



WWW.LARGOCONSUMO.INFO

CONFETTURE E MARMELLATE

Riferimento percorso: PL-0906-008

Percorso di lettura aggiornato al n. 09/06 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

Il presente documento in **versione interattiva** è scaricabile all'indirizzo
www.largoconsumo.info/092006/PL-0906-008.pdf

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 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 di
Aziende e Organismi
attivi nei mercati
considerati in questo
Percorso di lettura
selezionati da
Largo Consumo



I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 87, lunghezza 1/5 di pagina

Cappuccino e brioche: la colazione più amata

Quasi il ...% degli italiani ama fare colazione al bar. Il dato emerge da una ricerca che ha rilevato l'abitudine di ...milioni di italiani di fare colazione al bar almeno due volte la settimana. Cappuccino e brioche sono in testa alle preferenze, seguiti da tè (...%) e spremute (...%). A casa, invece, consumano in prevalenza i biscotti (...%), le fette biscottate (...) e i cereali (...%).

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Le preferenze degli italiani a proposito di latte: 2005 \(in %\)](#)

Citati:

Astra Demoskopea
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 71, lunghezza 1/5 di pagina

Rigoni investe sulla propria crescita

Rigoni ha segnato un +...% di fatturato fino a raggiungere i ... milioni di euro. Rigoni ha, con queste cifre, confermato la propria leadership nel biologico di cui detiene il...% del mercato, mentre nel comparto delle marmellate si colloca con il ...%, al terzo posto subito dopo Santarosa (...%) e Zuegg (...%).

Citati:

Rigoni, Santarosa, Zuegg
Notizia

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 25, lunghezza 1/3 pagina

La spesa delle famiglie per alimentari e bevande (classificazione Istat): 1995-2004 valori correnti (mln di euro dal 1999; mln di euro/lire per gli anni precedenti)

Comparti considerati: pane e cereali, carne, pesce, latte, formaggi e uova, oli e grassi, frutta, vegetali incluse le patate, zucchero, **marmellata, miele**, sciroppi, cioccolato e pasticceria, caffè, tè e cacao, acque minerali, bevande gassate e succhi, bevande alcoliche.

Tabella o Grafico

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 26, lunghezza 1/3 pagina

La spesa delle famiglie per alimentari e bevande (classificazione Istat): 1995-2004 valori costanti a prezzi 1995 (in milioni di euro/lire)

Comparti considerati: pane e cereali, carne, pesce, latte, formaggi e uova, oli e grassi, frutta, vegetali incluse le patate, zucchero, **marmellata, miele**, sciroppi, cioccolato e pasticceria, caffè, tè e cacao, acque minerali, bevande gassate e succhi, bevande alcoliche.

Tabella o Grafico

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

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 143, lunghezza 1/5 di pagina

Se lo "spalmabile" fa bene alla salute (da The Grocer)

Rassegna stampa internazionale: Regno Unito. Il miele continua a trarre profitto dalla percezione, da parte dei consumatori, delle sue proprietà salutari e, secondo il panel di Tns family food, ha attirato più di ... nuovi consumatori grazie proprio allo stretto legame con la salute. I temi salutistici hanno influito anche sulle confetture, dove sono cresciuti i segmenti che offrono un maggiore contenuto di frutta (+....%) e uno minore di zucchero (+....%).

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 141, lunghezza 1/10 di pagina

Nuove nomine in Zuegg

Profili e carriere: Giovanni Bresciani è il nuovo responsabile marketing Zuegg per i brand dei succhi di frutta e delle confetture. Il suo back ground annovera le responsabilità di product manager nella divisione freddo di Ocean spa (società del

Proposte editoriali sullo stesso argomento:



Titolo PASTICCERIA E BISCOTTERIA

- Percorso di lettura

Codice [PL-0906-001.pdf](#)

Edizione 09/2006

Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo SUCCHI DI FRUTTA E BEVANDE A BASE DI FRUTTA

- Percorso di lettura

Codice [PL-0506-015.pdf](#)

Edizione 05/2006

Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo BIOLOGICO

- Percorso di lettura

Codice [PL-0506-011.pdf](#)

Edizione 05/2006

Editore Editoriale Largo Consumo



gruppo Brandt) e in Lima spa, azienda leader nel settore del modellismo. Bresciani.....

Citati:

Brandt, Bresciani Giovanni, Lima, Ocean, Zuegg
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n°pagina 145, lunghezza 1/5 di pagina

Fuori da Rigoni le finanziarie pubbliche

La crescita di Rigoni di Asiago ne ha fatto in questi ... anni il leader del miele e delle confetture biologiche, con un fatturato passato dai ... mln nel 2000 ai ... nel 2004. Per tutto questo periodo l'azienda ha beneficiato del sostegno di Sviluppo Italia e di Veneto sviluppo che, completato con successo il piano di rilancio industriale, hanno finito per cedere le proprie rispettive quote del ... e del ...% alla famiglia, la quale torna così a controllarne la proprietà...continua...

Citati:

Ministero del Tesoro, Regione Veneto, Rigoni, Sviluppo Italia, Veneto Sviluppo
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n°pagina 175, lunghezza 1/5 di pagina

Prima colazione: un pasto ancora conviviale

Rassegna stampa-Francia: la prima colazione mantiene un ruolo tutto particolare, di pasto in comune, destinato a conservare i legami affettivi, specialmente nel week-end, quando non pesano le ferree leggi degli orari lavorativi o scolastici. Una maggioranza schiacciante consuma la prima colazione fra le pareti domestiche, anche se si tratta, a volte, di un semplice caffè.

Citati:

d'Erceville Angélique, Lsa
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n°pagina 33, lunghezza 2,3 pagine

Un successo mattutino

Cereali per la prima colazione: sono ancora un piccolo mercato, ma i tassi di crescita si dimostrano sempre molto interessanti. I segmenti di punta sono quelli delle referenze per bambini e salutistiche.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [La ripartizione delle vendite dei prodotti per la prima colazione: anno terminante a febbraio 2005](#)

- [Il mercato dei cereali per prima colazione: anno terminante ad aprile 2005](#)

Citati:

Barilla, Cannillo, Capozza Giulio, Cesari Gianni, Colussi, Eurisko, Iha Italia, Kellogg, Lameri, Minoia Giuseppe, Nestlé, Perfoods, Persiani Juri, Scieghi Walter, Tinelli Barbara
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n°pagina 147, lunghezza 1/6 di pagina

Guarda all'estero il miele vicentino

Rigoni di Asiago, leader italiano delle vendite di confetture e miele biologici posizione confermata dai risultati dei primi 4 mesi del 2005 per un ulteriore ...% di fatturato, pari a ... milioni di euro rispetto ai ... milioni del quadrimestre di raffronto 2004. È un dato che si inserisce in un trend positivo che ha segnato ... milioni di euro di bilancio 2004 in confronto ai ... milioni del 2003....Continua...

Citati:

Rigoni
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 7/2005, n°pagina 86, lunghezza 2 Pagine

Indagine a colazione

Stile di vita: La maggior parte degli italiani la mattina gusta un primo pasto a casa propria, a base di latte, biscotti, pane e marmellata. Fra coloro che "saltano" troppi i bambini e gli adolescenti.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Gli italiani e la prima colazione \(in %\)](#)

- [Le tipologie degli italiani in base al consumo della prima colazione \(in %\)](#)

Citati:

Aidi, Eurisko
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 7/2005, n°pagina 119, lunghezza 1/6 di pagina

Tre Marie lancia le confetture

Campagne pubblicitarie: con sei innovative referenze, Tre Marie si è deciso a differenziare la propria offerta e a entrare nel settore delle confetture...Continua...



Titolo ORTOFRUTTA
- Percorso di lettura
Codice [PL-0906-014.pdf](#)
Edizione 09/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo CONSERVE VEGETALI
- Percorso di lettura
Codice [PL-0506-007.pdf](#)
Edizione 05/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



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



Citati:

GranMilano , Nadler, Larimer & Martinelli, Tre Marie
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n°pagina 92

Eurisko e Aidi

Aidi, l'associazione che riunisce le principali industrie dolciarie italiane, ha commissionato a Eurisko un'indagine sulle abitudini degli italiani al momento della prima colazione.
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n°pagina 105, lunghezza -

Pack di Carrè Noir per confetture Tre Marie

Campagne pubblicitarie: Tre Marie ha deciso di esordire nel mercato delle confetture affidando a Carrè Noir Italia il compito di migrare l'identità visiva di Tre Marie nel nuovo prodotto.
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 11/2004, n°pagina 83, lunghezza 1/3 di pagina

Il rilancio di Cirio e De Rica

ConsERVE: si punta a riaffermare la leadership per Cirio, con i suoi prodotti premium price, e a riposizionare De Rica come alternativa, con una gamma ampliata e un livello leggermente inferiore di prezzo. Il possibile rischio di sovrapposizione con Valfrutta è scongiurato poichè...continua...
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 5/2004, n°pagina 106, lunghezza -

Confetture in ottima forma

Analisi della domanda: le comprano più al Nord che al Sud, soprattutto gli appartenenti alle classi socioeconomiche alte e medio-alte, che abitano nelle grandi città. Buona la penetrazione del segmento 100% frutta.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I gusti di marmellata preferiti dagli italiani (in .000)
 - Il consumo di confetture per canale distributivo: 2002-2003
 - Il parco acquirenti dei mercati della prima colazione (in .000)
 - Il segmento 100% frutta: 2001-2003
 - L'indice di penetrazione delle confetture nell'universo delle famiglie italiane
- Articolo

Largo Consumo, fascicolo 1/2004, n°pagina 73, lunghezza -

Un buon giorno per la prima colazione

Analisi della domanda: Sarà merito dei nutrizionisti o della nouvelle vague salutista, ma il piccolo pasto del mattino dimostra grandi performance. Entrano nuovi alimenti, mentre quelli tradizionali non sono intenzionati a cedere.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Il mercato della prima colazione: 2001-2003 (in %, in valore e acquisto medio)
- La penetrazione delle private label nella prima colazione: 2001-2003 (in %)

Citati:

Gfk Iha Italia
Articolo



Titolo La trasformazione industriale di frutta e ortaggi. Tecnologie per la produzione di conserve e semiconserve vegetali.
Autore Carlo Pompei
Editore Il Sole 24 Ore Ed agricole
Anno 2005
Pagine 416
Prezzo € 28,50



COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2005, n° pagina 81, lunghezza 1 pagina

[Italcanditi/Vitalfood](#)

Le schede aziendali: Fondata nel 1963 da Angelo Goffi, Italcanditi nacque come azienda produttrice di frutta candita e di marrons glacés, diversificandosi negli anni per offrire all'industria alimentare e di trasformazione del latte una gamma di prodotti sempre più ampia. Oggi la gamma proposta si articola nei seguenti prodotti: preparati per yogurt, confetture, creme, frutta semicandita, creme salate e verdure stabilizzate, frutta candita e marrons glacés

Comunicazione d'impresa – Serie "**[Le schede aziendali](#)**"

Largo Consumo, fascicolo 3/2005, n° pagina 64, lunghezza 1 Pagina

[Rigoni di Asiago - Alta qualità e passione artigianale per esaltare il miele e le confetture biologiche](#)

Le interviste: Continua la crescita dell'azienda specializzata in miele e confetture biologiche: ne parliamo con Andrea Rigoni, direttore commerciale, che spiega la filosofia imprenditoriale e gli obiettivi della società.

Citati:

Rigoni Andrea, Rigoni di Asiago

Comunicazione d'impresa – Serie "**[Le interviste](#)**"

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2005, n° pagina 121, lunghezza 1 pagina

[Saiace](#)

Le interviste: Saiace, nata nel 1941, con sede a Monselice (Pd), è una delle più importanti realtà italiane nel settore della trasformazione della frutta (confettura e frutta sciroppata), ruolo ulteriormente accresciuto da quando è diventata filiale italiana del gruppo Andros. Da due anni, l'azienda commercializza anche i prodotti freschi a marchio Andros, cioè una gamma di spremute in bottiglia di vetro e una gamma di mousse di frutta.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Il trend di fatturato dei prodotti

Comunicazione d'impresa – Serie "**[Le interviste](#)**"

Largo Consumo, fascicolo 5/2004, n° pagina 108, lunghezza -

[Unilever Bestfoods Italia – a Tutta frutta, il benessere "goloso" firmato Santa Rosa](#)

I profili: Santa Rosa arricchisce la propria offerta "A tutta frutta", una nuova linea di confetture di alta qualità 100% frutta senza saccarosio, in vasetti da 220 grammi in tre varianti – che si inserisce in un segmento in forte crescita.

Comunicazione d'impresa – Serie "**[I profili](#)**"