

Percorsi di lettura
 Periodico di economia a marketing sulla filiera dei beni di consumo
 Reg. Trib. Mi. n. 268 del 24/04/08
Tamburino - www.largoconsumo.info



Documento in **versione interattiva:**
www.largoconsumo.info/102010/PL-1010-001.pdf

OLIO DI OLIVA



Costi del Percorso di lettura:

€ 130,00 (comprensivo iva) - non abbonati
 ABBONATI: Clicca su "Leggi questo articolo" per visualizzarne il contenuto

[Clicca qui per i costi dei singoli titoli](#)

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo 10/2010 e supplementi
 Rif: PL-1010-001

Aggiornamenti:

Verifica la disponibilità di un'[edizione più aggiornata](#) di questo Percorso di lettura.

Se non sai cosa sia un Percorso di lettura, trovi una spiegazione alla pagina www.largoconsumo.info/percorsi

LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA

E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

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.

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

Rapporto sullo stato delle imprese

Osservatorio D'Impresa

Leggi le **case history** di comunicazioni d'impresa di Aziende e organismi attivi nei mercati considerati in questo Percorso di lettura **selezionati** da *Largo Consumo*

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

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:

I CONTENUTI EDITORIALI:

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2011, n°pagina 40, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Una battaglia fra prezzo e qualità

Olio di oliva: Il massiccio ricorso alla promozionalità penalizza il comparto dell'olio di oliva. Le aziende di marca, per avere marginalità devono puntare su una segmentazione di gamma nelle fasce premium, dovendo però destreggiarsi in uno scaffale troppo affollato. Queste alcune problematiche del settore, di cui abbiamo discusso con Maria Flora Monini, direttore delle relazioni esterne dell'omonima azienda.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Dimensione/Trend del mercato – Olio d'oliva
- Dimensione/Trend del mercato – Olio extra vergine
- Olio d'oliva a marchio del distributore – Quote % di mercato
- Olio d'oliva: investimenti netti in pubblicità

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: AcNielsen, Assitol, Confindustria Perugia, Dop Umbria, Findim, Granfruttato, Monini Maria Flora, Nielsen Media Research, Nielsen TradeMis, Oli premium Monini, Plma

Largo Consumo, fascicolo 4/2011, n°pagina 48, lunghezza 1/2 di pagina - estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Olio: il punto di vista di Biagio Mataluni, presidente di Dante-Oleifici Mataluni

Presidente, qual è oggi il vissuto dell'olio italiano in Europa? Qual è la debolezza storica del comparto? Parlando di retail, qual è la sua visione dello scenario europeo? Informazione contenuta nell'articolo "Il cibo italiano che piace in Europa".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Questa è una estrapolazione. Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2010, n°pagina 42, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Sull'olio la recessione barcolla

Olio di oliva: La crisi c'è e si vede. Ma non sempre batte forte e specialmente i prodotti sacri del made in Italy e del mangiare mediterraneo, i pilasti della nostra tavola, rimangono relativamente al riparo, come una cosa giustamente sacra, intoccabile. Ecco cosa ne dice Maria Flora Monini, la responsabile della comunicazione di uno dei più noti oleifici italiani.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Dimensione/Trend del mercato - Olio di oliva
- Dimensione/Trend del mercato - Olio di oliva vergine e extravergine
- Olio di oliva a marchio del distributore - Quote % di mercato
- Olio di oliva: investimenti netti in pubblicità

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)



Titolo: **Agroalimentare nel Mezzogiorno- Codice PL-0408-001**

Edizione: 4/2008

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/042008/PL-0408-001.pdf



Titolo: **Le politiche di valorizzazione e tutela dei prodotti alimentari tipici - Edizione PL-0510-002**

Edizione: 5/2010

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052010/PL-0510-002.pdf



Titolo: **Sicurezza, certificazione e tracciabilità della filiera agroalimentare - Edizione PL-0310-002**

Edizione: 3/2010

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/032010/PL-0310-002.pdf

Citati: AcNielsen, Bonomelli, Consumers´ Forum, F.lli Carli, Festival dei Due Mondi di Spoleto, Iri, Monini Maria Flora, Monini oleificio, Nielsen Media Research, Nielsen TradeMis, Plma di Amsterdam, Salov, Sos cuetara

Largo Consumo, fascicolo 10/2010, n°pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Alimentare: analisi dei consumi Cia e rilevazioni Ismea sulla fiducia nell'industria del settore

Notizie in corso: Secondo la ricerca Cia-Confederazione italiana agricoltori, elaborata su dati Istat e Ismea, una famiglia su tre è costretta a tagliare gli acquisti alimentari, mentre il 30 % è obbligato a comprare prodotti di qualità inferiore. Torna l'ottimismo tra le imprese dell'industria alimentare italiana. Lo rileva l'Ismea: l'indice del clima di fiducia del settore ha toccato, nel terzo trimestre 2010, il livello più elevato da settembre 2007.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 9/2010, n°pagina 37, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

L'oro di Puglia

Olio: Con una produzione di .. mln di quintali di olio, il distretto pugliese dà origine al ..% della produzione mondiale, al ..% di quella comunitaria e al ..% di quella nazionale. Ma quali sono i criteri per riconoscere un buon olio e perché l'olio pugliese è tra i migliori? Il regolamento Ce .../.... risponde con tre aggettivi: amaro, profumato e piccante, tutti parametri presenti nelle varietà di olio pugliese, che detiene anche il primato nell'export, soprattutto verso l'Estremo Oriente.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- L´olivicoltura in Puglia

Allegati:

- [Leggi questo articolo](#)

Citati: Ancel Keys, Campanale Carmela, Consorzio oliveti d´Italia, Dentamaro, Dentamaro Nicola, Desantis Gianfranco, Di Sabato Raffaele, Milanese Matteo, Occhinegro Massimo, Olearia Clemente, Olearia Desantis, Oleificio Cooperativo Goccia di Sole, OlivAsia 2008, Ordine dei tecnologi alimentari della Puglia, Pantaleo, Regolamento Ce 1019/2002, Regolamento Ce 182 del 6 marzo 2009, regolamento Ce 640/2008, Ruggiero Nicola

Largo Consumo, fascicolo 7/2010, n°pagina 92, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Aerei: ridotte le restrizioni sui liquidi nei bagagli

L'annuncio del fatto che la Commissione europea abolirà, a partire dal 2013, le restrizioni imposte per i liquidi nel bagaglio a mano dei passeggeri degli aerei è stata accolta favorevolmente da Coldiretti, poiché il provvedimento è destinato ad avere effetti positivi sugli acquisti di souvenir alimentari italiani. Infatti l'Italia, leader nella qualità di prodotti alimentari e bevande, è stato il Paese europeo a essere maggiormente penalizzato dai vincoli posti ai passeggeri aerei.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Coldiretti



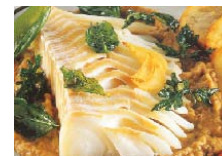
Titolo: Sottoli e sottaceti - Edizione PL-0409-003

Edizione: 4/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

[www.largoconsumo.info/042009/PL-0409-003.p
df](http://www.largoconsumo.info/042009/PL-0409-003.pdf)



Titolo: Conserve ittiche - Edizione PL-0510-003

Edizione: 5/2010

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

[www.largoconsumo.info/052010/PL-0510-003.p
df](http://www.largoconsumo.info/052010/PL-0510-003.pdf)



Titolo: Conserve vegetali - Edizione PL-1009-003

Edizione: 10/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

[www.largoconsumo.info/102009/PL-1009-003.p
df](http://www.largoconsumo.info/102009/PL-1009-003.pdf)

Largo Consumo, fascicolo 7/2010, n° pagina 108, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Il vino viaggia con Bottle Box

FedEx Express, il più grande corriere aereo espresso a livello mondiale, ha lanciato sul mercato un'innovativa soluzione di packaging per agevolare il trasporto di bottiglie e farle viaggiare in sicurezza verso destinazioni internazionali. Pensato per il mercato del vino e dell'olio di oliva, questo packaging, realizzato in cartone e film plastico protettivo, si stacca facilmente e si assembla in pochi secondi.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Bottle Box, FedEx Express

Largo Consumo, fascicolo 6/2010, n° pagina 68, lunghezza 1/10 di pagina - estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Olio di oliva: i consumi delle famiglie italiane nel 2009

In crescita i consumi di olio di oliva nel 2009, con una penetrazione nelle famiglie italiane pari circa al ..%, con in testa gli extra vergine, con .. litri pro capite, seguiti da . litri pro capite degli altri oli d'oliva, per un valore complessivo di oltre ... milioni di euro l'anno per circa ... milioni di litri.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 6/2010, n° pagina 105, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Sagra cambia logo, bottiglie ed etichette

L'olio Sagra rinnova completamente la sua immagine con un nuovo logo, una nuova bottiglia e una nuova etichetta. Il logo, caratterizzato da un lettering attuale e linee grafiche più essenziali, vuole esprimere una personalità fresca e distintiva, un tratto che da sempre contraddistingue l'olio Sagra. Le bottiglie sono contraddistinte da un design raffinato. Il layout delle etichette è razionale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Sagra

Largo Consumo, fascicolo 6/2010, n° pagina 117, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

I carabinieri Nas assaggiano l'extravergine

Si è concluso con la consegna dei diplomi di assaggiatori di olio extravergine di oliva a .. carabinieri dei Nas il corso di secondo grado realizzato da Unaprol con la collaborazione di Apol Lazio. Il corso ha permesso l'iscrizione dei carabinieri nell'albo nazionale degli assaggiatori degli oli di oliva con lo scopo di rafforzare la capacità di contrasto dell'Arma dei Carabinieri nella lotta alle frodi nel settore agroalimentare.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Apol Lazio, Arma dei Carabinieri, Nas, Nuclei antisofisticazione e sanità, Unaprol



Titolo: Contraffazioni di prodotto - Edizione PL-0410-007

Edizione: 4/2010

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/042010/PL-0410-007.pdf



Titolo: Marginalità della filiera agro-zootecnica - Edizione PL-0110-009

Edizione: 1/2010

Editore: Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/012010/PL-0110-009.pdf



Titolo: Distretti industriali agroalimentari italiani - Codice PL-1110-001

Edizione: 11/2010

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/11201/PL-1110-001.pdf

Largo Consumo, fascicolo 5/2010, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Indagine Ismea: rilevazione prezzi agricoli maggio 2010 - Guadagnano ortaggi, legumi, lattiero-caseari; in flessione frutta, vini e carni

Notizie in corso: in maggio l'indice Ismea dei prezzi alla produzione delle commodity agricole calcolato in base 2000=100, è stato pari a 107 in diminuzione rispetto ad aprile (-0,3%) ed invariato rispetto a maggio 2009. Su base mensile l'Ismea rileva un aumento dell'1,2% per il totale delle coltivazioni, mentre il comparto zootecnico perde l'1,8%. Il confronto con maggio 2009 evidenzia invece una flessione dell'indice relativo alle coltivazioni (-2,4%) mentre recupera quello zootecnico (+2,2%).

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2010, n° pagina 47, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Monini sbarca in Francia

In un anno che ha visto Monini incrementare la propria quota di mercato sia a volume sia a valore arrivando a superare una marca storica come Bertolli e a posizionarsi al secondo posto tra gli extravergini di oliva a un solo punto da Carapelli, l'azienda sbarca sul mercato francese. Data infatti poche settimane l'accordo siglato a Parigi, operativo da marzo, con Lesieur, leader indiscusso dell'olio in Francia, per entrare nella distribuzione del Paese transalpino.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Bertolli, Carapelli, Gran Fruttato, Iri-Infoscan, Lesieur, Monini

Largo Consumo, fascicolo 5/2010, n° pagina 83, lunghezza 1/3 di pagina - estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Il costo di una dieta tipo settimanale in Italia: dicembre 2009

Quantità e costo settimanale per alimento. Variazioni percentuali dal dicembre 2008 al dicembre 2009. Informazione contenuta nell'articolo "Mangiare bene quanto ci costa?".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Questa è un'estrpolazione, vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2010, n° pagina 122, lunghezza 1/9 di pagina - estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

La cooperazione agroalimentare di Legacoop: 2009 (in n. e mln di euro)

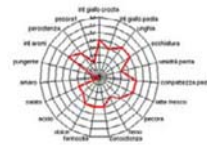
Settori: forestale, ortofrutta, oleario, lattiero-caseario, vitivinicolo, carne, seminativi. Informazione contenuta nell'articolo "La cooperazione dà buoni frutti".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Questa è un'estrpolazione, vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -



Titolo: **Analisi sensoriale - Edizione PL-0709-001**

Edizione: 7/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/072009/PL-0709-001.pdf



Titolo: **Flos Olei 2010 - Guida ai migliori extravergine del mondo.**

Edizione: 5/2010

Editore: Fondazione Qualivita

Link:

www.largoconsumo.info/052010/BRLC0510-Bibliio.pdf



Titolo: **Rapporto 2009 sulle produzioni agroalimentari italiane Dop Igp Stg**

Edizione: 5/2010

Editore: Ipsoa

Link:

www.largoconsumo.info/052010/BRLC0510-Bibliio.pdf

Largo Consumo, fascicolo 4/2010, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Coldiretti: niente ticket su olio e vino del contadino

Notizie in corso: Tutte le attività svolte dalle imprese agricole comprese quindi la produzione aziendale di vino, formaggi, olio, salumi e marmellate sono state escluse dal pagamento del "ticket" per i controlli sanitari che avrebbe messo a rischio lo sviluppo di una opportunità sempre piu' apprezzata dai consumatori.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2010, n° pagina 101, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

A favore dell'olio d'oliva

L'olio d'oliva è non soltanto un prodotto storico dell'agroalimentare italiano, ma anche ingrediente principe di una dieta sana ed equilibrata. Per questo, il Ministero per le Politiche agricole ha lanciato una campagna di informazione sulle reti televisive e radiofoniche Rai dedicata alla valorizzazione dell'olio extravergine di oliva. Lo spot introduce lo spettatore alla conoscenza e alla degustazione dell'olio extra vergine di oliva italiano.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Bernini Franco, Lowe Pirella-Fronzoni, Ministero per le Politiche Agricole, Odierna Paride, Rai, Romei Roberto

Largo Consumo, fascicolo 2/2010, n° pagina 5, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Olio: alta qualità per non scivolare

Monini: Il marchio umbro dell'extravergine si impegnerà affinché il nuovo protocollo "Alta Qualità" abbia un riconoscimento dal Ministero delle Politiche Agricole. Sarebbe un importante traguardo per valorizzare un prodotto spesso bistrattato. La stessa Confagricoltura ha avallato l'iniziativa, in quanto messa in atto da una struttura di filiera integrata, dove la collaborazione tra produttori e grandi marche può assicurare un impatto significativo ed efficace sul mercato mondiale.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Monini in cifre: novembre 2009

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Bertoli, British Retail Consortium, Carapelli, Cno (Consorzio nazionale olivicoltori), Confagricoltura, Consorzio di garanzia dell'olio extravergine di qualità, Csqa, Di Rollo Claudio, Ferrarese Mariachiarra, International Food Standard, Iso 9001:2000, Meloni Mauro, Ministero delle Politiche Agricole, Monini, Q verde, Simei-Enovitis, Zefferino Monini

Largo Consumo, fascicolo 2/2010, n° pagina 17, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Qualità per barattoli e scatolette

Olio: L'uso dell'olio d'oliva, anche extravergine, nell'industria conserviera si sta diffondendo per rispondere alle esigenze dei consumatori, attenti alla salute. E' solo negli ultimi tempi, infatti, che si sono moltiplicati gli studi volti a migliorare la qualità delle produzioni sott'olio. Non che prima difettassero le attenzioni per la qualità del prodotto finale, ma oggi, tuttavia, si sta andando oltre, puntando dritti al conseguimento di una qualità a più ampio raggio.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Anicav (Associazione nazionale industriali conserve alimentari e vegetali, Calzolaro Nicola, Centro di Ricerche per l'industria olearia (Criol), Costa d'Oro, Criol, Extravergine Bosana, Fassitelli Valerio, Fenaroli Alessandro, Fratelli Pinna, Giacinto Callipo Conserve Alimentari, Istituto di Scienze Gastronomiche, Mataluni, Mataluni Biagio, Neglia Angela, Pinna Antonella, Romeo Cinzia, Università degli Studi di Napoli Federico II



Libri, spazi per le idee.

Titolo: Prodotti tipici e turismo. La domanda, i canali e le opportunità per le imprese

Edizione: 6/2009

Editore: Egea

Link:

www.largoconsumo.info/062009/BRLC0609-Bibliio.pdf



Titolo: Entra a far parte del social network dedicato ai professionisti del largo consumo su LinkedIn, con centinaia di manager dell'industria, della distribuzione e dei servizi collegati!

Link:

www.linkedin.com/groups?mostPopular=&gid=2536036

Spazio pubblicitario disponibile

Per la segnalazione di Report, Studi, Documenti d'impresa e Comunicazioni aziendali di prodotto in questa rubrica:

Servizio Pubblicità e Comunicazione di impresa

E.mail:

pubblicita@largoconsumo.it

Largo Consumo, fascicolo 1/2010, n° pagina 69, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

[Una campagna ufficiale per l'extravergine](#)

L'obiettivo di valorizzazione del patrimonio dell'olio extravergine di oliva è al centro di un'iniziativa recentemente lanciata dal Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali, che ha indetto una gara per una campagna di comunicazione finalizzata a sottolineare l'importanza del prodotto sotto il profilo nutrizionale e qualitativo, ma anche per il suo valore culturale e per il legame con il territorio.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Leggi questa notizia](#)**

Citati: Fronzoni Alessio, Fronzoni Lowe Pirella, Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, Mipaf

Largo Consumo, fascicolo 1/2010, n° pagina 75, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

[Un premio all'etichetta](#)

ConTesta, agenzia di comunicazione e branding, si è aggiudicata il prestigioso premio Fedrigoni "Top Applications Award", piazzandosi al secondo posto nella categoria "packaging" con l'innovativa etichetta Arabesque realizzata per Atlas Olive Oils, uno tra i più importanti produttori di olio extravergine di oliva del Marocco. E' il secondo anno consecutivo che ConTesta viene premiata per le sue realizzazioni.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Leggi questa notizia](#)**

Citati: Arcelor Mittal, Atlas Olive Oils, ConTesta, Fendi, Laterza Editore, premio Fedrigoni

Mercato Italia Agro, fascicolo 6/2009, n° pagina 6, lunghezza n.d.

Tipologia: Tabella o Grafico

[La variazione dei prezzi al consumo dei principali generi alimentari: 2008-2009](#)

La variaz in % dei prezzi di Riso, pane, pasta, farine, biscotti, carni rosse e bianche, salumi, ittici, latte, formaggi e burro, uova, burro e olio, ortofrutta fresca e lavorata, frutta secca, gelati, cioccolato e cacao, confetteria, zucchero, caffè, tè e infusi, acque minerali, succhi di frutta, liquori, vini e birra.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Visualizza questo elemento](#)**

Citati: Federalimentare, Istat

Mercato Italia Agro, fascicolo 6/2009, n° pagina 31, lunghezza 1/5 di Pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[Il Roi per settore agroalimentare: 2007 \(in %\)](#)

La redditività degli investimenti (roi) relativamente i comparti: Aceto, Acqua, Alcolici, Analcolici, Birra, Caffè, Carni avicole, Conserve Ittiche, Conserve vegetali, Dietetici, Dolciario, Farine, Gelati, Infanzia, Lattiero caseari, Macellazione, Mangimi, Miele, Olio, Ortofrutticoli, Pane, Pasta, Pet food, Riso, Sale, Salumi, Salutistici, Succhi di frutta, Surgelati, Vino, Zucchero.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Visualizza questo elemento](#)**

Citati: Eurorating

Mercato Italia Agro, fascicolo 6/2009, n° pagina 31, lunghezza 1/5 di Pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Le prime 50 imprese agroalimentari per Roi: 2007 (in %)

I valori delle prime 50 imprese. Nelle prime posizioni, con roi superiore al ...% si trovano ... aziende ... sono le imprese con un roi tra il ...% e il ...%. Tra queste imprese ad alta redditività degli investimenti si trovano aziende di tutti i settori, tra le quali Ferrero, Roquette Italia....

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Agricola Tre Valli, Air Food srl, Ariete - Fattoria Latte Sano spa, Bio Nocciola srl, Birra Menabrea, Bonifanti srl, Caffè Aiello srl, Calzi srl, Cantina Vini Armani A. - Terre Dominici, Carnini, Carpes spa, Casa Vinicola Sartori, Chemifarma spa, Chimab spa, Continental Semences, Degral srl a socio unico, Ecb spa, Eurorating, Fine Foods N.T.M. spa, Fontaneto srl, Food System srl, Foss Marai spa, Haripro spa, Italatte, La Luisa Cioccolato srl, Lisa - Lav. Italiana Specialità Alimentari srl, Maccari srl, Mellin, Natura Nuova srl, Nuova Tort Uovo srl, Olearia del Garda spa, Pan Surgelati srl, Polenghi-Las, Real Frutta srl, Rispo - Alimenti Surgelati srl, Roquette Italia, S. Margherita spa, Sa.Re Salumificio Reggiano, Sabolio srl, Saca spa, Salumi Cinque Stelle, Salumificio Panzeri srl, Salvo srl, Specialità Alimentari srl, Star Stabilimento Alimentare, Stella Bianca spa, Superdistribuzione srl, Surgital S.P.A spa, Valman srl, Valsoia spa, Zenato Azienda Vitivinicola srl, Zuccato F.lli

Mercato Italia Agro, fascicolo 6/2009, n° pagina 31, lunghezza 1/5 di Pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La durata del magazzino per settore agroalimentare: 2007 (in giorni)

La dimensione delle rimanenze ha riflessi sia sullo stato patrimoniale sia sul conto economico. L'efficienza nella gestione del magazzino (prodotti finiti, materie prime e semilavorati) è misurata dal numero di giorni medi di scorta, cioè dal rapporto tra rimanenze e fatturato, moltiplicato per 360 giorni. La durata delle scorte è fortemente influenzata dalle caratteristiche del ciclo produttivo e della filiera.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Eurorating

Largo Consumo, fascicolo 12/2009, n° pagina 95, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Bunge sceglie i pallet Chep

Bunge, il più grande produttore ungherese di olio di semi, abbandona i pallet bianchi in interscambio e passa a Chep per soddisfare la domanda di unità annue. Una decisione che sottolinea le difficoltà attraversate dai produttori che utilizzano queste tipologia di pallet, difficoltà legate alla qualità dell'attrezzatura, alla perdita di unità e all'inefficienza complessiva del sistema di interscambio. Bunge ha deciso di passare a Chep anche per i vantaggi ambientali.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Bunge, Chep

Largo Consumo, fascicolo 11/2009, n° pagina 131, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Dell'olivo non si butta nulla

Utilizzare gli scarti di potatura della vite e dell'olivo per ricavarne calore ed energia elettrica: è questa l'idea alla base del progetto Mo.D.E.R.No, acronimo che sta per modello di distretto energetico rurale innovativo. Il progetto, che mette al centro il Consorzio Agrario di Siena in partnership con l'Università di Firenze ed è finanziato dalla Regione Toscana, consiste nello studio delle potenzialità relative alla costruzione e valorizzazione di una filiera legno-cellulosa.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Consorzio Agrario di Siena, Regione Toscana, Università di Firenze

Largo Consumo, fascicolo 10/2009, n°pagina 115, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Nasce la unit rossi e olio di De Cecco

Profili e carriere: Dopo anni di presenza sul mercato con prodotti quali olio, sughi pronti, pomodori e derivati, il gruppo De Cecco ha deciso di istituire una nuova business unit per il comparto rossi e olio e per dirigerla ha scelto Francesco Tabano, che dal 1999 è stato tra i protagonisti di performance di crescita in altre importanti aziende del settore food.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: De Cecco, Tabano Francesco

Largo Consumo, fascicolo 9/2009, n°pagina 123, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Unicoop e Carapelli prime in Toscana

Commercio e alimentare in testa nella classifica delle attività economiche in Toscana. Lo indica l'Annuario economico-.... della regione edito dal Centro Studi Economico e Finanziario Esg... Nell'analisi spiccano ai vertici, per i rispettivi comparti commercio e alimentare, le fiorentine Unicoop e Carapelli, l'una attiva nel mondo della distribuzione, l'altra nella produzione di olio di oliva.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Annuario economico 2009-2010, Arval Service Lease Italia, Carapelli, Castel del Chianti, Centro Studi Economico e Finanziario Esg89, Codifi Consorzio distribuzione fiorentino, Coop Italia, Ornellaia, Papesca, Salov Società lucchese olii e vini, Sammontana, Unicoop

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n°pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Olio d'oliva: perchè produrlo è sempre più difficile

Notizie in corso: Al convegno dell'Associazione dell'Industria Olearia, i primi dati del Monitoraggio sugli oli d'oliva e di sansa descrivono un settore in difficoltà a causa di ritardi tecnologici, concorrenza straniera sempre più agguerrita e nuovi oneri burocratici. Questa la previsione di ASSITOL, che oggi, a Roma, presentando il nuovo Monitoraggio degli oli d'oliva e di sansa, ha illustrato i risultati dello studio relativi ai primi quattro mesi dell'anno.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n°pagina 106, lunghezza 1/2 di pagina -
estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

La spesa delle famiglie italiane per generi alimentari

Oggi la spesa alimentare delle famiglie è pari in media a ... euro mensili, così suddivisi: ... euro per la carne; .. per frutta e ortaggi; .. per pane e pasta; .. per latte, uova e formaggi; .. per il pesce; .. per le bevande; .. per zucchero, dolci e caffè; .. per oli e grassi. Informazione contenuta nell'articolo "Pasta: un cibo a basso impatto".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Questa è un'estrapolazione, vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 6/2009, n° pagina 9, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

[Olio Dante di nuovo italiano](#)

L'avventura spagnola dell'olio Dante non è durata a lungo. Il marchio è tornato italiano insieme ad altri pezzi del nostro patrimonio industriale, i brand Minerva e Lupi, finiti nelle mani degli iberici di Sos Cuetàra che in questi anni avevano fatto man bassa di etichette storiche, come l'olio San Giorgio nell'operazione con cui lo scorso anno erano riusciti a acquisire Bertolli. Dante è costato nell'ordine dei .. milioni di euro sborsati dal gruppo campano Mataluni

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Aceti spagnoli Luit, Bertolli, Carapelli, Friol, Lupi, Mataluni, Maya, Minerva, Olio Dante, Olio San Giorgio, Sos Cuetàra

Largo Consumo, fascicolo 6/2009, n° pagina 85, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

[Nuovo look per i prodotti Carli](#)

Prossima al centenario, la Fratelli Carli di Imperia rinnova il packaging dei suoi prodotti in un'ottica di evoluzione nel rispetto della tradizione. Le bottiglie, i vasetti e le etichette dell'intera gamma dei prodotti saranno gradualmente sostituiti in un percorso di innovazione che si completerà nel .., anno del centenario della storica azienda ligure. Il progetto del nuovo packaging riguarderà forme, formati e naturalmente la veste grafica.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Fratelli Carli

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 29, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

[La salute è nel condimento](#)

Olio di oliva: Il dibattito sulle valenze salutistiche dell'extravergine si arricchisce. Intanto la Spagna lancia la sua sfida mondiale nel campo della ricerca. A parte la millenaria abitudine al consumo dei popoli che si affacciano sul Mediterraneo, il successo commerciale di questo alimento dipende in gran parte dalle ottime credenziali che si è guadagnato negli ultimi decenni. Il vero punto di forza è che non è un semplice condimento tra i tanti, ma un functional food.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Accademia delle Scienze dell'Urss, Ancel Keys, Berra Bruno, Biagi Pierluigi, Cancro: conoscerlo per imparare a sconfiggerlo, Cias - Congreso internacional sobre aceites de oliva y salud, Consiglio oleicolo internazionale, Dipartimento della salute di New York, Fattoria Petrini, Fiera Trieste, Food and Drug Administration, Karach F., Littarru Gian Paolo, Lopez Massimo, Luchetti Fausto, Marchetti Mario, Mazzanti Laura, Moro Simone, Olio Capitale, Perugini Francesco, Petrini Francesca, Petrini Plus, Teatro Naturale, Università degli Studi di Milano, Università Politecnica delle Marche, Visioli Francesco

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 59, lunghezza 1/15 di pagina

Tipologia: Breve

[Nomine: Daniele Salvagno di Federdop](#)

Un veronese è stato nominato ai vertici di Federdop. E' Daniele Salvagno, vice presidente del Consorzio olio dop veneto, e oggi anche alla guida della federazione che rappresenta .. consorzi di tutela sui .. presenti a livello nazionale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Consorzio olio dop veneto, Federdop, Salvagno Daniele

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 80, lunghezza 1/8 di pagina -
estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

[La spesa della dieta giornaliera: 2007-2008](#)

Carne bovina, frutta, acqua minerale, formaggio, caffè, vino, latte, pane, riso, pasta olio, pomodori, pelati, biscotti. Informazione contenuta nell'articolo "Caro cibo sotto esame".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

[Olio d'oliva, le ragioni della crisi](#)

Notizie in corso: L'avvio della campagna 2008-2009, secondo gli ultimi dati dell'associazione degli industriali oleari, evidenzia un forte calo delle vendite sia sul mercato italiano che estero. Offerta in eccesso e recessione i motivi dell'andamento negativo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 77, lunghezza 1/6 di pagina -
Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

[Il valore dei prodotti italiani sounding e di quelli autentici per categorie nel mercato nordamericano \(mln di dollari\)](#)

Il valore di mercato totale, quello di prodotti autentici italiani e di italian sounding, nel mercato nordamericano: caffè, sughi per pasta, pomodori in scatola, conserve sottolio, e sottaceto, oli d'oliva, aceti, paste alimentari, paste fresche, primi piatti surgelati, biscotti, risi, formaggi, specialità di salumeria, affettati in vasca frigo. Informazione contenuta nell'articolo "Il falso a tavola".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 86, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

[Un mercato agli sgoccioli](#)

Olio: Sono certificati, di ottima qualità e gustosi, eppure gli oli a marchio Dop e Igp non decollano a causa di un'informazione ancora carente. C'è quasi un rifiuto, come se il mercato, a oltre dieci anni dall'entrata in campo delle prime produzioni con il bollino blu, non intendesse accoglierle. Segno che il consumatore non ne ha percepito tuttora la reale portata. Sarà forse una questione di tempo? Lo strumento delle denominazioni di origine, per intanto, resta comunque un punto fermo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: Nozze d'oro tra gli assaggiatori Onao e l'olio
- [L'interesse per l'olio extravergine con la garanzia del marchio igp o dop](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Belletti Giovanni, Berio Filippo, Cimato Antonio, Consorzio dell'igp Toscano, Consorzio dop Garda, Dop, Famiglia Fontana, Filo della Torre Ranieri, Fipe, Igp, Occhinegro Massimo, Olio Capitale, Olive Koroneiky, Olive Picual, Onao - Organizzazione nazionale assaggiatori olio di oliva, Sagra, Salov, Scoccia Marcello, Stanfield Gabriella, Turri Laura, Unaprol, Unione Italiana Vini, Università di Firenze

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 88, lunghezza 1/5 di pagina -
Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Nozze d'oro tra gli assaggiatori Onaoo e l'olio

Festeggia .. anni di attività Onaoo, la più vecchia Associazione di assaggiatori di olio del mondo. L' Organizzazione nazionale assaggiatori olio di oliva, emanazione dell'Unione italiana delle Camere di commercio, è nata a Imperia nel

Informazione contenuta nell'articolo "Un mercato agli sgoccioli".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Vai all'articolo che contiene questa informazione**

Citati: Onaoo - Organizzazione nazionale assaggiatori olio di oliva

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2011, n° pagina 89, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Monini: profilo aziendale, prodotti, risultati commerciali e management

Le schede aziendali: Una realtà all'avanguardia per strutture, tecnologia e controllo qualità. Monini ha chiuso il secondo semestre in crescita, confermando una market share da leader con l'olio Classico Monini nel mercato italiano dell'olio extra vergine d'oliva. Nel sono stati superati i .. milioni di litri venduti, dato storico per l'azienda, con una crescita di circa .. milioni di litri (+. %).

Table, grafici e box a corredo:

- Monini in cifre

Allegati:

- **leggi questa comunicazione d'impresa**

Citati: Brc, Cereda Riccardo, IFS, Iso 22000:2005, Iso 9001:2000, Monini, Monini Giuseppe, Monini Maria Flora, Monini Nello, Monini Paolo, Monini Zafferino, OHSAS 18001:2007, Sapere d'Olio

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2010, n° pagina 90, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Monini: profilo aziendale, prodotti, risultati commerciali e management

Le schede aziendali: Da tre generazioni, la famiglia Monini seleziona gli oli extra vergini di oliva, scegliendo i migliori frantoi dove le condizioni di igiene, gli impianti di trasformazione e lo stoccaggio delle olive e dell'olio siano ineccepibili, pur nel rispetto della migliore tradizione olivicola. Oggi Monini è un'azienda all'avanguardia per strutture, tecnologia e controllo qualità, ancora animata da passione artigianale.

Table, grafici e box a corredo:

- Monini in cifre

Allegati:

- **leggi questa comunicazione di impresa**

Citati: Aperitiny, Bertolli, Brc, Carapelli, Classico Monini, Ifs (International Food Standard), Iri Infoscan, Iso 9001:2000, Lemoniny, Lesieur, Monini, Monini Maria Flora, Monini Nord America, Monini Zafferino, Sicilia Primofiore, Zafferini Giuseppe, Zafferini Nello, Zafferini Paolo, Zafferino Monini

Largo Consumo, fascicolo 5/2010, n° pagina 12, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Consorzio dell'Olio Extravergine di Oliva - L'alta qualità nel futuro dell'extravergine italiano: la filiera a confronto

I convegni: Quali sono le strategie più efficaci per valorizzare l'olio extra vergine di oliva italiano nell'attuale competizione internazionale? Se n'è parlato nella tavola rotonda: "L'alta qualità nel futuro dell'olio extra vergine italiano. La filiera a confronto", svoltasi lo scorso 8 aprile al Sol-Vinitaly e organizzata dal Consorzio in partnership con Largo Consumo.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: Claudio Truzzi, responsabile sistema qualità di Metro: "Una filiera corta e trasparente"
- Box: Elia Fiorillo, presidente del Consorzio extravergine di qualità: "Valorizzare l'extravergine italiano di «Alta Qualità»"
- Box: Ermanno Gargiulo, direzione acquisti di Coop: "Proporre qualità al giusto prezzo"
- Box: Massimo Occhinegro, export manager di Pantaleo: "All'estero conta l'italianità"
- Box: Michele Labarile, responsabile qualità Monini: "Nuovi parametri per la qualità"
- Box: Pompeo Farchioni, presidente di Farchioni: "Affermare l'alta qualità italiana"

Allegati:

- [Leggi questa comunicazione d'impresa](#)

Citati: Caricato Luigi, Consorzio dell'Olio Extravergine di Oliva, Coop, Farchioni, Farchioni Pompeo, Fiorillo Elia, Forcella Gennaro, Gargiulo Ermanno, Garosci Armando, L'alta qualità nel futuro dell'olio extravergine italiano. La filiera a confronto, Labarile Michele, Largo Consumo, Metro Italia Cash & Carry, Ministero delle Politiche agricole e forestali, Monini, Occhinegro Massimo, Pantaleo, Sol-Vinitaly, Teatro Naturale, Truzzi Claudio

Largo Consumo, fascicolo 5/2010, n° pagina 97, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Salov - Il restyling di logo, bottiglia ed etichette rilancia Olio Sagra: la nuova forma del gusto

Focus: Sagra, marchio storico dell'olio di qualità, rinnova totalmente la propria immagine. Un nuovo logo, una nuova bottiglia e nuove etichette sono i cambiamenti estetici di Sagra per gustare anche con gli altri sensi il piacere che il palato già conosce da anni.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: Sagra in cifre

Allegati:

- [Leggi questa comunicazione d'impresa](#)

Citati: Extravergine "Il Bassa Acidità", Extravergine "Il Classico", Fontana Dino, Frimax, Oli di Semi, Olio di Oliva "Il Classico", Olio Sagra, Salov

Direttore responsabile: Armando Garosci

Editore: Editoriale Largo Consumo Srl, via Bodoni 2 Milano

Service Provider: Mc Link Spa, Roma

Per l'acquisto dell'intero Percorso di lettura, o di sue singole parti
Diffusione e Abbonamenti

diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840

INDICE DEI PERCORSI DI LETTURA DI LARGO CONSUMO

Per assistenza e richieste di disponibilità di **Percorsi di lettura personalizzati**, puoi rivolgerti al servizio [Diffusione e Abbonamenti](#) di Largo Consumo.

Se non sai cosa siano e come si usino i Percorsi di lettura di Largo Consumo vai su www.largoconsumo.info/percorsi

PRODUZIONE

Mercati alimentari

[Visualizza tutti i PL dell'area "Alimentare"](#)

Beverage: La produzione, la distribuzione e i consumi del mercato delle bevande

[Visualizza tutti i PL dell'area "Beverage"](#)

Alimentari freschi: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Alimentare fresco"](#)

Grocery Persona: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Grocery Persona"](#)

Grocery Casa: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Grocery Casa"](#)

Tessile, abbigliamento, calzature, pelletteria e accessori

[Visualizza tutti i PL dell'area "Abbigliamento"](#)

Beni durevoli per la casa e la persona

[Visualizza tutti i PL dell'area "Beni durevoli"](#)

DISTRIBUZIONE

Moderna Distribuzione: canali, formati e contesti di acquisto

[Visualizza tutti i PL dell'area "Distribuzione"](#)

CONSUMATORI

La propensione alla spesa e umore rispetto ai consumi

[Visualizza tutti i PL dell'area "Consumatori"](#)

COMUNICAZIONE

Comunicazione: Promozioni, Fidelizzazione del cliente, Pubblicità e PR.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Comunicazione"](#)

LOGISTICA

Logistica: sistemi e servizi collegati alla filiera dei beni di consumo

[Visualizza tutti i PL dell'area "Logistica"](#)

RISORSE UMANE

Risorse umane: La loro valorizzazione nella filiera dei beni di consumo.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Risorse umane"](#)

AMBIENTE ED ENERGIA

Ambiente ed energia: implicazioni economiche e di marketing nel largo consumo

[Visualizza tutti i PL dell'area "Ambiente ed energia"](#)