



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:

#### SOLO UNGHERESE LA DENOMINAZIONE TOCAI

*Vino: Il Tokai, una delle nostre denominazioni vinicole più note, dal ... dovrà cambiare nome. La Corte europea ne ha riconosciuto l'indicazione geografica al Tokaj ungherese. a differenza del vino ungherese, Il Tokai italico è caratterizzato da...continua...*

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

#### ITINERARIO

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

#### RELATIVO A:

**CONSUMI DI VINO E VISSUTO DEL PRODOTTO  
VINI FRIZZANTI E VINI DOLCI  
ALCUNE ACQUISIZIONI SIGNIFICATIVE  
VINO IN CARTONE  
L'IMPEGNO DEI PRODUTTORI ITALIANI VERSO L'EXPORT  
VINI ESTERI IN ITALIA**

#### IN APPENDICE:

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

#### LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA

#### E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

##### Largo Consumo

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

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

##### Mercato Italia - Agroalimentare 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

##### Mercato & Imprese 2005

##### **Lucio Gilli, intervistato da Mercato & Imprese 2005, parla del mercato dei vini**

Mercato & Imprese ha interrogato Lucio Gilli, responsabile marketing del gruppo Coltiva, un ente consortile vitivinicolo forte di oltre 8.000 soci, sulle dinamiche che stanno interessando il settore dei **vini**.

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

- La tabella della dimensione e trend del mercato del vino confezionato nel canale food: Vendite a volume, a valore, allocazione geografica delle vendite in quantità nelle 4 macro regioni d'Italia
- Peso specifico dei canali (Iper+Super, libero servizio, Discount, e Bottiglierie) per quantità vendute.
- Peso specifico dei diversi segmenti per quantità vendute: doc, non doc frizzante, non doc da tavola. Per vitigno: Barbera, Prosecco, Trebbiano e altri. Chianti doc, Sangiovese, Verdicchio. Lambrusco, Siciliano, Pugliese. Pinot, Soave, Toscano tavola.
- Peso percentuale dei formati confezionati: cartone non doc, vetro, plastica.
- Rank dei primi 10 produttori per quantità prodotte.
- Una considerazione sull'andamento dei prezzi, delle dinamiche di import ed export, e delle imprese nel recente passato.

- La tabella della produzione italiana di vino e mosto nel Nord-Ovest, nel Nord-Est, nel centro, nel Sud e nelle Isole nella serie storica 2001-2004.

Supplemento a *Largo Consumo* 2/2005

### **Mercato & Imprese 2005**

#### **Antonio Motteran, intervistato da Mercato & Imprese 2005, parla del mercato dei vini spumanti**

*Mercato & Imprese* ha interrogato Antonio Motteran, direttore generale di Carpené Malvolti, sulle dinamiche che stanno interessando il settore dei vini spumanti.

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

- La tabella della dimensione e trend del mercato degli spumanti, nel canale Vac 2002-2003-2004: Vendite a volume, a valore, allocazione geografica dei consumi per area AcNielsen, peso specifico dei diversi canali per quantità vendute (Iper+Super, Libero servizio, Discount, Vendita assistita), importanza dei segmenti (fino a 74 cl, da 75 cl, oltre i 75 cl. Peso relativo dei segmenti: dolce, prosecco e secco. Rank dei primi 10 produttori/marche per quantità vendute.
- La tabella della dimensione e trend del mercato degli spumanti, nel canale Bar 2002-2003-2004: Vendite a volume, a valore, allocazione geografica dei consumi per area AcNielsen, peso specifico dei diversi canali per quantità vendute (Iper+Super, Libero servizio, Discount, Vendita assistita), importanza dei segmenti (fino a 74 cl, da 75 cl, oltre i 75 cl. Peso relativo dei segmenti: dolce, prosecco e secco. Rank dei primi 10 produttori/marche per quantità vendute.
- Una considerazione sulle dinamiche della produzione, dei prodotti, dei canali di vendita e delle imprese nel recente passato.
- La tabella delle dinamiche di import e di export di vini spumanti in quantità vendute: 2002-2003.

Supplemento a *Largo Consumo* 2/2005

### **I CONTENUTI EDITORIALI:**

*Largo Consumo* 9/2005 pg 61

#### **Solo ungherese la denominazione Tokai**

Vino: Il Tokai, una delle nostre denominazioni vinicole più note, dal ... dovrà cambiare nome. La corte europea ne ha riconosciuto l'indicazione geografica al Tokaj ungherese. A differenza del vino ungherese, Il Tokai italico è caratterizzato da... continua...

Notizia

*Largo Consumo* 9/2005 pg 61

#### **Calano i consumi di vino e alcolici**

Vino: i consumi in calo incidono su vino e alcolici. In particolare record negativo per il vino, i cui 28 milioni di ettolitri consumati, dei quali... importati, fanno scendere la media pro capite a...litri rispetto ai...di un anno fa. Si accresce il ruolo della distribuzione moderna sia in...che...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 9/2005 pg 63

#### **Un progetto congiunto per i vigneti siciliani**

Vino: Industrie Zignago Santa Margherita puntano ad un progetto comune con il gruppo trentino Mezzacorona per lo sviluppo della produzione vinicola in Sicilia. I nuovi investimenti saranno destinati ad impiantare filari con una densità di...ceppi per ettaro e una resa produttiva di...quintali.

Notizia

*Largo Consumo* 9/2005 pg 123

#### **Consorzio fra dieci cantine**

Vino: tramite Vintesa, Consorzio costituito fra dieci cantine ubicate in sei diverse regioni della Penisola, è possibile ordinare direttamente decine di vini provenienti da più regioni italiane. Il Consorzio infatti offre la possibilità di una vasta gamma di vini italiani. Nel 2004 il business ammontava a ... euro

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

- [Il Consorzio Vintesa](#)

Notizia

*Largo Consumo* 7-8/2005 pg 35

#### **I frizzanti fanno pressione**

Vino il principe Lambrusco va forte, ed esce dal suo vissuto frugale e povero; anche il Prosecco tiene banco. Insomma è una rivincita all'insegna del gusto e dell'edonismo. I temi salienti di questo titolo sono sintetizzati nel [Largo Consumo in Flash](#) di questo mese.

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

- Le caratteristiche dei frizzanti

[Articolo integrale pubblicato on line](#)

*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 153*

#### **Vino a pieni voti**

Rating: Quattro aziende del settore alla prova degli indici finanziari ottengono tutte punteggi molto elevati dimostrando di avere bilanci in ottima salute. I temi salienti di questo titolo sono sintetizzati nel [Largo Consumo in Flash](#) di questo mese.

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

- Gli indici di bilancio: 2002-2003, Il conto economico riclassificato: 2002-2003 (in migliaia di euro)
- Il rating: sintesi dei risultati

Articolo

*Largo Consumo 6/2005 pg 129*

#### **Prometeo Food & Beverage**

Soluzioni informatiche: Prometeo Food & Beverage è una soluzione per il controllo strategico direzionale delle aziende del comparto vitivinicolo, alimentare e beverage. utile per misurare della prestazione aziendale, e indirizzare il management aiutandolo a prendere le decisioni.

Notizia

*Largo Consumo 6/2005 pg 56*

#### **Asti Spumante, risultati dall'estero**

Spumante: L'Asti Spumante ha venduto ... milioni di bottiglie nel 2004, ..% sul 2003 ma sopra la media dei .....milioni bottiglie degli ultimi 4 anni. Incremento di valore dello spumante docg nella fascia alta di mercato in Russia, Giappone, Inghilterra.

Notizia

*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 121*

#### **Cavit trionfa a Vinitaly**

Gran medaglia d'oro, una d'argento, due di bronzo, 11 grandi menzioni e un premio per l'azienda che ha ottenuto il miglior punteggio.

Notizia

*Largo Consumo 5/2005 pg 125*

#### **Vini San Matteo va in Tv**

Campagna pubblicitaria: San Matteo sceglie Ogilvy per i nuovi spot in onda da giugno 2005. La casa di produzione è The Family.

Notizia

*Largo Consumo 5/2005 pg 116*

#### **Un quotidiano on-line per gli "enonauti"**

Vino: E' on line Focuswine, il nuovo quotidiano web nato su iniziativa del Corriere Vinicolo per essere uno strumento di informazione e aggiornamento, agile e di facile consultazione, per tutto il comparto vitivinicolo. Focuswine è diviso in una serie di sezioni ben evidenziate graficamente... continua...

Notizia

*Largo Consumo 4/2005 pg 53*

#### **Meno champagne, più spumanti nazionali**

Spumante: forte il calo di consumi di champagne in Italia nel 2004. Le bottiglie importate sono il ...% in meno dei primi 10 mesi del 2004. Le "eccellenze" nostrane sono sempre più dagli italiani aumentando gli acquisti familiari del...% dei primi 10 mesi dell'anno scorso. Anche oltre oceano...continua...

Notizia

*Largo Consumo 4/2005 pg 125*

### **Una guida per gli spumanti in mostra**

Carriere: Giampietro Comolli ha ricevuto l'incarico di ideare e realizzare il progetto di rilancio e sviluppo della mostra Altamarca: evento dedicato ai vini spumanti d'Italia.  
Notizia

*Largo Consumo 3/2005 pg 147*

### **Accordo fra Madimer e Livio Felluga**

Logistica: accordo unico finora in Regione Lombardia, che affida a Madimer, azienda udinese che offre servizi di logistica altamente qualificati, la distribuzione dell'intera produzione vinicola destinata al mercato nazionale di Livio Felluga. Il recente accordo si basa su...continua...  
Notizia

*Largo Consumo 3/2005 pg 109*

### **Crescono gli acquisti di Lambrusco**

In seguito ad una ricerca qualitativa sul mercato del Lambrusco presso i consumatori di tre città, è emerso che si tratta di un vino ampiamente conosciuto, di forte italianità e di lunga tradizione naturale. Secondo i dati Iri, le vendite totali nel settembre 2004 hanno registrato un incremento del...% in quantità e del...% a valore. La scelta preferita cade su...continua...  
Notizia

*Largo Consumo 3/2005 pg 174*

### **Constellation Brand nel capitale Ruffino**

Ruffino ha concluso un accordo con Constellation Brand Inc. che fa entrare nel capitale sociale gli americani della società leader mondiale delle bevande alcoliche con una quota del...% rilevata, investendo circa...milioni di dollari. Ruffino produce annualmente...milioni di bottiglie, il...% delle quali esportate proprio negli Usa. Un'ulteriore acquisizione ha riguardato invece...continua...  
Notizia

*Largo Consumo 3/2005 pg 174*

### **Spumante dalle Riunite**

Spumante: le Cantine Cooperative Riunite hanno registrato nel 2004 un fatturato di...milioni di euro, di cui...milioni provenienti dalla sola commercializzazione di vini in bottiglia con i marchi Riunite e Maschio che, dallo scorso esercizio, incrementano del...%. Buoni i risultati delle vendite interne che hanno messo a segno un...% e...continua  
Notizia

*Largo Consumo 3/2005 pg 174*

### **Mezzacorona centenaria**

Vino: Cantine Mezzacorona celebra il centenario con un bilancio record che liquida i 1500 soci con oltre ...milioni di euro. L'utile ha superato i...euro e il cash flow i ...milioni; i proventi finanziari si sono attestati a ...euro. La società si è affermata come...continua...

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

- Il gruppo Mezzacorona in cifre

Notizia

*Largo Consumo 2/2005 pg 21*

### **Dinamismo dal Veneto**

Poli vinicoli: territorio di antica tradizione, punta molto sulla sperimentazione per migliorare la qualità e sviluppare vitigni autoctoni. Riprendono quota i bianchi, ma crescono anche i rossi.

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

- Le Doc del Veneto

- Le Docg del Veneto

Articolo

*Largo Consumo 2/2005 pg 129*

### **Riconferma in Assoenologi**

Profili e carriere: Mario Consorte, enologo, AD delle tenute "Sella & Mosca" di Alghero (Ss), è stato riconfermato alla presidenza dell'Associazione enologi enotecnici italiani, l'organizzazione di categoria che nel nostro Paese rappresenta oltre il 95% dei tecnici vitivinicoli al mondo e che ha sede a Milano.  
Notizia

*Largo Consumo 1/2005 pg 74*

### **Il vino recupera nelle esportazioni**

Vino: Assoenologi ha diffuso i dati 2004 della produzione nazionale di uva e di vino. L'Italia produce il...% del totale mondiale e il ...% europeo, nonostante la perdita negli ultimi 10 anni di...ettari di vigneto. In cifre, il business italiano vale oggi...miliardi di euro; il sistema cooperativo detiene invece il...% della produzione e i produttori di uva in Italia sono...Per quanto riguarda le esportazioni...continua...

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

- La produzione vitivinicola per regioni: 2004 (in hl e in %)

Notizia

*Largo Consumo 1/2005 pg 110*

### **Usa: nuove tendenze di gusto nel vino**

Come cambia la domanda di vini nella ristorazione Usa: Wine & Spirits magazine ha condotto un'indagine su 2200 ristoranti di lusso.

Notizia

*Largo Consumo* 1/2005 pg 159

**Caviro incrementa grazie a nuovi soci**

Entrano ... nuovi Soci per Caviro, che vede crescere del ...% l'utile netto, e del ...% il fatturato totale del gruppo.

Notizia

*Largo Consumo* 12/2004 pg 88

**Un mercato d'occasione**

Vini da dessert: L'assortimento nel trade moderno è ancora condizionato da stagionalità, abitudini locali, polverizzazione dei produttori. Export, ristorazione ed enoteche i canali privilegiati.

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

- La produzione di Marsala Doc delle aziende consorziate: 2002-2003 (in hl)
- Le vendite di Moscato d'Asti nel mondo: 2002-2003 (in n. di bottiglie) Articolo

Articolo

*Largo Consumo* 11/2004 pg 91

**I vini di marca conquistano lo scaffale**

Reparti: Sulla scia delle esperienze estere, si va affermando anche nel nostro Paese la tendenza a creare nei supermercati angoli-enoteca con offerte di qualità. Lo confermano i dati espressi a Vinitaly.

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

- Gli esercizi commerciali al dettaglio in sede fissa: 2000-2003 (in unità)
- I canali di vendita del vino confezionato: 2003 (Super, Iper, Superette in %)
- La produzione di vino in Italia: 1997-2003 (in hl e in %)

Articolo

*Largo Consumo* 11/2004 pg 63

**Tracce in cantina**

Vino: Dal prossimo anno sarà obbligatorio per tutti gli alimenti indicare il percorso compiuto dalla terra alla tavola, o dalla vigna, in questo caso. Un convegno mette in luce temi e problemi conseguenti.

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

- La catena di rintracciabilità del Tavernello bianco (di Cavino)

Articolo

*Largo Consumo* 11/2004 pg 135

**Cantina Mezzacorona inaugura la nuova sede\*\***

Vino: in occasione del suo centesimo compleanno ha inaugurato la "Cittadella del vino", nuova sede del gruppo, composta di una parte industriale dedicata a..., una commerciale adibita alla...e una culturale e sociale. L'azienda fattura...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 10/2004 pg 43

**Qualità in scatola**

Vino: Le confezioni in brick conquistano sempre più clienti, sia per gli evidenti vantaggi dovuti al tipo di confezionamento, sia per l'offerta di buon livello oggi esistente sul mercato.

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

- Il mercato del vino nella moderna distribuzione in Italia: 2003 (in %)
- L'incidenza dei canali di vendita di vini confezionati in Italia: 2003 (in %)
- La variazione del mercato del vino in base al formato: 2002-2003 (brick e formati vetro, in %)

Articolo

*Largo Consumo* 10/2004 pg 41

**Competitività a rischio**

Vini italiani: La ripresa del mercato richiede una gestione del marketing in comune con distribuzione e ristorazione, una maggiore attenzione al packaging e la razionalizzazione delle cantine, almeno secondo Fipe.

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

- Il trend di consumo del vino: 2003 (in % sul valore)

Articolo

*Largo Consumo* 10/2004 pg 81

**Strade del vino, iniziativa da sostenere**

L'enoturismo è al centro di proposte di incentivo a 5 anni dalla legge in favore delle cosiddette "Strade del Vino" (legge ...)

Notizia

*Largo Consumo* 10/2004 pg 79

**La vendemmia promette bene**

Nel 2004 l'incremento della produzione di vino in Italia sarà del 9% rispetto al 2003

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

- La produzione del vino in Italia per aree geografiche: 2004 (.000 e in %)

Notizia

*Largo Consumo* 9/2004 pg 71

**Caldirola controlla il Lambrusco Giacobazzi**

L'acquisizione è giunta dopo che la situazione di Giacobazzi di Nonantola si era fatta difficile ... Continua...  
Notizia

*Largo Consumo* 9/2004 pg 137

**Le signore dell'enoteca**

Vini: Le enoteche non sono più club esclusivi per soli uomini, ma locali in cui anche le donne si sentono a proprio agio. Lo dimostrano i dati di una ricerca realizzata tramite questionario da Ide-europee, agenzia di comunicazione di Astoria Vini. Oltre il ...% degli intervistati ha confermato che...continua...  
Notizia

*Largo Consumo* 7-8/2004 pg 65

**Alleanza a due per competere nel vino**

Val d'Orbieu, secondo produttore vinicolo francese e Cavino, leader nel daily wine, hanno finalizzato un accordo di collaborazione che sembra avere un respiro continentale.  
Notizia

*Largo Consumo* 7-8/2004 pg 61

**Federvini impegnata per l'export**

Assemblea di Federvini a maggio a Roma. Tre i risultati: tracciare un bilancio dell'attività, analizzare l'andamento del comparto. Delineare le future linee programmatiche.  
Notizia

*Largo Consumo* 6/2004 pg 145

**A Cavit il riconoscimento speciale packaging 2004**

Vini: Nella categoria vini, nell'ambito della nona edizione del Concorso internazionale di packaging, Cavit si è aggiudicata il "Premio speciale packaging 2004". Il prestigioso riconoscimento rappresenta un premio al lavoro che Cavit ha sviluppato con Robilant&associati. Questo in seguito a...continua...  
Notizia

*Largo Consumo* 6/2004 pg 74

**Il vino ha una nuova ancora: il mercato**

Vino: L'Oiv, Organization Internationale de la vigne e du vin, è una organizzazione intergovernativa nata a Parigi nel 2001 col compito di produrre risoluzioni e raccomandazioni sul settore vitivinicolo. L'Oiv si propone come...continua...  
Notizia

*Largo Consumo* 5/2004 pg 79

**L'Asti salva l'export dei vini**

L'Asti conferma il proprio ruolo di prodotto leader della viticoltura piemontese...Continua...  
Notizia

*Largo Consumo* 4/2004 pg 158

**Il programma di Vinitaly oltre confine**

Vinitaly, grazie al notevole piano di investimenti, lancia tre iniziative internazionali di grande prestigio: Vinitaly Us Tour - Vinitaly China - Vinitaly Moscow  
Notizia

*Largo Consumo* 4/2004 pg 73

**Asti spumante, protagonista a Mosca**

Spumante: Asti Spumante protagonista di una settimana moscovita con l'alta moda italiana. Lo spumante italiano si colloca in una fascia medio- alta di consumi, a prezzi medi da... euro alla bottiglia. Nutrito il gruppo di aziende che hanno aderito all'iniziativa...continua...  
Notizia

*Largo Consumo* 4/2004 pg 29

**Il tempo del prosecco**

Vino: mai come negli ultimi anni si è assistito a un apprezzamento così elevato di un vino naturalmente leggero, gradevole e relativamente economico, noto ormai nel mondo: luoghi e protagonisti.

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

- Box: alla corte di re Cartizze (nell'area vocata di Conegliano-Valdobbiadene)
- Le bottiglie di prosecco prodotte: 1994-2002 (in unità)
- Le esportazioni di prosecco: 1994-2002 (in unità)

Articolo

*Largo Consumo* 3/2004 pg 176

**Vino italiano: meno export negli Usa**

La debolezza del dollaro si riflette sui ricavi delle esportazioni di vino italiane

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

- Il fatturato di Giv: 1998-2003 (in mln di euro)

Notizia

*Largo Consumo* 3/2004 pg 26

### **Un calice mezzo pieno**

Vino: ...o mezzo vuoto, a seconda dei punti di vista: mentre si registrano molti segnali positivi – dovuto ad abnormi andamenti climatici – l'Italia continua a tenere banco sul piano internazionale

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

- La produzione di Vino nell'Ue: 1999-2003 (in .000 di hl e in %)
- L'andamento dei prezzi all'origine del vino in Italia: 1999-2003 (in % sull'anno precedente)

Articolo

*Largo Consumo* 3/2004 pg 143

### **I migliori siti del vino secondo Winenews**

Vino: Il sito di informazione enologica [www.winenews.it](http://www.winenews.it) in base alla votazione degli oltre 8500 "enonauti", ha stilato la classifica dei 12 migliori siti del vino italiano. Cinque gli aspetti fondamentali presi in considerazione per la scelta...Al primo posto di "Cantine in web 2004" risulta...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 3/2004 pg 81

### **Una minaccia alle denominazioni del vino**

Vino: i produttori di vino italiani sono preoccupati dalla recente presa di posizione della Comunità europea che ha deciso di ammorbidire i vincoli sulle etichette: un possibile colpo alle produzioni a denominazione di origine. Per alleggerire la polemica l'esecutivo di Bruxelles ha approvato...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 3/2004 pg 176

### **Spumanti: il brindisi di Gancia**

Spumanti: i produttori di spumante hanno registrato i benefici dell'incremento delle vendite di fine anno, stimato a ... punti percentuali. Gancia in un anno è cresciuta del...% sui risultati di fatturato dell'anno prima. Carpenè Malvolti ha fatturato... milioni di euro, con un aumento del...%

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

- Il fatturato di Gancia: 1999-2003 (in milioni di euro)

Notizia

*Largo Consumo* 2/2004 pg 116

### **Bere meno, bere meglio**

Vino: In Italia nel 2003 il consumo di vino è sceso sotto i ... litri pro capite (...) all'anno. Nella popolazione adulta 24 milioni di individui bevono vino, ma...milioni non sono consumatori abituali. Diverse le occasioni in cui si consuma il e altrettanto diverse le percentuali...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 2/2004 pg 55

### **Vini rossi da Ferrari**

Vino: alla sfida con Berlucci per il primato tra gli spumanti doc italiani, Ferrari aggiunge un nuovo fronte competitivo: i vini rossi. Con un investimento di circa...milioni di euro, ha acquistato vigneti in Toscana, ...ettari, e in Umbria, circa...ettari. La diversificazione nel settore dei vini rossi punta a...continua...

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

- La crescita di Ferrari: 1982- 2002 (numero di bottiglie vendute)

Notizia

*Largo Consumo* 1/2004 pg 53

### **Il vino ha ora il proprio centro studi**

Vino: presso il dipartimento di Economia agraria dell'Università di Firenze, centro studi sul mercato del vino.

Breve

*Largo Consumo* 1/2004 pg 155

### **Cavio in crescita con i daily wine**

Vino: Bilancio record per Cavio, leader assoluto dei daily wine con i marchi Tavernello, Castellino e Botte Buona, e una produzione di ... ettolitri di vino confezionati. L'esercizio 2003 si è chiuso con un fatturato di...milioni di euro e un incremento del...%. Diminuiscono inoltre gli oneri di indebitamento: da...a ...milioni...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 1/2004 pg 165

### **Prima certificazione Emas nel vitivinicolo\*\***

Vino: Dopo aver ottenuto la certificazione Iso 9001 e quella ambientale Iso 14001, l'azienda agricola Venturini Baldini di Roncolo Quattro Castella ha ottenuto la registrazione della dichiarazione di qualità ambientale Emas, una certificazione riconosciuta in Italia solo a ... aziende. L'azienda dispone di ... ettari, con una produzione di ... mila bottiglie all'anno, per la metà di vino Lambrusco. Un portavoce dell'azienda ha spiegato il legame tra ...Continua...

Notizia

*Largo Consumo* 11/2003 pg 36

### **Esteri in bottiglia**

Vino: Nel mondo enologico si parla da diversi anni di Paesi emergenti, come Cile, Australia, California. L'offerta non è a basso prezzo e il consumo rimane confinato a particolari occasioni.

Articolo

**LA PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE DI IMPRESA:**

*Largo Consumo* 9/2005 pg 63

**[Carpenè Malvolti: innovazione protagonista nell'arte spumantistica](#)**

Focus: Scienza, specializzazione, territorio, storia e passione sono i valori che caratterizzano la grande e storica esperienza della Carpenè Malvolti nell'arte della spumantizzazione dei vini di qualità.

Comunicazione d'impresa - "**[I Focus](#)**"

*Largo Consumo* 9/2005 pg 114

**[SIG Combibloc - CombiFit Family](#)**

1/1 Qc - CombiFit è l'imballo di cartone nuovo, distintivo a scaffale ed unico di SIG Combibloc. Studiato per incontrare le esigenze dei consumatori, si tratta di un imballo comodo e pratico da maneggiare, semplice da stoccare, sicuro e facile da aprire e da richiudere, confortevole da versare grazie al top inclinato. Già utilizzato nei succhi di frutta e nei vini in brick.

Pubblicità - "**[Tabellare](#)**"

*Largo Consumo* 7-8/2005 pg 155

**[Sant'Orsola - Canti, l'espressione del "made in Italy": una case history di successo](#)**

Focus: Sant'Orsola Vini e Spumanti continua a crescere: merito di una strategia basata sul buon rapporto qualità/prezzo, mentre cresce la penetrazione sui mercati internazionali

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

*Largo Consumo* 7-8/2005 pg 152

**[La Zonin- Terre Palladiane: la convenienza è elevata](#)**

1/1 Qc - La qualità è Zonin Terre Palladiane è la risposta della Casa Vinicola Zonin al Canale Moderno più evoluto e attento che, accanto all'elevata convenienza, esige un livello di qualità costante, sicurezza e controllo.

Pubblicità - "**[Tabellare](#)**"

*Largo Consumo* 7-8/2005 pg 34

**[Rivoira – Grandi vini da una grande neve](#)**

1/1 Qc - Neve carbonica per prevenire l'innalzamento della temperatura del pigiato: una soluzione per controllare facilmente la temperatura del pigiato prima dell'ingresso nella pressa. L'impiego della neve carbonica in questa fase previene le fermentazioni precoci e indesiderate ed inibisce le reazioni di ossidazione.

Pubblicità - "**[Tabellare](#)**"

*Largo Consumo* 6/2005 pg 113

**[Casella Wines – Il vino australiano \(Yellow Tail\) una case history di grande successo](#)**

I casi aziendali: Analisi di una case history di portata internazionale: le ragioni del vero e proprio boom di Yellow Tail, il vino australiano più venduto nel mondo importato nel nostro Paese dalla Valeriano Pozzi & Figli.

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

Mercato Italia - Agroalimentare 4/2005 pg 76

**[Casa vinicola Calatrasi](#)**

Le schede aziendali: La Casa Vinicola Calatrasi da anni ormai è consolidata nel mercato della grande distribuzione, che incide per ben il 30% delle vendite annue. L'unità produttiva principale della Casa Vinicola Calatrasi è ubicata in Sicilia, si estende su una superficie di 25.000 mq e vanta un impianto di imbottigliamento di 12.000 bottiglie all'ora.

Comunicazione di impresa - Serie "**[Le schede aziendali](#)**"

Mercato Italia - Agroalimentare 4/2005 pg 92

**[San Matteo](#)**

Le schede aziendali: Nel 2002 ha lanciato come novità assoluta una gamma di vini confezionati in bottiglie di pet da 1,5 litri. Questo packaging presenta vantaggi indiscutibili: è leggero, trasparente, infrangibile, richiudibile e riciclabile. Per questi motivi, la nuova bottiglia incontra sempre maggiori favori

Comunicazione di impresa - Serie "**[Le schede aziendali](#)**"

*Largo Consumo* 3/2005 pg 176

**[Giv - Gruppo Italiano Vini archivia un 2004 all'insegna della crescita](#)**

Il Gruppo Italiano Vini chiude l'esercizio 2004 con un fatturato aggregato pari a 270 milioni di Euro (+4,8% sul 2003); un fatturato consolidato pari a 236 milioni di Euro e un fatturato della capogruppo pari a 156 milioni di euro

Comunicazione di impresa - "**[I Focus](#)**"

*Largo Consumo* 12/2004 pg 86

**[Regione Sicilia: Cresce il successo di una produzione di grande tradizione ed elevata qualità](#)**

Nuove strategie di marketing e comunicazione per il rilancio e la riscoperta della vitivinicoltura siciliana, con il suo grande patrimonio che si avvale di 20 vini doc e una forte attenzione al marketing e al trade moderno.

Comunicazione di impresa - "**[I Profili](#)**"

*Largo Consumo* 11/2004 pg 97

**[Carpenè Malvolti: spumeggiante Italian Style protagonista in Europa](#)**

Focus: Per ottenere il suo straordinario spumante Prosecco, Carpenè Malvolti utilizza solo materie prime di ottima qualità e la massima cura e dedizione nella lavorazione

Comunicazione di impresa – “[I Focus](#)”

*Largo Consumo* 11/2004 pg 95

[Casa vinicola Verqa: cent'anni di storia, tradizione e passione](#)

Focus: Attiva nel mercato vinicolo da oltre un secolo, l'azienda ha mantenuto vivi i valori della tradizione e della qualità, coniugati con un elevato dinamismo al servizio del cliente.

Comunicazione di impresa – “[I Focus](#)”

*Largo Consumo* 11/2004 pg 94

[Coltiva - bere bene è una scelta](#)

1/1Qc - Coltiva è la scelta giusta. Dalla vigna alla bottiglia, Coltiva garantisce la qualità nel rispetto dell'ambiente, grazie all'aiuto di moderne tecniche di produzione

Pubblicità – “[Tabellare](#)”

*Largo Consumo* 10/2004 pg 42

[Caviro - Tavernello è per un consumo del vino moderato ed ai pasti](#)

1/1Qc - Un bicchiere di vino ai pasti è un diritto di tutti. Ma sul vino non si scherza. Il vino è un alimento quotidiano e pertanto il consumatore necessita di una garanzia di genuinità.

Pubblicità – “[Tabellare](#)”

*Largo Consumo* 3/2004 pg 29

[Il nuovo spot presenta il restyling di Castellino e lo porta nel futuro](#)

Focus: L'azienda lancia la nuova campagna pubblicitaria di Castellino – rinnovato nella qualità – nell'immagine e nel packaging – realizzata dall'agenzia Armando Testa.

Comunicazione di impresa – “[I Focus](#)”

*Largo Consumo* 3/2004 pg 24

[Agivi: rafforzare il ruolo e dare visibilità ai giovani imprenditori vinicoli italiani](#)

L'associazione Giovani imprenditori vinicoli italiani punta ad accrescere l'immagine e l'importanza dei giovani produttori di vino attraverso l'immagine e l'importanza dei propri associati attraverso numerose iniziative ed eventi a carattere specialistico. Ma anche mediatico come il Forum di Cortina.

Comunicazione di impresa – “[I Profili](#)”

*Largo Consumo* 2/2004 pg 38

[Cantine Settesoli - Civiltà siciliana del vino](#)

1/1Qc - Su ogni bottiglia Settesoli è impresso il codice genealogico che permetterà di ripercorrere l'intera vita del vino fino alla data della vendemmia e al vigneto di origine. Ogni vino delle cantine Settesoli è fornito di una mappa su cui vengono rintracciati tutti i passaggi del processo enologico: un innovativo servizio a tutela del consumatore.

Pubblicità – “[Tabellare](#)”

*Largo Consumo* 11/2003 pg 37

[Dalla California dei vini E&J Gallo presenta la linea Sierra Valley](#)

Focus: Arriva in Gdo la linea Sierra Valley: sette vini di qualità che prendono vita da una famosa regione della California e rispondono al meglio alle moderne esigenze dei consumatori.

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

*Largo Consumo* 11/2003 pg 39

[Vini Cileni Tarapacà, il simbolo del successo dei vini del Nuovo Mondo](#)

Focus: I vini cileni Tarapacà sono riusciti a fare breccia nei gusti dei consumatori italiani, imponendosi come i leader assoluti tra le etichette cilene presenti sia in Gdo, sia nell'Horeca

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