



Documento in **versione interattiva**:
www.largoconsumo.info/112006/PL-1106-003.Pdf

OLIO DI OLIVA

Costi del Percorso di lettura:

€ 178,50 (comprensivo iva) - non abbonati

€ 129,00 (comprensivo iva) - abbonati

Costi dei singoli titoli:

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo 11/2006 e supplementi

Rif: PL-1106-003

RIFERIMENTI:

Il sommario di tutti i Percorsi di lettura di Largo Consumo
è **scaricabile** all'indirizzo 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 & 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.

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.

**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 CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 47, lunghezza 1 pagina

Extravergine di Sicilia

Olio: l'offerta regionale merita un'ampia considerazione per il valore quantitativo e qualitativo. L'olivicoltura occupa una posizione di rilievo essendo la Sicilia la terza regione per superficie a uliveti (oltre .. ettari) e per produzione di olio (circa .. tonnellate nella campagna 04-05, con una dim. del ..% risp. alla precedente) dopo Puglia e Calabria, mentre è al primo posto per la produzione di olive da mensa (circa .. tonnellate, il ..% della produzione nazionale).

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

L'olivicoltura siciliana in cifre

Citati:

Asca, Assessorato all'agricoltura della Regione siciliana, Leone d'Oro, Olivario Ercole, Orciolo d'Oro, Sirena d'Oro, Sol d'Oro
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 81, lunghezza 1/3 di pagina

Olio di oliva: il mondo ne produce meno

In calo la produzione mondiale di olio di oliva, circa ... tonnellate previste per la campagna 2005-2006 rispetto ai ... milioni della precedente e con consumi sotto i ... milioni di tonnellate. Le esportazioni globali hanno superato le ... tonnellate, di cui oltre ... di oli vergini: nell'area Ue registrano un incremento del 10% in quantità e del ...% in valore sul 2004, con prezzi medi di scambio pari a ... euro/kg.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

L'export italiano di oli vergini verso alcuni mercati principali: 2004-2005 (tnl, %, mgl euro)

Citati:

Coi (Consiglio oleicolo internazionale), Iri-Infoscan, Unaprol
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 37, lunghezza 2 pagine

Riforma all'olio d'oliva

Il mercato oleario internazionale ha visto succedersi l'applicazione della nuova politica agricola comunitaria (riforma Pac) e recenti dettami Ocm del settore dell'olio d'oliva. In seguito all'ingresso nell'Unione europea di Grecia prima e di Spagna e Portogallo dopo, l'Italia non ha più svolto il ruolo di unico importante produttore comunitario di olio d'oliva e la politica dell'Ue, di conseguenza, ha dovuto fare i conti con nuovi equilibri economici e finanziari. Al via un nuovo progetto.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [L'andamento del consumo mondiale di olio d'oliva: 1995-2006 \(in mgl di tonnellate\)](#)

- [L'andamento della produzione mondiale di olio di oliva: 1990-2006 \(in mgl di tonnellate\)](#)

Citati:

Coi (Consiglio oleicolo internazionale), Fondazione Metes, Kimble Italiana, Organizzazione comune di mercato (Ocm), Pac (Politica agricola comunitaria), Unaprol
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 115, lunghezza 2 pagine

Cifre in bottiglia

Il settore italiano degli imballaggi in vetro ha espresso nel 2004 una produzione di ...tonnellate, pari a un fatturato di ...mln di euro. Il ...% della produzione viene esportato. Le importazioni rappresentano l'...% circa del consumo. Le bottiglie per il vino e gli spumanti esprimono una quota del ...%; le bevande analcoliche hanno un peso del ...%; l'olio di oliva l'...%. Il settore farmaceutico con i contenitori di vetro tubo ha uno share del ...% circa; il restante ...% è utilizzato nella cosmesi.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Il mercato italiano degli imballaggi in vetro: 2001-2004](#)

- [L'attività di recupero e riciclo degli imballaggi in vetro: 1998-2004](#)

Citati:

Assovetro, Avir (Aziende vetrarie industriali Ricciardi), Bormioli Luigi, Bormioli Rocco e figlio, Coreve (Consorzio recupero vetro), Istituto Italiano Imballaggio, Kimble Italiana, Saint Gobain Vetri, Zignago vetro
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 157, lunghezza 1/5 di pagina

Accademia dell'olio ai Frantoi Redoro

Proposte editoriali sullo stesso argomento:



Titolo AGROALIMENTARE NEL MEZZOGIORNO
- Percorso di lettura
Codice [PL-0406-011.pdf](#)
Edizione 04/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo BIOLOGICO
- Percorso di lettura
Codice [PL-0506-011.pdf](#)
Edizione 05/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



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



Titolo CONSORZI
CONSORZI

Frantoi veneti Redoro, primo produttore di olio a denominazione protetta. Obiettivo di questa struttura (inaugurazione prevista per il 2007), è di creare uno spazio ad hoc per diffondere la conoscenza e la cultura del mondo oleario.

Citati:

Frantoi veneti Redoro
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 97, lunghezza 1/5 di pagina

Carli, dal catalogo al monomarca

Fratelli Carli conta ... clienti contattati mensilmente mediante catalogo e serviti da un sistema logistico all'avanguardia. Con un fatturato 2004 di oltre ...milioni di euro, un utile netto di ... milioni e un organico di dipendenti diretti e addetti alle consegne, la società è il terzo operatore nazionale del settore oleario, con ...,% di market share mercato. La decisione di aprire negozi con insegna propria nasce dagli ostacoli prodotti dalla legge sulla privacy.

Citati:

Carli
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 106, lunghezza 2 pagine

Private label a carte coperte

Le indagini "blind", in cui il prodotto è assaggiato in forma anonima, dimostrano che i marchi commerciali possono gareggiare con i leader. Sono stati sottoposti a giudizio: tre noti brand di riferimento del mercato (A, B, E), due referenze dop di origini geografiche diverse (F, G), due oli prodotti da differenti fornitori per lo stesso marchio di insegna (C, D) Le distanze fra i prodotti più graditi e quelli meno, seppur significative, non sono particolarmente accentuate.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Il gradimento dell'olio in varie modalità di assaggio](#)
- [Private label e brand leader a confronto](#)

Citati:

Adacta
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 175, lunghezza 1/5 di pagina

Economia e organizzazione delle filiere agroalimentari. La filiera dell'olio di oliva di qualità

Segnalazione del volume: Per rilanciare la nostra agricoltura occorre allora disporre di strumenti di analisi e diagnosi capaci di individuare politiche e interventi adeguati, e tali strumenti possono emergere dallo studio della filiera produttiva in tutti i suoi anelli, per capire e quantificare costi e benefici di ogni singolo componente.

Citati:

Contò Francesco, Franco Angeli Editore
Notizia

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 25, lunghezza 1,8 di Pagina

I risultati delle principali imprese agroalimentari (food e beverage) in Italia: 2003-2004: Olio di oliva

Nel comparto dell'olio d'oliva sono una ... le aziende con un fatturato superiore a ... milioni di euro.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Gli acquisti domestici in Italia di latte, yogurt, burro e formaggi: 2004-2005 (volume, valore e %)
 - Il valore della produzione-fatturato dei diversi settori dell'ind. alimentare e n° di addetti. 96-04
 - L'export di burro e formaggi: 2004-2005 (volume, valore e %)
 - L'import export delle filiere agroalimentari italiane: 2000-2004 (in mln di euro)
 - La bilancia agroalimentare italiana: 2000-2004 (in mln di euro)
 - La competitività dell'ind. alimentare italiana all'estero: 1995-2004 (% val. esportaz. su fatturato)
 - La dinamica della spesa alimentare per canale di vendita 2003/2000
- La produzione dell'industria alimentare per gruppo di prodotti: 1997-2004 (var.% su volumi anno precedente)

Citati:

Bertolli, Carapelli, Coi (Consorzio Olitalia), Dante, Minerva, Monini, Olio Carli, Salov, San Giorgio, Sasso, Sos Cuetera
Notizia

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 30, lunghezza 1/5 di Pagina

Il Roi per settore (agroalimentare): 2004 (in %)

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

diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271.840



Titolo LE POLITICHE DI VALORIZZAZIONE E TUTELA DEI PRODOTTI ALIMENTARI TIPICI
- Percorso di lettura
Codice [PL-1106-007.pdf](#)
Edizione 11/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo Economia e organizzazione delle filiere agroalimentari. La filiera dell'olio di oliva di qualità
Curatore Francesco Contò
Editore Franco Angeli
Anno 2005

La redditività degli investimenti (roi) relativamente i comparti Aceto, Acqua, Alimentazione animale, (Avicunicoli), Soft drink, Birra, Caffè, Caramelle, Carni, Conserve vegetali, Dolciari, Farine e Semole, Gelati, Lattiero-Caseario, Merendine, Miele, **Olio**, Ortofrutta/Ortofrutticoli, Pane, Pasta, Pesce/Ittici, Pet food, Pet care e Animali domestici, Riso, Sale alimentare, Salumi e Insaccati, Succhi di frutta e Nettari di frutta, Superalcolici, Spiriti e Amari, Surgelati, Uova, Vino, Zucchero.
Tabella o Grafico

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 31, lunghezza 1/5 di Pagina

La durata debiti fornitori per settore: 2004 (in giorni)

La durata media dei debiti verso i fornitori espressa in giorni relativamente i comparti Aceto, Acqua, Alimentazione animale, Avicunicoli, Bibite, Birra, Caffè, Carni, Conserve vegetali, Dolciari, Farine e Semole, Gelati, Lattiero-Caseario, Miele, **Olio**, Ortofrutta, Pane, Pasta, Pesce/Ittici, Pet food e Pet care, Riso, Sale alimentare, Salumi, Succhi di frutta, Superalcolici, Surgelati, Uova, Vino, Zucchero.
Tabella o Grafico

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 45, lunghezza 1 Pagina

I risultati delle principali imprese agroalimentari in Italia: 2003-2004: Olio

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 338 e i 6 milioni di euro.

Citati:

Adriaoli srl, Antonio Cordisco srl, Azienda Agricola Coppini Arte Olearia srl, Bakemark Italia srl, Basso Fedele & Figli srl, Bestfoods Italia spa, Carapelli Firenze srl, Casa Olearia Italiana spa, Castel del Chianti spa, Cinquina srl, Colavita spa, Costa D'Oro spa, Di Carlo Prodotti Tipici srl, Domenico Manca spa, Eulip srl, F.lli Merano srl, F.lli Ruata spa, Farchioni Oli spa, Fratelli Carli srl, Fratelli Meriggio (in liquidazione) spa, Gailli Santi & C. srl, Giorgio Borrelli Figli spa, Gruppo Oleario srl, I.G.O.R Ind. Grassi Oli Raffinati spa, I.P.S.A. - Ind. Prep. Prod. Speciali spa, Industrie Alimentari Fabiano srl, Itacol Italiana Alcool e Oli spa, Lipitalia 2000 spa, Monini spa, Ol.Sud. srl, Olearia del Garda srl, Olearia Desantis spa, Olearia Olimpo srl, Oleificio F.lli Barbi srl, Oleificio F.lli Portaro srl, Oleificio Masella srl, Oleificio Medio Piave spa, Oleificio R.M. spa, Oleificio Zucchi spa, Olicaf srl, Olitalia srl, Organic Oils spa, Paoil srl, Pietro Coricelli spa, Pietro Isnardi Alimentari spa, R.P. Grassi srl, Raineri spa, S.I.A.I. Società Italiana Alimentare srl, S.I.P.A. Soc. Ind. Prod. Agroalim. srl, Saca Società Alimentari srl, Salov Lucchese Olii e Vini spa, Santagata Luigi srl, Sipral Padana spa, Società Olearia Barese srl, Sud Italia Alimentari srl, Umbria Olii spa, Unigrà spa, Unilever Bestfoods Italia spa, Vezza spa
Tabella o Grafico

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 127, lunghezza 1/5 di pagina

Maggiore tracciabilità per l'olio

La Comunità europea dispone di una vera e propria "carta d'identità molecolare", basata sullo sviluppo di tecniche che permettono di analizzare un olio e di riconoscere non solo da quali cultivar è stato prodotto, ma anche di verificare il luogo di provenienza delle olive

Citati:

Coldiretti
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 127, lunghezza 1/5 di pagina

I prezzi frenati di Assitol

Secondo Assitol, l'Associazione italiana dell'industria olearia, nell'ultimo anno il prezzo all'origine dell'olio di oliva ha fatto registrare un aumento del...% passando dai euro di novembre 2004 ai ...di ottobre 2005, mentre il prezzo al consumo è rimasto sostanzialmente invariato, oscillando tra ... euro di ottobre 2004 a ... dello stesso periodo dello scorso anno. Il maggior costo sostenuto è per la trasformazione dell'olio di oliva....

Citati:

Assitol, Associazione italiana dell'industria olearia
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 172, lunghezza 1/5 di pagina

Olio Carapelli in mani spagnole

Carapelli, dall'Ottocento marchio storico dell'extravergine, è passato sotto il controllo dell'iberica Sos Cuétara in seguito all'accordo per la cessione al ...% della società a Minerva Oli che oggi fa parte del gruppo spagnolo quotato alla Borsa di Madrid. Il prezzo è stato fissato a milioni al lordo delle spese di transazione e delle stock option.

Citati:

Arca Impresa Gestioni Srg, Bs Private Equity, Carapelli, Minerva Oli, Mps Venture, Sos Cuétara
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 56, lunghezza 1/5 di pagina

Olio d'oliva calano i quantitativi

Ci si aspetta un anno difficile per la produzione di olio di oliva. Unaprol denuncia il calo del 13,5% rispetto al 2004-2005 dei volumi raccolti con la campagna 2005-2006 che si fermeranno intorno alle 689.000 tonnellate. Così emerge dai dati dell'indagine a campione condotta su oltre 6.000 aziende del comparto operanti sull'intero territorio della Penisola.

Citati:

Unaprol
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 57, lunghezza 1/5 di pagina

Almaverde Bio ora è società di capitali

Il nuovo assetto di Almaverde Bio (3° trim 2005 +..% sul 2004) rafforza l'attuale struttura societaria per i diversi comparti di frutta e verdura fresche, carni bianche e rosse, passate e derivati del pomodoro, legumi in scatola, confetture, olio extravergine, pasta, verdure di IV gamma, spremute di arance, ortaggi surgelati..continua...

Citati:

Almaverde Bio, Canova-Gruppo Apofruit, Consorzio Sica, Fileni Simar, Italnature-Gruppo Fruttage, Oranfrizer, Sipo, V.Besana
Notizia

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n° pagina 48, lunghezza 1,3 Pagine

Sapienza del made in Italy

Mercato&Imprese ha interpellato Angelo Cremonini, amministratore delegato di Olitalia, l'azienda di Forlì dell'omonimo gruppo alimentare, che distribuisce i suoi prodotti oleari in 115 Paesi. Nel 2005 il comparto oleario è stato caratterizzato da un'insufficiente produzione agricola; i prezzi della materia prima sono schizzate alle stelle. Per il 2006.....

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Acquisti domestici olio d'oliva: 2004 (sfuso, confezionato, normale, extravergine, bio, dop+ipg,sans
- I consumi domestici di oli e grassi negli ultimi 5 anni
- Importazione-esportazioni di olio: gennaio-dicembre 2004
- Le imprese: gruppo spagnolo Sos Cuétara, Carapelli, Minerva
- Prezzi, allocazione geografica e tipologia di negozio di olio

Citati:

AcNielsen, Carapelli, Cremonini Angelo, Dante, Ismea, Istat, Minerva, Olitalia, Sasso, Sos Cuétara
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 25

Agroalimentare amaro

Da qui al 2015 nel nostro Paese è attesa una forte crescita delle importazioni in quasi tutti i comparti alimentari. Ma le note dolenti vengono soprattutto dal fronte della redditività, che infatti appare in deciso declino per l'industria della trasformazione. Il mol scende dall'...% medio del 2003 al ... del 2015. I comparti in esame, l'oleario, l'alimentazione animale e il conserviero vegetale appaiono fra i più penalizzati in prospettiva dalla crescente autosufficienza dei paesi emergenti.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Gli scenari evolutiva dell'industria alimentare per settore: 2003- 2015 \(in %\)](#)
- [Lo scenario tendenziale dell'economia al 2015 \(variazioni in % a prezzi costanti\)](#)

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 37

Extravergine in sofferenza

I problemi del settore sono molteplici: confusione dei prezzi, forte concorrenza internazionale, specialmente dalla Spagna. Ecco le risposte strategiche.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [La produzione mondiale di olio d'oliva: 2002- 2004 \(in tonnellate\)](#)
- [La produzione nazionale di olio d'oliva di pressione \(in tonnellate\)](#)
- [Gli indicatori di acquisto per canale dell'olio extra vergine di oliva confezionato: 2003](#)
- [Gli acquisti per canale dell'olio extra vergine di oliva confezionato: 2003](#)

- [L'elenco delle denominazioni di origine che hanno ottenuto il riconoscimento comunitario dop e igp](#)

- Box: "Oliv track", la carta d'identità dell'olio

Citati:

Aifo, Alfa Laval, Carapelli, Costagli Guido, Costagli Guido, Fontana Alberto, Frantoio Santa Tea, Gonnelli Piero, Laterza Giacomo, Leolangeli Stefano, Mugelli Marco, Nuova Maip, Pantaleo Maura, Pantaleo Nicola, Peralisi, Rapanelli Paolo, Ruggiero Nicola, Salov, Unaprol

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n°pagina 53

La mappa dei semi oleosi

Agricoltura: Con oltre 300 milioni di tonnellate questo mercato ha il suo perno nelle Americhe e in Asia. Tuttavia anche il Vecchio continente gioca il suo ruolo: ecco una fedele panoramica.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La produzione mondiale di semi oleosi (in mln di tonnellate e in %)
- La produzione in Italia: 1996- 2003 (in migliaia di quintali)

Citati nel servizio

Eurostat, Ismea, Istat, Usda

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n°pagina 163

Koipe Corporacion/ Minerva Oli

Operazione di concentrazione- acquisizione da parte di KC della totalità del capitale sociale di Minerva Oli. Il mercato interessato è quello nazionale della produzione e distribuzione di olio d'oliva. L'acquirente non è presente nel mercato rilevante, mentre Minerva Oli, che opera principalmente con il marchio Sasso, detiene una quota pari a circa il...%. L'operazione comprende...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n°pagina 51

Fra le macchine enologiche e oleicole

Fiere e mercati: In attesa del prossimo salone internazionale (Simeil) che si terrà a novembre, ecco un panorama dei mercati interessati e delle aziende che meglio interpretano le esigenze dei due settori.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Box: Aspettando Simeil (Salone int. macchine per enologia e imbottigliamento)
- [Il confezionamento di vino e olio d'oliva per tipo di imballaggio: 2004 \(in %\)](#)

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, fascicolo 6/2005, n°pagina 67

Acido oleico Bt per il seno

Notizie dal Biotech: I principi attivi contenuti nell'olio di oliva possono diminuire il rischio di tumore al seno.

Citati:

Menendez Javier, Northwestern Univertisty di Chicago

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n°pagina 141

Un esame liscio come l'olio

Rating: Sotto la lente sono finite quattro imprese storiche del settore: Salov, Fratelli Carli, Farchioni oli, Casa olearia italiana. Il risultato è una promozione generale nella classe "A, pure con le rispettive differenze.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [La sintesi dei risultati finanziari di Salov, Fratelli Carli, Farchioni Oli e Casa olearia italiana.](#)
- [Il conto economico di Salov, Fratelli Carli, Farchioni Oli e Casa olearia italiana.](#)
- [Lo stato patrimoniale di Salov, Fratelli Carli, Farchioni Oli e Casa olearia italiana.](#)
- [Il rendiconto finanziario di Salov, Fratelli Carli, Farchioni Oli e Casa olearia italiana.](#)

Citati:

Berio Filippo, Carli Giovanni, Casa olearia italiana, Famiglia Farchioni, Farchioni oli, Farchioni Pompeo, Fratelli Carli, Salov
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n°pagina 117

Oleifici: Soluzione informatica di Agro informatica.

Soluzioni informatiche: Il programma Oleificio permette una corretta ed efficace gestione delle disposizioni cee in merito alla commercializzazione dell'olio di oliva.
Breve

Largo Consumo, fascicolo 3/2005, n°pagina 123

Programma speciale per il Premio Biol

Edizione 2005 del Premio Biol a Bari dal 27 al 30 aprile. (a confronto i migliori oli bio-extravergini). Anche quest'anno la giuria assegnerà vari riconoscimenti: il premio Biol, rivolto al migliore olio extravergine biologico imbottigliato all'origine e pronto per la commercializzazione; il Biolpack; il Biolblended.
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 2/2005, n°pagina 142, lunghezza 1/5 di pagina

L'olio Sasso diventa spagnolo

Citati:

Athena, Fidia, Gasparini Beppe, Lupi, Mercantile, Minerva Oli, Montolivo, Nestlé, Rodobank, Sasso, Sos
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2005, n°pagina 71

Olio di Oliva: annata eccellente**

I primi extravergini, ormai in commercio, mostrano caratteristiche organolettiche eccellenti con sapori e profumi intensi e basso grado di acidità. Si raccomanda comunque attenzione all'etichetta, data l'insufficienza dei quantitativi a coprire l'intera domanda. Per quanto concerne la quantità degli oli dop e igp... continua...
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2005, n°pagina 111

Gli effetti benefici dell'olio di oliva

Gli scienziati hanno redatto la "Dichiarazione di Jaén", il primo documento congiunto a carattere internazionale inerente gli effetti benefici dell'olio di oliva. Dal documento emerge che la dieta mediterranea, ricca in olio vergine di oliva, riduce il rischio cardiovascolare. Inoltre, l'incidenza tumorale...continua...
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2004, n°pagina 23

Uno sguardo sul mondo

Sebbene il nostro Paese sia tra i primi nel settore, incalzano altre realtà di terre anche lontane, come la Cina, l'Australia o il Sud America, che mostrano grandi potenzialità qualitative.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La produzione di olio d'oliva nel mondo: 2000 – 2003 (in mgl di tonnellate)

Articolo

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, lunghezza 2/3 di pagina

[CSQA - Un progetto nazionale per la rintracciabilità dell'olio d'oliva](#)

Focus: La forte dinamicità del mercato e l'elevata intensità degli scambi commerciali che caratterizzano il settore, hanno determinato l'esigenza di una maggiore informazione in materia di sicurezza alimentare e identificazione dell'origine dei prodotti. In questo contesto l'Unaprol, la principale Unione nazionale del settore dell'olio di oliva, ha avviato da oltre due anni un importante programma di rintracciabilità per il sistema olivicolo nazionale.

Citati:

CSQA Certificazioni, Unaprol, Uni 10939:2001
Comunicazione di impresa – Serie "**I Focus**"

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 119, lunghezza 1 pagina

[Oleificio Zucchi – Nuove sfide di mercato e attenzione totale alla materia prima](#)

Focus - Il settore olio di semi è da sempre il core business dell'azienda ed ha voluto soddisfare le esigenze di numerosi clienti proponendo un nuovo marchio. Si tratta di un marchio di buona qualità, che va ad affiancare due prodotti presenti e apprezzati da tempo sul mercato. E' il marchio "Zucchi", aggiornato e pronto per affrontare il mercato italiano e quello estero. L'olio di oliva extravergine si qualifica come prodotto di qualità, pur a fronte di un contenimento dei costi.

Citati:

Oleificio Zucchi, Zucchi Castello, Zucchi Le Pleiadi
Comunicazione di impresa – Serie "**I Focus**"

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 63, lunghezza 1/3 di pagina

[Bergamaschi & Vimercati - Hollywood di Excelsa al centro della tavola](#)

Spot: l'immane, irrinunciabile set dell'olio e dell'aceto: composto da quattro pezzi, Hollywood si presenta sobrio, elegante con rimandi stilistici agli anni Trenta e a quel Decò che tanto ha caratterizzato le scenografie cinematografiche – e anche domestiche – degli anni d'oro di Hollywood.

Citati:

Excelsa di Bergamaschi & Vimercati, Hollywood
Comunicazione di impresa – Serie "**Spot**"

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 10, lunghezza 2 pagine

[Oleificio Zucchi - L'esperienza, la tecnologia, la passione per l'olio al servizio del trade moderno. E non solo](#)

I profili: La capacità produttiva dello stabilimento si attesta su ...litri/ giorno confezionati e ...tonnellate/ giorno raffinate. L'attività si sviluppa in due settori principali: da un lato acquisto di oli grezzi, raffinazione e vendita alle aziende alimentari e industriali; dall'altro produzione, confezionamento e commercializzazione degli oli di semi. 18 sono i marchi del distributore realizzati dall'Azienda, che si propone anche come produttore di prodotti a marchi...

Citati:

Brc (British retail consortium), Famiglia Zucchi, fiera Cibus, fiera Mia di Rimini, IFS, Oleificio Zucchi, olio Castello (Zucchi), olio Le Pleiadi (Zucchi), olio Semper, olio Zenit (Zucchi), olio Zeta (Zucchi), Uni En Iso 14001, Uni En Iso 9001
Comunicazione di impresa – Serie "**I Profili**"

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 134, lunghezza 2 pagine

[Fiera di Milano - Simej \(Salone internazionale macchine per enologia e imbottigliamento\)](#)

I convegni: Largo Consumo ha organizzato lo scorso novembre 2005, presso il Simej di Milano, una tavola rotonda sul packaging dei liquidi alimentari come valore aggiunto per il consumatore: ne riprendiamo i passaggi e i temi più interessanti. Svoltasi insieme con il 5° Enovitis, il Simej ha registrato il forte interesse dei 49.300 visitatori (+1% rispetto al 2003). La maggior parte degli espositori ha confermato che l'interesse soprattutto dei clienti esteri, è stato effettivo e non virtuale.

Comunicazione di impresa – Serie "**I Convegni**"

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n° pagina 119, lunghezza 1 Pagina

[Olitalia](#)

Le schede aziendali: Olitalia, una delle maggiori aziende italiane del settore oleario, ha rafforzato nel 2005 il prestigioso traguardo già raggiunto nel 2004, ovvero diventare la marca di olio di oliva più distribuita al mondo. Nel 2005 sono state formalizzate vendite in ben ...Paesi nel mondo.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I numeri di Olitalia (2005)

Citati:

Bianconi Antonio, Cipolla Pino, Cremonini Angelo, Cremonini Camillo, Cremonini Giuseppe, Gruppo Cremonini, Olitalia, Tognoni Gianni
Comunicazione di impresa – Serie "[Le Schede aziendali](#)"

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n°pagina 11, lunghezza 1/6 di pagina

[Caviro e Tetra Pak Italiana - Castellino, l'olio extravergine in brik](#)

Finalista dell'Oscar dell'Imballaggio 2006: Una confezione dalle linee pulite, dai contorni eleganti e dalle sfumature dorate a rappresentare le specificità cromatiche e il pregio del prodotto che racchiude. Il nuovo olio extravergine d'oliva Castellino evidenzia tutto il carattere della novità e della funzionalità proprio nella fattura singolare.

Comunicazione di impresa – Serie "[Finalista Oscar Imballaggio](#)"

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n°pagina 12, lunghezza 1/6 di pagina

[Falco - Un nuovo look per olio d'oliva](#)

Finalista dell'Oscar dell'Imballaggio 2006: O.I.i.v.i.a, un nuovo look per l'olio di oliva italiano: nasce dalla cooperazione tra Falco, produttore di imballi metallici e aerosol della provincia di Pavia, e BlueScopeSteel, primario produttore australiano di acciaio.

Comunicazione di impresa – Serie "[Finalista Oscar Imballaggio](#)"

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n°pagina 68, lunghezza 1/3 pagina

[Caviro - La rivoluzione delle olive: Castellino extravergine](#)

Spot: Caviro entra nel mercato dell'olio di oliva extravergine di qualità sfruttando il suo brand Castellino e con una rilevante innovazione di packaging: il contenitore Tetra Prisma dell'ultima generazione.

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