



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:

DE CECCO, "RE" DEI PASTAI, SPECIE NEGLI USA

De Cecco è una delle realtà nazionali della pasta, con ... tonnellate prodotte giornalmente in ...formati, per ... mila tonnellate esportate in ...Paesi. Gli Usa concentrano il ...% di queste esportazioni. L'anno scorso il bilancio ha visto un incremento del ..% a quota ... milioni, ma il 2005 dovrebbe essere ancora più roseo, con un incremento del ..%...Continua...

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

ITINERARIO

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

PASTA SECCA E FRESCA

ARGOMENTI CORRELATI:

cenni a **SUGHI PRONTI E CONSERVE DI POMODORO**
cenni a **PANE INDUSTRIALE**

aggiornato al n. 9/05 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*
(per richieste di aggiornamenti: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it)

sul tema della **RISTORAZIONE COMMERCIALE**, dal punto di vista del cliente, è disponibile
il Percorso di lettura [PL-0705-023.pdf](#)

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

Elena Bassoli, intervistato da Mercato & Imprese 2005, parla del mercato della pasta secca

Mercato & Imprese ha interrogato Elena Bassoli, responsabile commerciale Italia di Corticella Molini e Pastifici, azienda storica del settore fondata a Bologna nel 1948, sulle dinamiche che stanno interessando il comparto della pasta secca. In allegato all'intervista, **leggi i dati salienti** del mercato nella **Scheda Mercato** allestita dalla redazione di *Largo Consumo*

- **Dimensione e segmentazione** del mercato della pasta di semola: Vendite a volume e a valore dei segmenti (pasta di semola secca, corta-asciutta., lunga minestra, pastina) e peso relativo sul totale del comparto
- **Allocazione geografica** dei consumi per area AcNielsen, allocazione per tipologia di negozio (Iper, Super e Superette). Rank dei primi 5 produttori/marche e quota di mercato concentrata dai top 5.
- **Profilo dei consumatori** di birra per area AcNielsen, per nucleo familiare secondo i componenti, peso degli alti e bassi consumatori.
- **Una considerazione** sulle dinamiche della produzione dell'export, dei prezzi, dei consumi, dei prodotti, e delle imprese nel recente passato.
- **La tabella** della produzione, del consumo nazionale e dell'export a valore e a volume.

Supplemento a *Largo Consumo* 2/2005

Mercato & Imprese 2005

Franco Zanasi, intervistato da *Mercato & Imprese 2005*, parla del mercato della pasta fresca ripiena

Mercato & Imprese ha interrogato Franco Zanasi, presidente di Alibert, una delle aziende di maggiore reputazione del comparto, sulle dinamiche che stanno interessando il settore della pasta fresca ripiena.

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

- **Dimensione e trend** del mercato della pasta fresca ripiena (2002-2003-2004): Vendite a volume, valore, allocazione geografica dei consumi per area AcNielsen, allocazione per tipologia di negozio (Iper+Super, libero servizio, Discount, Grocery), importanza dei segmenti (250 gr, 500 gr, altre pezzature). Rank dei primi 8 produttori/marche.
- **Profilo dei consumatori** di pasta fresca ripiena per macroregioni, per nucleo familiare secondo il numero di componenti, peso degli alti e bassi consumatori.
- **Una riflessione** sulle dinamiche della produzione, sui consumi, sui prezzi e sulle imprese nel recente passato.
- **Una tabella** sulla produzione 2003 di pasta industriale fresca, per volume e valore: fresca ripiena, fresca all'uovo, semola fresca, gnocchi, totale produzione.
- **Dati e indici** medi delle principali imprese da un campione di 7 aziende selezionate da Largo Consumo con ricavi superiori a 10 milioni di euro: Giacenze medie, durata media crediti clienti, durata media fornitori, Roi, Ros, Roe.

Supplemento a *Largo Consumo* 2/2005

Mercato & Imprese 2005

Francesco Mutti, intervistato da *Mercato & Imprese 2005*, parla del mercato delle conserve di pomodoro

Mercato & Imprese ha interrogato amministratore delegato di Mutti, l'azienda conserviera con sede a Basilicanova, in provincia di Parma, sulle dinamiche che stanno interessando il settore delle conserve di pomodoro.

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

- **Riflessione sulle dinamiche** della produzione nel 2004
- **Una tabella** sui consumi domestici di conserve di pomodoro in quantità e valore. Peso relativo e assoluto sul totale del mercato di delle passate, delle polpe, dei pelati e dei concentrati.
- **Allocazione geografica** dei consumi secondo aree AcNielsen (ortaggi in scatola in volume)
- **Una tabella** sui consumi per tipologia (concentrato 28/30, pelato intero, triturato/polpa, passato/succo/salse preparate, non pelato intero conservato, fiocco, congelato/surgelato) nel 2003 in valore e in peso relativo sul totale e variazioni sul 2002.
- **Alcuni indicatori** del comparto pomodoro da industria (2002-2004): superficie in ettari, materia prima trasformata in tonn, resa areica in tonn/ettaro, prodotti trasformati ottenuti in tonn, resa di trasformazione in percentuale.
- **Una tabella** sull'import ed export dei pomodori preparati e conservati totali
- **Una considerazione** sui fatti salienti delle imprese di comparto nel 2004.

Supplemento a *Largo Consumo* 2/2005

Mercato & Imprese 2005

Luca Morato, intervistato da *Mercato & Imprese 2005*, parla del mercato del pane industriale

Mercato & Imprese ha interrogato Luca Morato, amministratore delegato di Harry's Morato, sulle dinamiche che stanno interessando il settore del pane industriale.

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

- **Tabella dei consumi** di pane industriale, dimensione e segmentazione del mercato: vendite a valore e in volume, e rappresentatività del segmento sul totale del mercato per Pane industriale di media lunga durata, pane industriale di media lunga durata dolce arricchito, pane industriale di media lunga durata bianco, pane industriale di media lunga durata salustico.
- **Indici di allocazione** delle vendite per macroregioni italiane
- **Canalizzazione delle vendite** a valore negli Iper, Super e Superette
- **Il Rank** dei primi 5 produttori valore e rappresentatività percentuale dei primi 5 produttori sul totale mercato
- **La produzione** 2003 a volume, quantità e prezzo medio di pane industriale morbido, e sostituti del pane diversi dai cracker e comprensivi dei grissini

- **Una riflessione** sulle dinamiche della produzione, sull'andamento dei prezzi e delle imprese nel recente passato
- **Dati e indici** del conto economico e degli indicatori gestionali medi tratti da un campione di Largo Consumo di 7 imprese con ricavi superiori ai 10 milioni di euro: Fatturato medio per impresa, costi materie prime e servizi, valore aggiunto, costi personale, mol, risultato netto dopo le imposte, numero medio dipendenti, fatt. medio per dipendente, costo medio per dipendente, giacenze medie, durata media dei crediti clienti, durata media debiti fornitori, Roi, Ros, Roe.

Supplemento a *Largo Consumo* 2/2005

I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo 9/2005 pg 61

De Cecco, "re" dei pastai, specie negli Usa

De Cecco è una delle realtà nazionali della pasta, con ... tonnellate prodotte giornalmente in ...formati, per ... mila tonnellate esportate in ...Paesi. Gli Usa concentrano il ...% di queste esportazioni. L'azienda è il primo produttore di pasta con certificazione di prodotto rilasciata da Dnv sulla base di ben... parametri. L'anno scorso il bilancio ha visto un incremento del ...% a quota ... milioni, ma il 2005 dovrebbe essere ancora più roseo, con un incremento del ..%...Continua...

Notizia

Largo Consumo 9/2005 pg 113

Pastificio Rummo punta alla Tv

Campagna pubblicitaria: Per il lancio nazionale del marchio e della nuova linea a "lenta lavorazione", ottenuta da una selezione di grani duri con elevato contenuto proteico, l'azienda ha affidato lo studio del pack alla londinese Pearlfischer, mentre per la campagna pubblicitaria è ideata da Max Information (Armando Testa) e pianificata da Media Italia.

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 7/2005 pg 157

Barilla aumenta le vendite ma non il fatturato

Nel 2004 Barilla ha venduto 1,44 milioni di tonnellate tra pasta, biscotti e sughi pronti, con un aumento del 3,2% in termini di volumi

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I risultati finanziari di Barilla 2003-2004 (in mln di euro)

Notizia

Largo Consumo 5/2005 pg 157

A Delverde sopravvive Fara San Martino

E' destinata infatti a proseguire la produzione nel suo ramo più rinomato: quello della trafilatura della pasta di Fara San Martino

Notizia

Largo Consumo 5/2005 pg 157

Barilla, maggiori ricavi nonostante le acquisizioni

Avviate diverse importanti acquisizioni, d'intesa con la tedesca Kamps e la francese Harry's, il gruppo registra ricavi che arrivano fino a 4,7 milioni di euro.

Notizia

Largo Consumo 5/2005 pg 149

Barilla rinnova la comunicazione

Profili e carriere: Giuseppe Coccon è il nuovo responsabile comunicazione e relazione con i media del gruppo Barilla. In passato ha lavorato alla direzione relazioni esterne di Omnitel ed Ericsson, responsabile ufficio stampa di Federchimica, direttore delle relazioni esterne di Netscalibur e direttore di Bonaparte 48

Notizia

Largo Consumo 5/2005 pg 125

Attesa per settembre l'uscita di Rana

Campagna pubblicitaria: Giovanni Rana sceglie Leo Burnett per realizzare i nuovi spot in onda da settembre 2005. Dovrebbe rimanere uguale il format pubblicitario ormai consolidato, Tecnomedia mantiene la responsabilità della pianificazione, quasi esclusivamente televisiva. Il budget è di 10 milioni.

Notizia

Largo Consumo 5/2005 pg 56

Nell'export di pasta Zara sorpassa Barilla

L'export di pasta italiana nel mondo ha superato la metà della produzione nazionale, ... milioni di quintali di cui ... milioni costituiscono le esportazioni...Continua...

Notizia

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 crescere marcate.

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 4/2005 pg 105

I primi Barilla vanno sulla carta

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

Notizia

Largo Consumo 1/2005 pg 25

Un primato sotto osservazione

Pasta: sebbene di poco, calano i consumi e cala anche l'export. Pur mantenendo il nostro Paese posizioni di testa nel comparto, occorre riservare una particolare attenzione all'intero settore.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La produzione e il consumo di pasta in Italia: 1990-2003 (in .000 ti tonn.)
- Il commercio con l'estero di pasta: 2003 (in tonn e in .000)

Articolo

Largo Consumo 12/2004 pg 79

La Molisana riprende l'attività

Dopo il salvataggio del marchio storico da parte di Mario Maione, già titolare del pastificio Russo e del cioccolatificio Peyrano

Notizia

Largo Consumo 12/2004 pg 27

Nuove fragranze dall'industria

Pane: Nonostante l'artigianato resti al top nell'immaginario collettivo, i grandi operatori si fanno strada e cavalcano la tigre del moderno. Ecco con quali risultati

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I consumi di pane in Europa (kg annui pro capite)
- Box: La Commissione distingue (sul tema del pane fresco e congelato)

Articolo

Largo Consumo 11/2004 pg 141

Pasta Lensi si riposiziona

Campagna: Dopo averla acquisita, American Italian Pasta Company vuole rilanciare il brand Pasta Lensi a livello internazionale, affidando il restyling del logo e del pack a RobilantAssociati.

Notizia

Largo Consumo 10/2004 pg 121

Certificazione Icea a garanzia dei celiaci

Celiachia/Glutine: L'Istituto per la certificazione etica e ambientale (Icea) ha attivato un innovativo schema di certificazione volontaria ricolto alle società di ristorazione collettiva...Continua...

Notizia

Largo Consumo 9/2004 pg 200

Rana punta sul mercato europeo

Leader della pasta fresca in Italia, con il 45% del mercato, Rana guarda all'estero e raddoppia gli investimenti in comunicazione, soprattutto in Spagna, Francia, e Gran Bretagna

Notizia

Largo Consumo 9/2004 pg 19

Un ripieno di innovazione

Pasta fresca: Un mercato concentrato e maturo, ma decisamente ricco di opportunità: dall'export alle private label, dall'ampliamento delle ricette all'innalzamento del livello qualitativo

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La dimensione del mercato della pasta fresca ripiena: 2002-2004 (in volume e in valore)
- La ripartizione delle vendite in volume per canale: 2004 (in %)

Articolo

Largo Consumo 6/2004 pg 173

La tenuta della pasta

Rating: Un settore in cui l'Italia è da sempre leader, risente comunque di una certa maturità e delle poche possibilità di innovazione. Ecco come questo si ripercuote sui bilanci. I conti di Pagani, Mastromauro-Granoro, Antonio Amato a confronto.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Il rating
- Tabella di conversione da punti a rating
- Lo stato patrimoniale: 2001-2002 (in .000 di euro)
- Gli indici di bilancio: 2001-2002

Articolo

Largo Consumo 5/2004 pg 191

Fini rilancia sui piatti pronti

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

Notizia

Largo Consumo 5/2004 pg 191

Pasta al centro per una dieta corretta

Nel recente convegno "Healthy Pasta meals" Oldways (un'organizzazione non profit che promuove corrette scelte alimentari), Unipi (l'Associazione degli industriali Pastai) e la Npa (Nazione Pasta association) hanno portato nuove prove sui benefici arrecati alla salute dal consumo di pasta...continua...

Notizia

Largo Consumo 5/2004 pg 191

Le acquisizioni Barilla non pregiudicano i risultati

Sebbene il confronto tra il fatturato 2002 e 2003 sia fattibile solo relativamente a 6 mesi, a causa delle recenti acquisizioni di Kamps AG e di Harry's, il fatturato di Barilla holding è in crescita del ...%...Continua...

Notizia

Largo Consumo 4/2004 pg 23

Una regina in tavola

Pasta secca: restano elevati i consumi, ma i prezzi calano grazie anche all'influenza del trade moderno e della diffusione delle private label. Cresce il ruolo della pubblicità quale elemento di successo.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Il mercato italiano della pasta secca: 2003 (nelle 4 macroregioni in %)
- Il mercato della pasta secca per tipologia distributiva: 2003 (gdo, tradizionale, hard discount...in %)
- La conoscenza spontanea e sollecitata della pasta secca: 2003 (in %)
- I principali influenti d'acquisto della pasta secca: 2003 (Prezzo, marca, qualità...in %)
- Box: La metodologia e il campione per la raccolta delle rilevazioni
- I consumi di pasta secca per fasce di età: 2003 (in %)
- Gli investimenti pubblicitari nella pasta secca per medium: 2003 (in % sul valore)
- I fattori di successo della pasta secca: 2003 (indice 0-100)

Articolo

Largo Consumo 3/2004 pg 77

Canali anche interni per la pasta Zara

Zara è il secondo produttore di pasta in Italia dopo Barilla. Ogni giorno, gli impianti di Cstelfranco Veneto producono ... tonni di pasta, destinate all'export per il ...% e il ...% della produzione è convertito in private label o è consumato nei canali della ristorazione commerciale. Nel 2003 il fatturato stato di ... milioni, e l'obiettivo è quello di accrescere la il peso dei consumi interni sul fatturato, portandoli al ...% entro il 2006, di qui l'accordo con Coop...continua...

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La crescita del fatturato del pastificio Zara: 2001-2003 (in milioni di euro)

Notizia

Largo Consumo 2/2004 pg 31

Le vie del pomodoro

Filiere: Dalle sementi, agli agrofarmaci, per arrivare al consumo: ripercorriamo le tappe della più significativa tra le conserve vegetali, che vanta una domanda ancora robusta e un export degno di nota.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I canali di vendita delle conserve di pomodoro: 2003 (Iper, Super, Superette in %)
- Il mercato delle conserve di pomodoro: 2003 (arricchito, concentrato, passato, pelato, polpa in %)

Articolo

Largo Consumo 1/2004 pg 57

Barilla in partnership per la pasta

Barilla ha insediato in Messico un nuovo stabilimento realizzato al ...% con il locale Grupo Herdez...Continua...
Notizia

Largo Consumo 1/2004 pg 159

Barilla investe in panetteria

La controllata di Barilla Kamps punta a rafforzare la propria posizione in Europa con un programma di investimenti su marchi prodotti e strutture per un totale di 300 milioni di euro.
Notizia

LA PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo 9/2005 pg 65

Pasta Rummo a Lenta Lavorazione, piccolo lusso quotidiano

Focus: L'azienda – leader nella produzione di pasta di alta qualità per conto delle più grandi catene di distribuzione nazionali e internazionali – lancia sul mercato un prodotto a proprio marchio: la pasta Rummo a Lenta Lavorazione.
Comunicazione di impresa – Serie "[I Focus](#)"

Largo Consumo 5/2005 pg 64

Corticella - Qualità, esperienza, affidabilità premiano il co-packer n.1 nel mercato della pasta

I Profili: Parte del Gruppo Euricom, Corticella è leader nella fornitura di private label per alcuni tra i maggiori retailer in Italia e nel mondo: un ruolo che intende rafforzare all'insegna di qualità, servizio e know-how produttivo.
Comunicazione di impresa – Serie "[I Profili](#)"

Largo Consumo 5/2005 pg 26

Unilever Italia Divisione Foods

Profili: Dopo il successo della Bruschetteria, l'azienda lancia i Sughi di Casa Bertolli: una gamma premium che coniuga la qualità degli ingredienti tradizionali e la creatività delle ricette, insaporite dall'olio extravergine Bertolli.
Comunicazione di impresa – Serie "[I Profili](#)"

Largo Consumo 6/2005 pg 33

Antica pasteria- Agilo 250: a tavola con piacere, senza rinunce

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

Mercato Italia - Agroalimentare 4/2005 pg 88

Perla

Le schede aziendali: Fra i fondatori del vero pesto genovese, l'azienda ha puntato, fin dalla nascita, sulla qualità, genuinità e naturalità di prodotto: elementi che, da sempre, le vengono riconosciuti soprattutto da un mercato di nicchia, di fascia medio-alta.
Comunicazione di impresa – Serie "[Le schede aziendali](#)"

Mercato Italia - Agroalimentare 4/2005 pg 87

Pan D'Este

Le schede aziendali: Con la fine del 2003, l'offerta di Pan d'Este è stata ulteriormente qualificata dal lancio dei Grissani alle olive verdi e rosmarino, croccanti e gustosi, e del Buon Pane Morbido, che nasce da una forma intera di pane da 400 grammi tagliata a fette, ideale per essere consumata come accompagnamento di molti piatti, per gustosi spuntini o tostato.
Comunicazione di impresa – Serie "[Le schede aziendali](#)"

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 110

Alibert – La qualità Alibert raggiunge l'eccellenza

Spot: Alibert punta sulla qualità con la sua nuova linea di pasta fresca, a conferma della sua passione per l'artigianalità, confermata dal conseguimento della certificazione Uni en Iso 9001:2000
Comunicazione di impresa – Serie "[Gli Spot](#)"

Largo Consumo 1/2005 pg 24

Moriondo – Impianti completi per pastifici

1/1Qc - Impianti per: Paste precotte, paste fresche, piatti pronti.
Pubblicità - "[Tabellare](#)"

Largo Consumo 10/2004 pg 36

Schar – Naturalmente senza glutine

Grazie ai prodotti senza glutine Schar, le persone che devono seguire una dieta senza glutine possono mangiare come tutti noi: pane, pasta, pizza biscotti e dolci. Statisticamente, 1 persona su 150 soffre di intolleranza al glutine, (celiachia), ma solo il 10% lo sa!

Pubblicità - "[Tabellare](#)"

Largo Consumo 7-8/2004 pg 90

[Accademia 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 Accademia 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 6/2004 pg 172

[Grondona – Secondi a nessuno](#)

1/1Qc – Tecnologie innovative e qualità di sempre caratterizzano Grondona, che progetta e realizza linee automatiche continue per la produzione di tutti i formati di pasta.

Pubblicità - "[Tabellare](#)"

Largo Consumo 4/2005 pg 27

[Il Pastificio F.lli Pagani: alta qualità di filiera per un grande assortimento](#)

Focus: Il successo del pastificio di Rovato deriva dal suo impegno costante nel produrre e valorizzare la pasta fatta secondo l'antica tradizione italiana. I suoi punti di forza sono la potenzialità produttiva, l'innovazione di prodotto, la flessibilità nel packaging e labelling personalizzato e il completo controllo di processo. L'azienda è anche attiva nella sponsorizzazione sportiva, nella veste di fornitore degli atleti.

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