

Percorso di lettura a cura di Largo Consumo
Rivista di economia a marketing sulla filiera dei beni di consumo
www.largoconsumo.info



Documento in **versione interattiva:**
www.largoconsumo.info/112007/PL-1107-012.pdf

SOTTOLI E SOTTACETI



Costi del Percorso di lettura:

€ 94,50 (comprensivo iva) - non abbonati
€ 45,00 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo 11/2007 e supplementi
Rif: PL-1107-012

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 Italia - Agroalimentare **Rapporto sullo stato delle imprese**

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.

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

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

produzione, alla distribuzione, al consumo finale, compresi i servizi, le strutture e i sistemi collegati.

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:

I CONTENUTI EDITORIALI:

Mercato Italia Agro, fascicolo 5/2007, n° pagina 5, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La variazione dei prezzi alla produzione dei comparti alimentari italiani: nov. 2005-2006 (in %)

Carne e derivati, pesce e derivati, conserve vegetali, oli e grassi, lattiero caseari, granaglie, alimentazione animale e bevande

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Agro, fascicolo 5/2007, n° pagina 40, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Conserve vegetali: I risultati delle principali imprese agroalimentari in Italia: 2004-2005

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 506 e i 5 milioni di euro.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati:

Agrimola, Agroalimentare Sud, Alfano Flli, Alfrus, Ali-Big Industria Alimentare, Althea, Ambrosio, AMF - Azienda Meridionale Frutta, Ancora, Aniello Longobardi, Antaar & S, Antonio Petti Fu Pasquale, Ar Industrie Alimentari, Ariosto, Asiago Food, Attianese, Azienda Agricola Campoverde, Azienda Agrimontana, Baccini Conselice, Basile F, Belgravvia, Bestfoods Italia, Bio Nocciola, Bonduelle Italia, Bonetti, Bonomelli, Boschetti Alimentare, Bresolin, Bruna Beans, Calispa, Canditfrucht, Cannone Industrie Alimentari Gli Antipasti, Caporaso Severino, Capuzzo, Carmine Tagliamonte & C, Cbcotti, Cerreto, Cervati Import Export, Cesalpinia Food, Cesarin, Charlie Brown di Rutigliano & Figli, Cinara, Cirio De Rica, Citres, Citrus - Vita, Cleca, COA - Soc Cooperat Ortofrutt Abruzzese, Coam Industrie Alimentari, Coelsanus Industria Conserve, Columbus, Compagnia Agroalimentare del Fresco, Compagnia delle Specialità Alimentari Liguri Sanremo, Consorzio Fruttagei Molise, Consorzio Frutticoltori del Tartaro, Consorzio Ortofrutticolo Zeviano, Cooperativa Agricola Lavorazione, Conservazione, Esportazione Frutta, Cooperativa Ortofrutticola Riforma Fondiaria Pozzelle Murge, Cooperativa Produttori Agricoli Granfrutta Zani, Cooperativa Sociale PG Frassati, Coppola, Covone, Cucina Nostrana, D&D Italia, D'Avino Baldassarre, De Clemente Conserve, Delfino, Demetra, Di Leo Nobile - Industria Conserve Alimentari, Di Massa Industria Alimentare, Di Vita, Domenico De Lucia, Domenico Vitale, Dr Franco Pignataro, Drogheria e Alimentari, E&O Von Felten, Eisberg, Elvea, Emiliana Conserve, Ernesto Montanaro, Eugea Mediterranea, Euro Alimentare, Euro-Ortofrutticola del Trigno, Eurofrutta, Europa Conserve, Europea, Faiella & C, Feger di Gerardo Ferraioli, Ferrari & Franceschetti, Fiamma Vesuviana, Fincen, Fiordelisi, FIRMA Italia, Flli Sacla, Food Products International, Formec Biffi, Franzese, Fratelli D'Acunzi, Fratelli Damiano & C, Fratelli Longobardi, Fratelli Tafuro, Fresco Italia, Fresh Food Center, Frudis, Fruttagei, Funghi Della Valtaro, Gasparini a socio unico, Gastronomica Roscio, Gela Fruit, Gias - Gruppo Industriale Alimentari Surgelati, Giesse Fres Co Group, Giovanni Contarini, Giuso Guido, GMA Import Specialità, Gourmet Italia, Gramm, Granulati Italia, Greci Geremia & Figli, Grillo, Gullino Import-Export, Icab - Industrie Conserve Alimentari Buccino, Idea Natura, Il Mandorlo, Il Melograno, ILMan - Industria Lavorazione Mandorle, Industria Conserve Ortocori, Industria Meridionale Conserve Alimentari, Industrie Alimentari Tomassi, Industrie Rolli Alimentari, Ingino, Ingino Raffaele, INPA - Industria



Titolo: Conserve vegetali-
Codice PL-0207-004
Edizione: 2/2007
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
www.largoconsumo.info/022007/PL-0207-004.pdf



Titolo: Orticoltura - Codice
PL-0107-018
Edizione: 1/2007
Editore: Largo Consumo
Link:
www.largoconsumo.info/012007/PL-0107-018.pdf



Titolo: Olio di Oliva -
Codice PL-0707-011
Edizione: 7/2007
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
www.largoconsumo.info/072007/PL-0707-011.pdf

Nazionale Prodotti Alimentari, Iper Ortaggi, Italcanditi, Italfrutta, Italian Food - Industria Conserve Alimentari, L'Italiana Aromi, La Cesenate Conserve Alimentari, La Doria, La Giulianese, La Gragnanese, La Linea Verde, La Nuova Prugna, La Regina di San Marzano di Antonio Romano, Lapi Gelatine, Le Due Valli, Legumi Sud, Lievitalia, Life, Linea Fresca, Logrò, Macor di Trucazzano, Madama Oliva, Marollo Organizzazione Produttori, Menù, Merlini Riccardo, Monari Federzoni, Murano, Mutti, Natura Nostra, Natural Bradel, Naturello, Nicola Cinquina, Nicola D'Avanzo, Nova Frutta, Nova Funghi, Novaterra, Nuova Conserve, Op-Interpiana, Ortoconserviera Cameranesi, Ortogel, Ortomercato, Pagnan, Pancrazio, Parodi, Pedon, Pomilia, Produttori Riuniti, Prometas, Pucci, Raffaele Viscardi, Ralò, Real Aromi, Righetti Alimentare, Rigoni di Asiago, Rodoc, Rodolfi Mansueto, Romagnola, Sagest, Saiace, Santella, Saviano Pasquale, Scherini Franco, Secondulfo Flli, Silaro Conserve, Simens Alimentare, Società Trentina Lieviti - STL, SoFA, Solana, Speedy 97, Spineta, Star, Steriltom Aseptic, Stern, Strianese Conserve, The Lorenz Bahlsen Snack-World Italy, Toschi Vignola, Valbona, Vepack, Vercelli Specialità Gastronomiche, Villafrut, Vitulano, Volumnia Ortofrutta, Zeus - Industria Biologica Alimentare, Zuccato Flli



Titolo: **Attrezzature e tecnologie per l'industria alimentare - Codice PL-1107-010**

Edizione: 11/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/112007/PL-1107-010.pdf

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n° pagina 62, lunghezza 1,3 Pagine

Tipologia: Articolo

Declinare l'offerta per nuove occasioni d'uso

Sottoli e sottaceti: Il mercato manifesta un trend nel complesso stabile, con un distinguo tra sottoli e sottaceti. I primi si muovono con maggiore dinamicità, soprattutto per i maggiori margini di innovazione e di contenuto di servizio. I sottaceti invece si prestano meno alle variazioni sul tema. In questa intervista a Mercato&Imprese Alberto Ardizoia, direttore commerciale Saclà Italia tocca alcuni temi vicini all'attualità del settore

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Dimensione / trend del mercato - Sottaceti canale: iper+super+superette
- Dimensione / trend del mercato - Sottoli canale: iper+super+superette
- Profilo dei consumatori di sottoli e sottaceti
- Sottoli e sottaceti a marchio del distributore - quote % di mercato
- Sottoli-sottaceti-olive : investimenti netti in pubblicità

Allegati:

- **Scarica l'articolo**

Citati: AcNielsen, Ardizoia Alberto, Coelsanus industrie Conserve, F.Ili Saclà, Gfk-Iha Italia, Iri-Information Resources, Montalbano, Nielsen Media Research, Plma, Polli F.Ili, Ponti, Saggese, Zuccato F.Ili

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 27, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Berni, dall'affitto al passaggio di proprietà

Con un contratto di affitto con promessa di acquisto a .. mesi, Berni Alimentare assume da Berni Spa la conduzione del complesso industriale di Gragnano Trebbiese dove si producono sottoli, sottoaceti, salse e condimenti con marchi affermati come Condiriso, Condipasta e Louit Frères: struttura che con .. dipendenti realizza un fatturato annuo di oltre .. milioni di euro. Al termine del periodo di affitto, la proprietà dello stabilimento e dei marchi passerà in via definitiva a Berni Alimentare.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Berni Alimentare, Condipasta, Condiriso, Copador, Copra Coop, Dac, Louit Frères, Nestlé

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 61, lunghezza 1/10 di pagina

Tipologia: Breve

Nomine Aipa: Ponti Cesare

Nomine: Cesare Ponti è stato nominato presidente di Aipa, l'associazione italiana delle industrie e prodotti alimentari afferente a Confindustria. Rappresenterà a livello nazionale e internazionale le oltre 300 imprese aderenti.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Aipa (Associazione italiana delle industrie e prodotti alimentari), Confindustria, Ponti Cesare

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 124, lunghezza 4 pagine e 1 colonna

Tipologia: Articolo

Sottoli e sottaceti sotto tono

I conti di Coelsanus, D&D Italia, Fratelli Polli, Fratelli Saclà e Montalbano alla prova del rating di bilancio. Ma nel futuro si proietta uno scenario lievemente appannato. Nel corso del 2005 i consumi di ortaggi conservati hanno recuperato la battuta d'arresto del 2004, registrando un aumento dell'...% per i sottaceti e del ...% per i sottoli. I sottoli hanno rappresentato circa il ...% dei volumi totali, con aumenti analoghi a quelli dei sottaceti (...% del totale).

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **I raffronti 2005 (mgl di euro) (Coelsanus, D&D, Polli, Saclà, Montalbano, Ponti)**
- **I raffronti prospettici (in mgl di euro) (Coelsanus, D&D, Polli, Saclà, Montalbano, Ponti)**
- **Il conto economico 2005 (in mgl di euro) (Coelsanus, D&D, Polli, Saclà, Montalbano, Ponti)**
- **Le variabili utilizzate per le proiezioni (Coelsanus, D&D, Polli, Saclà, Montalbano, Ponti)**

Allegati:

Citati: Acetificio Venturi, Bruschi Borgotaro, Coelsanus industria conserve, D&D Italia, D'Amico Francesco, D'Amico Mario, Modenaceti, Montalbano industria agroalimentare, Oriana Giuseppe, Polli, Polli Fausto, Ponti, Ponti Giovanni, Saclà

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n° pagina 68, lunghezza 1,3 Pagine

Tipologia: Articolo

Ristabilire la marginalità

Mercato&Imprese ha intervistato Alessandro Ferrari, direttore commerciale di Pucci, l'azienda romagnola che, fondata oltre 40 anni fa, è diventata protagonista nel mercato dei sottoli e sottaceti. Nel 2005 la distribuzione ha intensificato la pressione promozionale. I consumatori hanno difficoltà a recepire il giusto prezzo, ciò genera diffidenza e scarsa propensione all'acquisto con ricadute negative su volumi e marginalità sia per la distribuzione che per l'industria.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Appunti sui prezzi medi nel 2005 e sui canali di vendita (discount)
- Dimensione /trend del mercato ortaggi sottaceto (2004-novembre 2005)
- Dimensione /trend del mercato ortaggi sottolio + conditi (2004-novembre 2005)

- Ortaggi sottaceto: allocazione geografica, per tipologia negozio e importanza segmenti (2004-11/2005)
- Ortaggi sottolio: allocazione geografica, per tipologia negozio e importanza segmenti (2004-11/2005)
- Rank dei produttori/marche di ortaggi sottaceto (quantità)
- Rank dei produttori/marche di ortaggi sottolio+conditi (quantità)
- una riflessione sui consumi di ortaggi conservati nel 2005 e sui prodotti

Allegati:

- [Visualizza questo articolo](#)

Citati: AcNielsen, Coelsanus, Ferrari Alessandro, Polli, Ponti, Pucci, Saclà, Sasso

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 32, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Innovazione in conserva

Le vendite di sottoli e conditi si sono attestate a ... tonnellate (+...%), per un valore di ... migliaia di euro (-...%); più critica la situazione dei sottaceti, che hanno fatto registrare decrementi del ...% a volume e del ...% a valore (con ... tonnellate vendute, pari a ... migliaia di euro). Le olive hanno fatto registrare un ... % a volume e +...% a valore; stabili carciofi (+...%) e funghi coltivati (-...%); in calo ortaggi misti, con un trend negativi del ...% a valore e del ...% a volume.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: le regole di un buon impianto (per sottoli e sottaceti)
- [Il trend dei vari segmenti](#)
- [L'andamento del mercato di sottoli e sottaceti: 2005](#)

Allegati:

Citati: AcNielsen, Ardizoia Alberto, Baronti Alessio, Beria Sergio, D&D Italia, D'Amico Sabato, Ferrari Alessandro, Gaiani Mario, Galfrè, Marcocci Francesco, Montalbano industria agroalimentare, Neri, Piovanelli Alessandro, Ponti, Pucci, Saclà, Ssica (Stazione sperimentale industria conserve alimentari), Tecmon, Trifirò Antonio

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n° pagina 108, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Saclà Italia

Le schede aziendali: Anticipare e soddisfare le esigenze del consumatore e accrescere il valore del mercato, offrendo prodotti a base vegetale genuini, di alta qualità e contenuto di servizio, nel rispetto della tradizione gastronomica italiana". Da sempre, la mission di Saclà è fortemente orientata al consumatore, alla qualità e all'innovazione.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Saclà in cifre

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Acetelli Saclà, Ardizoia Alberto, Bei Tipi Saclà, Borra Alberto, Ercole Giuseppe, Ercole Lorenzo, Ercole Lucia, Ercole Secondo Pinin, Imported Food Selection, Metro, Olivoli Saclà, Saclà

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 125, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Saclà - Lancia un concorso fotografico sul pomodoro

Spot: Saclà può vantare oggi tra le sue referenze i "Bei Tipi": pomodori 100% italiani, lavorati dal fresco e conditi con gli ingredienti tipici della tradizione mediterranea come olive, capperi e peperoncino. Per promuovere il nuovo prodotto e farlo conoscere al grande pubblico, ma soprattutto per diffondere la "cultura del pomodoro" e il concetto di mediterraneità, Saclà ha ideato e bandito un concorso fotografico.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: IED (Istituto Europeo del Design), Saclà, Saclà Bei Tipi

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 68, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Berni

Le schede aziendali: Berni opera nei canali retail, horeca ed estero. Quanto al primo, l'azienda è presente nella totalità della grande distribuzione, della distribuzione organizzata e del dettaglio, con prodotti a marchio Berni e Louit Frères. I prodotti Condiriso e Condipasta sono leader nel segmento dei condimenti.

Table, grafici e box a corredo:

- Berni in cifre
- Quote di mercato a valore da fine marzo 2005 al 25 settembre 2005, di Berni

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Antoniazzi Pietro, Berni, Carciofotto, Cavani Luigi, Condipasta, Condiriso, Fondo investimenti Antonveneta, Interbanca, Louit Frères, Nestlè, Pignoletti Alessandro, Sasso, Silvestri Umberto

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n° pagina 121, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Pucci

Le schede aziendali: L'avventura della famiglia Pucci nella produzione di conserve alimentari iniziò nel 1962. Precise strategie: innovazione di prodotto, grande attenzione ai bisogni dei consumatori, allargamento distributivo, consolidamento dei rapporti con la gdo, sviluppo della divisione Food service. Dal 2004 il 40% del fatturato è sviluppato soprattutto grazie ad accordi di forniture di private label per importanti retailer.

Table, grafici e box a corredo:

- La canalizzazione delle vendite di Pucci
- Pucci in cifre (2005)

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Famiglia Pucci, Ferrari Alessandro, Pucci, Pucci Giorgio, Pucci Stefano, Tazzari Marisa

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 36, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Pucci - Produzione di conserve alimentari certificate ISO 22000

Focus: Pucci ha organizzato una convention per operatori della grande distribuzione (buyer e responsabili della qualità) dal titolo emblematico: "Siamo sicuri?" Il tema dibattuto è quello della sicurezza nel settore agroalimentare. Pucci riceverà l'attestato della certificazione di qualità ISO 22000 da parte della società Det Norske Veritas (DNV) che ha accettato di consegnare pubblicamente questo riconoscimento, perché Pucci rappresenta la prima azienda italiana a riceverlo.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Dnv (Det Norske Veritas), Iso 22000, Kursal di San Marino, Pucci

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. 02.3271840