



Documento in **versione interattiva**:  
[www.largoconsumo.info/102006/PL-1006-010.pdf](http://www.largoconsumo.info/102006/PL-1006-010.pdf)

## PASTA FRESCA



### Costi del Percorso di lettura:

€ 126,00 (comprensivo iva) - non abbonati

€ 76,50 (comprensivo iva) - abbonati

### Costi dei singoli titoli:

<http://www.largoconsumo.info/Largoconsumo/fixed/largoconsumo/pagine/diffusione.asp#Costi>

Per ordini: [diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it](mailto:diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it)

Aggiornato a: Largo Consumo 10/2006 e supplementi

Rif: PL-1006-010

### RIFERIMENTI:

Il sommario di tutti i Percorsi di lettura di Largo Consumo  
è **scaricabile** all'indirizzo [WWW.LARGOCONSUMO.INFO/PERCORSI](http://WWW.LARGOCONSUMO.INFO/PERCORSI)

### 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

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

#### 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. Al manager intervistato viene chiesto, in esclusiva per il proprio mercato di appartenenza, di fornire una rappresentazione dell'andamento del comparto, forte della propria esperienza professionale e del posizionamento della propria azienda. Ogni intervista è affiancata da una scheda mercato a cura della redazione, che riporta i principali indici del settore come i volumi e i valori della produzione industriale, le tipologie produttive, l'import/export, il rank dei produttori e marche, investimenti, consumi, ecc.

#### **OSSERVATORIO D'IMPRESA:**

Leggi le case history  
di [COMUNICAZIONI  
D'IMPRESA](#) e  
[PUBBLICITÀ](#) di  
Aziende e Organismi  
attivi nei mercati  
considerati in questo  
Percorso di lettura  
**selezionati** da  
*Largo Consumo*



**CONTENUTI EDITORIALI:**

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n° pagina 28, lunghezza 2 pagine

**Un ripieno di innovazione**

Pasta fresca: la pasta fresca, dalla fine degli anni Ottanta a metà degli anni Novanta, ha avuto un notevole sviluppo, con tassi di crescita annui del ...%. Negli ultimi dieci anni si è registrato un rallentamento fisiologico della crescita, comunque significativa: se prendiamo il segmento maggiore, vale a dire la pasta ripiena, i volumi sono passati da .. tonnellate del 1995 a circa .. tonnellate.

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

- L'andamento del mercato della pasta fresca: 2003-2005 (in tonnellate e milioni di euro)

- La pasta fresca nel canale moderno: 2005

**Citati:**

Alibert, Bmc, Buitoni, Fini, Fior di ripieno, Gioiaverde, Gran Ripieni, I Classici Rana, Il Pastaio di Maffei Savino, L Capital, Le conserve della nonna, Lo sciatto, Lvmh, Malgara Chiari&Forti, Nonna Amelia, Paf, Pastificio Avesani, Rana Giovanni, Sfogliagrezza, Sfogliavelo Rana, Unipi, Voltan  
Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n° pagina 119, lunghezza 1/3 di pagina

**Sul web Buitoni stimola la fantasia**

È sufficiente andare sul sito e registrarsi per partecipare da casa a vere e proprie lezioni di cucina e imparare a realizzare tante ricette.

**Citati:**

Buitoni  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 53, lunghezza 1/5 di pagina

**L'export supera i consumi di pasta**

La pasta, da piatto nazionale a prodotto da esportazione. Così, oltre il ...% della pasta prodotta in Italia, oltre ... milioni di tonnellate sui ... milioni prodotti, ha varcato nel 2005 i nostri confini, a fronte di un consumo interno stabile sui ... milioni di tonnellate.

Notizia

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

**Joint venture per il marchio Fini**

L Capital, fondo sponsorizzato dal gruppo francese Lvmh di Bernard Arnault, attivo nell'agroalimentare italiano tramite l'emiliana "Le Conserve della Nonna", ha creato una joint venture con Malgara Chiari & Forti per lo sviluppo del marchio modenese Fini.

**Citati:**

Arnault Bernard, Caldo Caldo, Fini, Gico, L Capital, Le Conserve del Nonna, Lvmh, Malgara Chiari & Forti, Oio, Paf, Topazio  
Notizia

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 4/2006, n° pagina 93, lunghezza 1 Pagina

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

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 2.534 e i 5 milioni di euro.

**Citati:**

Alberto Poiatti spa, Alibert spa, Antonio Amato & C. Molini, Barilla G. e R. Fratelli spa, Canuti srl, Carmine e Giulio Russo di Nicola spa, Dali spa, Dallari Nino & Figli srl, De Matteis Agroalimentare spa, Domenico Paone Fu Erasmo. spa, F. Divella spa, F.lli De Cecco di Filippo -, Fabfin spa, Fara San Martino spa, Fini srl, Fresco Gel srl, Geba srl, Gela srl, Giordani spa, Grandi Forni srl, Ind. Alim. Colavita - Ind.Ai.Co. spa, Industria Alimentare Ferraro srl, Industrie Alimentari Molisane srl, Italfood Ala srl, Italgnocchi srl, Jolly Sgambaro srl, Liguori Pastificio dal 1820 spa, Mafin spa, Mangimifici spa, Molino e Pastificio De Cecco spa, Molino e Pastificio Tomasello srl, Monder Aliment srl, Monte Regale spa, Nuova Orsa Maggiore srl, P.A.D. Prod. Alim. Distribuzione spa, Pagani Industrie Alimentari spa, Pam Dotti Alimentari srl, Past. Oleif. Mangimificio Bianconi spa, Pasta Combattenti spa, Pasta Granoro srl, Pasta Zara 2 spa, Pastifici In Salerno spa, Pastificio Ambra di Puglia spa, Pastificio Andalini srl, Pastificio Attilio Mastromauro -, Pastificio Avesani srl, Pastificio Cerati srl, Pastificio De Sortis srl, Pastificio di Chiavenna srl, Pastificio Fabianelli spa, Pastificio Fazion spa, Pastificio Fratelli Pagani spa, Pastificio Gallo Natale & F.lli srl, Pastificio Granarolo spa, Pastificio Guido Ferrara srl, Pastificio Le Mantovanelle srl, Pastificio

Proposte editoriali sullo stesso argomento:



**Titolo SICUREZZA, CERTIFICAZIONE E TRACCIABILITÀ DELLA FILIERA AGROALIMENTARE**  
- Percorso di lettura  
**Codice** [PL-0306-013.pdf](http://PL-0306-013.pdf)  
**Edizione** 03/2006  
**Editore** Editoriale Largo Consumo



**Titolo ATTREZZATURE E TECNOLOGIE PER L'INDUSTRIA ALIMENTARE**  
- Percorso di lettura  
**Codice** [PL-0706-015.pdf](http://PL-0706-015.pdf)  
**Edizione** 07/2006  
**Editore** Editoriale Largo Consumo



**Titolo PASTA SECCA**  
- Percorso di lettura  
**Codice** [PL-1006-009.pdf](http://PL-1006-009.pdf)  
**Edizione** 10/2006  
**Editore** Editoriale Largo Consumo



Lucio Garofalo spa, Pastificio Mennucci spa, Pastificio Panda srl, Pastificio Rana spa, Pezzullo Molini Pastifici, Poiatti spa, Poloartica srl, Raviolificio Bertarini spa, Tandoi Filippo e Adalberto Fratelli srl, Tomadini Pastificio srl, Valdigrano di Flavio Pagani srl, Voltan spa, Zanellini spa, Zini Prodotti Alimentari srl  
Tabella o Grafico

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 4/2006, n° pagina 52, lunghezza 1,8 di Pagina

### **I risultati delle principali imprese agroalimentari (food e beverage) in Italia: 2003-2004: Pasta**

I ricavi complessivi dell'industria italiana della pasta nel 2004 sono stati di ...miliardi di euro (+...%). Le vendite all'estero sono aumentate a ...miliardi (+...%), in recupero rispetto alla flessione del 2003.

#### **Citati:**

Barilla, Caseificio Piana del Sole, De Cecco, Divella, Nestlé, Pastificio Guacci, Pastificio Pezzullo, Pastificio Rummo, Pastificio Zara, Pastificio Rana, Tmt  
Notizia

*Mercato e Imprese*, fascicolo 2/2006, n° pagina 54, lunghezza 1,3 Pagine

### **Efficienza in portafoglio**

Mercato&Imprese ha si è fatto presentare un panorama del settore della pasta fresca ripiena da Franco Zanasi, presidente di Alibert, una delle aziende leader nel campo. Un calo dei consumi sembra essere più a valore che a volumi: ciò si spiega con l'aumento della pressione promozionale. L'intensity index è rimasto saldamente sopra quota ...%.

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

- Dimensione/trend del mercato pasta fresca ripiena (2004-novembre 2005)
- Dimensione/trend del mercato pasta secca ripiena (2004-novembre 2005)
- La produzione di pasta fresca industriale e fatturato complessivo: 2004
- Pasta fresca ripiena: allocazione geografica, tipologia negozio, importanza segmenti
- Pasta fresca ripiena: volumi (tonnellate) e valore (mln euro) 2003-2004
- Pasta secca ripiena: allocazione geografica, tipologia negozio, importanza segmenti
- Profilo dei consumatori di pasta fresca ripiena (2004-ottobre 2005)
- Rank dei produttori/marche di pasta fresca ripiena
- Rank dei produttori/marche di pasta secca ripiena

#### **Citati:**

AcNielsen, Alibert, Barilla, Brc, Buitoni, Ciccarese, Fini, Gfk Iha Italia, Monder, Paf, Pagani, Rana, Sgs, Sital, Slow Food, Unipi, Voltan, Zanasi Franco  
Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 37, lunghezza 2,3 pagine

### **I principi della pasta**

Qualità alimentare: Qualità alimentare: l'insistenza sulla qualità dei processi di lavorazione costituisce uno degli assi nella manica di questo comparto portabandiera del made in Italy.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Box: Il comparto della pasta in cifre
- [Il comparto del primo piatto: anno terminante giugno-luglio 2004](#)
- [Pasta di qualità: gli elementi](#)

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2005, n° pagina 23, lunghezza 5,3 pagine

### **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.

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

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

#### **Citati:**

Federvini, Ice, Istat, Unipi



Articolo

*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* 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



**COMUNICAZIONE D'IMPRESA:**

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n° pagina 29, lunghezza 2/3 di pagina

**[P.A.C. Prodotti Agroalimentari Carbone - Orecchiette fresche sottili pronte in due minuti: una novità assoluta](#)**

Focus: Il Pastificio Carbone offre al consumatore un alimento di qualità, buono e naturale, in una vasta gamma di formati che spaziano da quelli tipici della tradizione meridionale a quelli propri dell'arte gastronomica nazionale e ha da poco lanciato sul mercato le "Orecchiette sottili" caratterizzate da due plus: da un lato i brevissimi tempi di cottura, dall'altro la forma e il gusto, sempre più vicini a quelle fatte a mano.

**Citati:**

"Terra e Sole", Gaudianello, Pastificio Carbone  
Comunicazione di impresa – Serie "**[I Focus](#)**"

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 6, lunghezza 1 pagina

**[Sial D'Or – I Pensierini, pasta fresca ripiena pensata appositamente per i bambini](#)**

Gli Speciali tematici - Con la sua linea di pasta fresca ripiena denominata "Pensierini", Buitoni ha confermato di saper individuare sempre nuovi bisogni e nuovi trend di consumo, offrendo soluzioni che coniugano qualità e innovazione. Pensati per stuzzicare l'appetito dei più piccoli in modo nuovo ogni giorno, con mini forme e ripieni semplici e gustosi, i Pensierini offrono concreti benefici sia al consumatore, sia al trade moderno.

Comunicazione di impresa – Serie "**[Gli Speciali Tematici](#)**"

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 89, lunghezza 1/3 di pagina

**[Alibert - Qualità e immagine al top](#)**

Spot: ricetta ancora più saporita per i nuovi Tortellini al Prosciutto Crudo, formato ancora più grande e appetitoso per i Tortelloni con Ricotta e Spinaci: ecco le due novità che si affiancano alle altre specialità di pasta secca ripiena Alibert.

**Citati:**

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

*Mercato e Imprese*, fascicolo 2/2006, n° pagina 90, lunghezza 1 Pagina

**[Alibert](#)**

Le schede aziendali: fondata nel 1967 e specializzata nella produzione e distribuzione di pasta, in particolare fresca e ripiena. Alibert si è confermata in crescita anche nel 2005 e protagonista nel proprio mercato in Italia e all'estero. Importanti e ambiziosi sono gli obiettivi per il 2006. In Italia punta a incrementare il fatturato, migliorando la marginalità. All'estero, l'acquisizione di nuovi clienti e la penetrazione in nuovi Paesi. (sono 35 quelli attuali).

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

- Le performance di Alibert. Pasta fresca ripiena - totale mercato super+iper

**Citati:**

Alibert, Brc, Marengo Gianmichele, Michelato Maurizio, Nielsen, Sgs, Tronchin Renato, Zanasi Franco  
Comunicazione di impresa – Serie "**[Le schede aziendali](#)**"



Percorso di lettura a cura di Largo Consumo  
Rivista di economia a marketing sulla filiera dei beni di consumo

[www.largoconsumo.info](http://www.largoconsumo.info)

**PUBBLICITÀ TABELLARE:**

*Largo Consumo* 1/2005 pg 24

[Moriondo – Impianti completi per pastifici](#)

1/1Qc - Impianti per: Paste precotte, paste fresche, piatti pronti.

Pubblicità - "[Tabellare](#)"