consumo in Flash](#) di questo mese.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La normativa relativa ai sistemi di certificazione dei prodotti di qualità
- Le funzioni di pubblica utilità delle aziende con allevamento bovino da carne

Articolo integrale pubblicato on line

Largo Consumo 7-8/2005 pg 56

Mortadella Bologna un quinto è igp

Aumenta la produzione di Mortadella bolognese a marchio igp, che ha superato nel 2004 le ... tonnellate, pari al ...% della produzione totale di mortadella. Il valore complessivo di questa produzione tipica è di ... milioni, il ...% dei quali ricavati dall'estero.

Notizia

Largo Consumo 7-8/2005 pg 56

Si vendono più zampone e cotechino modenese igp

Nel 2004 è ancora aumentata la produzione di Zampone e cotechino modenese. Il Consorzio di tutela indica un totale di ... kg prodotti, con un incremento complessivo pari all'...%, corrisponde al +...% per lo zampone e al +...% per il cotechino. I prodotti non sembrano aver sofferto della crisi, e anzi le vendite sono aumentate del ...%, pari a un mercato da ... milioni.

Notizia

Largo Consumo 7-8/2005 pg 97

Meglio l'alimentare certificato

Gli italiani preferiscono i prodotti alimentari certificati. L'...% si dichiara più propenso ad acquistare prodotti con marchi di certificazione rilasciati da terze parti rispetto a prodotti non certificati. E ben il ...% vorrebbe ricevere maggiori informazioni sulle diverse certificazioni. L'indagine è stata condotta da Doxa per Det norske veritas (Dnv).

Notizia

Largo Consumo 6/2005 pg 43

Ricca preda per i Cacciatori

Salumi: I Salami italiani alla Cacciatora hanno ottenuto la DOP e sono tutelati dal Consorzio Cacciatore. La sua connotazione di salame pronto al consumo, dalle dimensioni ridotte e caratterizzato da carne magra di suino ne fa prevedere un positivo trend di consumo, perché coerente con le moderne abitudini alimentari di pasti leggeri, veloci ma gratificanti. I temi salienti di questo titolo sono sintetizzati nel [Largo Consumo in Flash](#) di questo mese.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La normativa relativa ai sistemi di certificazione dei prodotti di qualità
- Le funzioni di pubblica utilità delle aziende con allevamento bovino da carne

Articolo integrale pubblicato on line

Largo Consumo 6/2005 pg 155

Atlante dei prodotti tipici (e non solo) della provincia di Torino

Segnalazione del volume: Un'opera unica nel suo genere, offre una "summa" di tutto il patrimonio tradizionale di produzioni agroalimentari del territorio torinese.

Notizia

Largo Consumo 5/2005 pg 35

Nel futuro dei formaggi

Lattiero-Caseario: Per i prossimi anni è previsto un miglioramento dei consumi, in particolare dei mix grattugiati e dei freschi, trainati dalla crescita e dagli spalmabili. In aumento l'export, ma anche l'import. I temi salienti di questo titolo sono sintetizzati nel [Largo Consumo in Flash](#) di questo mese.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Il settore relativo a Grana Padano, Parmigiano Reggiano, e altri duri vaccini: 2003
- Le previsioni sul consumo di Grana Padano, Parmigiano Reggiano e altri duri vaccini: 2004-2006 (in tonnellate)
- Il settore dei formaggi freschi, stagionati a pasta molle e semidura, fusi: 2003
- I consumi previsti di formaggi freschi, stagionati a pasta molle e semidura, fusi, per segmenti: 2004-2006 (in migliaia di tonnellate)

Articolo integrale pubblicato on line

Largo Consumo 5/2005 pg 45

Consorzi in rassegna

Vino: Il loro ruolo si è dimostrato di vitale importanza nell'innalzamento della qualità e nella crescita della notorietà, anche del territorio, attraverso un'intensa attività di promozione. I temi salienti di questo titolo sono sintetizzati nel [Largo Consumo in Flash](#) di questo mese.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Box: Il contributo delle Regioni (Rapporto tra Enti locali e consorzi vinicoli)

Articolo integrale pubblicato on line

Largo Consumo 5/2005 pg 28

Un business ben condito

Tipici figli di una cucina improntata a una sempre maggiore rapidità, ma anche alla voglia di non rinunciare al gusto, questi beni dimostrano crescite marcate. I temi salienti di questo titolo sono sintetizzati nel [Largo Consumo in Flash](#) di questo mese.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La ripartizione delle vendite per canale (Super, Iper, Superette in % sul valore)
- I sughi pronti Uht in cifre: 2005

Articolo

Largo Consumo 5/2005 pg 56

Emilia Romagna in testa nei prodotti dop

Vale quasi 9 miliardi di euro il paniere dei prodotti tutelati Dop e Igp Italiani. Il 65% del valore è concentrato da Parmigiano reggiano, Prosciutto di Parma e San Daniele e Grana Padano. L'Emilia Romagna concentra il 44% del valore del mercato degli alimentari d'eccellenza.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Le maggiori regioni italiane di Dop e Igp (in % sul valore al consumo)

Notizia

Largo Consumo 5/2005 pg 56

La mela Alto Adige tra gli igp

Il bollettino ufficiale dell'Unione europea ha pubblicato a gennaio la richiesta di registrazione della mela Alto Adige tra le specialità e indicazione geografica protetta.

Notizia

Largo Consumo 5/2005 pg 56

Nasce a Bologna l'università della patata

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

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. I temi salienti di questo titolo sono sintetizzati nel [Largo Consumo in Flash](#) di questo mese.

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 4/2005 pg 51

Tutela con sanzioni per i tipici Alto Adige

Sanzioni a tutela di prodotti tipici dop e igp vengono introdotte con il decreto legislativo n. 297 del 19 novembre 2004.
Notizia

Largo Consumo 4/2005 pg 92

Le pere emiliane Igp piacciono agli italiani

Il ...% delle consumatrici intervistate si dichiara soddisfatto delle pere igp, in particolare per il sapore dei frutti ...Continua...

Notizia

Largo Consumo 4/2005 pg 54

Erga Omnes al Cacciatore dop

Il Consorzio Cacciatore dop ha oggi più poteri di tutela e valorizzazione grazie all'erga omnes, riconosciuto dal Ministero delle Politiche agricole con decreto del 13 gennaio scorso.

Notizia

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:

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

Articolo

Largo Consumo 3/2005 pg 59

Mortadella igp: Consorzio "erga omnes"

Il consorzio Mortadella di Bologna, che dal 2001 tutela la produzione Igp del celebre salume, ha ottenuto col decreto 68413 del 2004 il riconoscimento erga omnes, con cui ottiene più poteri di controllo e valorizzazione del prodotto.

Notizia

Largo Consumo 3/2005 pg 59

Primi in Europa per le dop

I prodotti alimentari italiani a denominazione di origine riconosciuta dall'Ue sono diventati ... e conquistano il primato europeo anche sulla Francia. L'Italia arriva così a rappresentare il ...% dell'intera offerta tipica europea.

Notizia

Largo Consumo 2/2005 pg 55

Continua l'espansione delle specialità tipiche

Secondo Ismea nel 2003 il valore delle produzioni tipiche Dop e Igp ha raggiunto gli ... miliardi di euro al consumo. La loro incidenza, in rapporto al fatturato dell'industria alimentare è del ...%.

Notizia

Largo Consumo 2/2005 pg 53

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.

Notizia

Largo Consumo 2/2005 pg 57

Piace la mozzarella di bufala campana

Nel 2003 la produzione di mozzarella di bufala campana cresciuta del ...% sul 2002. Il Consorzio riferisce che il fatturato resta stabile, mentre le esportazioni sono incrementate del ...% sul già positivo risultato del 2002, quando erano cresciute a loro volta del ...%.

Notizia

Largo Consumo 1/2005 pg 28

Pecorino alla riscossa

Lattiero-Caseario: Coperto da tre dop, per altrettante varietà, questo alimento è apprezzato in patria, ma soprattutto negli Usa. Importantissimo il ruolo dei Consorzi e delle denominazioni.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Le produzioni di pecorino romano dop: 1999-2004 (in tonn)
- Le quantità di pecorino romano esportate negli Usa

Articolo

Largo Consumo 12/2004 pg 39

La corsa alle valutazioni

Certificazioni: Considerate ormai un mezzo per migliorare l'efficacia e l'efficienza dell'azienda, nonché le sue performance qualitative, sono sempre più diffuse anche nei servizi e nella distribuzione

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La ripartizione degli accreditamenti Sincert: 1998-2004 (in unità)

- Le organizzazioni italiane certificate sotto accreditamento Sincert 1999-2002 (Iso 9000 e Iso 14000)

Articolo

Largo Consumo 11/2004 pg 118

Denominazioni di qualità

Vissuto dei prodotti: Sigle come dop e Igp, che anno un ruolo importante nello sviluppo delle economie locali, suonano ancora misteriose per molti Formare e informare diventano la parola d'ordine.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La qualità in cifre (n. dop e Igp in Ita, % Ita vs Europa, valore al consumo...)

Articolo

Largo Consumo 11/2004 pg 47

Vero e falso nel piatto

Contraffazioni: I dati sulle imitazioni di alimenti tipici sono allarmanti. Ricorrere alle vie legali sembra la scelta più immediata, ma ci sono sistemi di resistenza passiva, come "l'effetto barriera" dell'alta qualità.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Box: Ecco perchè siamo i più esposti

- Il consumo di prodotti italiani illegali e imitativi: 2003 (in mln di euro)

Articolo

Largo Consumo 11/2004 pg 83

Il largo consumo potrà certificare i suoi fornitori

Det Norske Veritas è stato accreditato da Sincert come il primo ente per la certificazione IFS, standard sviluppato da a livello europeo dalla ... e da Le aziende certificate avranno ora ...

Notizia

Largo Consumo 7/2004 pg 63

Un ente certificherà le specialità territoriali

Si è costituito Valoritalia, ente no profit destinato alla certificazione di qualità delle specialità del nostro Paese. Il consorzio promosso da Agroqualità e da Csqa.

Notizia

Largo Consumo 6/2004 pg 73

Dop e Igp, gestione sotto analisi

La società Agri 2000 ha condotto delle ricerche su alcune denominazioni territoriali come i salumi piacentini Dop e la pera Igp dell'Emilia Romagna, da cui emergono i costi medi per l'attività dell'ente di certificazione e per la lotta alle contraffazioni. Al riguardo, si calcola che per ogni qle di Parmigiano Reggiano ve ne siano 6 fittizi.

Notizia

Largo Consumo 6/2004 pg 71

Radicchio vicentino a marchio certificato

Il Consorzio Le terre di Palladio, nato in seno a Coldiretti per valorizzare le produzioni tipiche vicentine ha ottenuto la sua prima certificazione Csqa per il radicchio.

Notizia

Largo Consumo 5/2004 pg 179

Il responsabile della qualità

Professioni: Deve avere capacità organizzative e gestionali, conoscenze tecniche e normative, ma soprattutto deve saper tradurre la missione e la strategia aziendali in obiettivi tangibili e misurabili.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I requisiti del responsabile della qualità

Articolo

Largo Consumo 2/2004 pg 57

Allarme contraffazione

Un dossier del Centro studi Federalimentare indica che nel 2006 le contraffazioni di food & beverage raggiungeranno un fatturato pari all'intero comparto della produzione alimentare italiana.

Notizia

LA PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo 9/2005

Riso scotti Bucarest

I casi aziendali: L'azienda ha presentato lo scorso giugno a Bucarest il "Progetto Danubio": una grande operazione che farà rinascere la coltivazione del riso in Romania, introducendo in un Paese ad alto potenziale di sviluppo il prestigioso marchio risiero italiano

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

Largo Consumo 6/2005 pg 59

CSQA Certificazioni - Gli standard market driven che piacciono al trade moderno

Focus: L'importanza delle certificazioni Brd e IFS per le aziende fornitrici della grande distribuzione, che accredita e riconosce Csqa Certificazioni grazie alla partnership con Isa, organismo di certificazione specializzato nell'auditing dei fornitori della gd a livello internazionale

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

Largo Consumo 5/2005 pg 73

[CSQA Certificazioni - Certificazione di filiera controllata: una garanzia per il consumatore](#)

Focus: Con la Certificazione di filiera controllata, il Csqa dichiara che un prodotto è conforme alla norma di riferimento nella quale si richiede di garantire due requisiti fondamentali: la rintracciabilità del prodotto e i requisiti igienico-sanitari.

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

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 – Serie "[I Focus](#)"

Largo Consumo 3/2005

[Sopexa Italia - Sopexa esperienza, know-how, creatività al servizio della comunicazione agroalimentare](#)

Gli speciali dossier: La società specializzata nella promozione dell'agroalimentare francese nel mondo presenta una carrellata della propria attività nel 2004, confermando il suo savoir-faire la sua crescente partnership con il trade moderno.

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

Largo Consumo 2/2005 pg 57

[Panem Italia propone le tradizioni regionali](#)

Spot: Panem Italia Spa ha presenziato dal 5 all'8 febbraio scorsi al Mia di Rimini, all'interno della sezione denominata Sandwich & Snacking, presentando la nuova linea delle specialità regionali

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

Largo Consumo 1/2005 pg 74

[Ferrari Giovanni – Rintracciabilità di filiera Ferrari per il Grana Padano](#)

Spot: L'azienda ha da tempo istituito per il Grana Padano il "Percorso della qualità", tutto lodigiano, dove ogni fase è monitorata rintracciabile, e certificata nel 2004 dall'ente di certificazione Csqa.

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

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 10/2004 pg 86

[Det Norske Veritas Italia – La certificazione, prova di impegno etico per le aziende agroalimentari](#)

Le interviste: La fondazione indipendente, leader nelle certificazioni di Sistema di Qualità e Ambientale, ritiene questo strumento di vitale importanza per garantire la fiducia dei consumatori. Ce ne parla Gaetano Trizio, amministratore delegato DNV Italia.

Comunicazione di impresa – Serie "[Le Interviste](#)"

Largo Consumo 10/2004 pg 151

[Tracciaservice: la soluzione di tracciabilità per il trade moderno](#)

Focus: Dal 1997 lo staff della società è specializzato nella ingegnerizzazione di software avanzati di tracciabilità, con la messa a punto di sistemi a marchio "La filiera".

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

Largo Consumo 9/2004 pg 24

[Di Carlo: natura e tradizione tra rispetto del passato e innovazione di prodotto](#)

Focus: La famiglia Da Carlo è impegnata nel settore oleario da sei generazioni e ha maturato una forte esperienza e competenza sulla qualità dell'olio.

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

Largo Consumo 7-8/2004 pg 90

[Academia Barilla – Un centro di eccellenza per promuovere e tutelare la cultura gastronomica italiana nel mondo](#)

Gli eventi aziendali: il 29 aprile 2004, presso il Barilla center di Parma, è stata presentata alla stampa Academia Barilla, un progetto cui l'azienda tiene molto, perchè esprime la sua passione per la gastronomia italiana e il desiderio di tutelarla

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

Largo Consumo 4/2004 pg 136

[Consorzio produttori bionature: Con Del Campo la sicurezza di mangiare carne italiana al 100%](#)

Focus: Con del Campo, il Consorzio garantisce ai consumatori la sicurezza delle carni avicole al 100% italiane, aderendo al Consorzio produttori italiani e a Legambiente

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