

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



Documento in **versione interattiva:**
www.largoconsumo.info/012008/PL-0108-002.pdf

IGIENE ORALE



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 1/2008 e supplementi
 Rif: PL-0108-002

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:

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 – Grocery non alimentare

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.

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 giornalistici sono sviluppati in forma di interviste, tante quanti sono i settori merceologici presi in esame nel fascicolo.

I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 88, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Dentifrici senza rischi

Il sottosegretario di Stato per la salute, Gian Paolo Patta, in una seduta della Camera, ha ribadito che i controlli sui dentifrici contraffatti, effettuati dopo l'allarme proveniente dal Canada e da alcuni Paesi Europei, non hanno rilevato alcun rischio per i consumatori. L'importazione parallela è ammessa in Italia a condizione però che il prodotto importato sia reso conforme alle norme italiane.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Unipro

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n° pagina 8, lunghezza 1/20 di pagina

Tipologia: Breve

Spazzole e spazzolini da denti: consumi e produzione industriale

Nel ... l'industria italiana delle spazzole e spazzolini da denti ha mantenuto le posizioni, con esportazioni per ... milioni di euro (-,.,%). Le importazioni sono state di .. milioni (+,.,%), di cui un quarto dalla Cina.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n° pagina 11, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

I principali gruppi grocery: Colgate-Palmolive

Nel settore dei detersivi Colgate-Palmolive, il maggiore concorrente di Procter&Gamble, nel ... ha fatturato .. miliardi di euro (+,.,%) con profitti netti di .. miliardi, uguali a quelli dell'anno precedente. Il fatturato dei prodotti per l'igiene orale è rimasto al ..% del totale, quello dei detersivi per la casa (tra i quali quelli a marchio Ajax) è diminuito al ..% del totale, quello dei prodotti per la cura della persona, è stato il ..% del totale.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Ajax, Colgate-Palmolive, Dynamo, Fab, Hill's, Paic, Procter & Gamble, Tom's of Maine, Trojan

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n° pagina 18, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Le prime 20 imprese del settore grocery non food per numero di addetti: 2005

Artsana, Bormioli Rocco, Cartiere Fedrigoni, Stola, Deroma, Peg Perego, Comital Saiag, Giochi Preziosi, Fater, Kartogroup, Procter&Gamble, Bormioli Luigi, Kimberly-Clark, Colgate-Palmolive, Bialetti Industrie, C.A.L.P., Henkel Loctite, Reckitt Benckiser: Ricavi in migliaia di euro e var % su anno precedente.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Artsana, Bialetti Industrie, Bormioli Luigi, Bormioli Rocco & Figlio, Bureau Van Dijk, CALP - Cristalleria Artistica La Piana, Cartiere Fedrigoni & C, Colgate-Palmolive, Comital Saiag, Deroma, Fater, Fedrigoni Cartiere, Giochi Preziosi, Henkel Loctite Adesivi, Kartogroup, Kimberly-Clark, Peg Perego, Procter & Gamble (P & G), Reckitt Benckiser, Stola

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Igiene persona -
Codice PL-0507-012

Edizione: 5/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-012.pdf



Titolo: Profumeria e cosmesi -
Codice PL-0307-005

Edizione: 3/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-005.pdf

Titolo: Procter&Gamble -
Dati Finanziari Trimestre
Ottobre/Dicembre 2006

Edizione: 3/2007

Editore: Procter and Gamble

Link:

www.largoconsumo.info/032007/DOCProcter&Gamble169-0307.pdf

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 20, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti pubblicitari netti nei comparti grocery non alimentare: 2005-2006 (in %)

Toiletries, Igiene orale, Prodotti per capelli, Pulizia della casa, Pulizia dei tessuti, Giocattoli, Igiene prima infanzia, Utensileria, Giardinaggio, art. monouso su dati Adex Nielsen media Research.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Adex, Nielsen Media Research

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 39, lunghezza 1/20 di pagina - Estrapolazione da tabella

Tipologia: Tabella o Grafico

Igiene orale: i risultati delle principali imprese in Italia 2004-05

Colgate-Palmolive, Scharzkopft & Henkel, Farmaceutici Dott. Ciccarelli e altri. 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.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Colgate-Palmolive, Farmaceutici Dott Ciccarelli, Schwarzkopf & Henkel Italia

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n°pagina 164, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Riflettori su farmaceutici Dott. Ciccarelli

Valutazione: Ecco un'azienda con una lunga storia alle spalle e molti marchi di successo, che ha saputo adattarsi alla moderna distribuzione senza trascurare con profitto gli altri circuiti commerciali. In particolare, l'azienda lombarda ha fatto registrare nel corso del 2005 un fatturato pari a circa ... milioni di euro, evidenziando un incremento rispetto al 2004 pari al ...%.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [Il conto economico di Farmaceutici Dott. Ciccarelli: 2004-2010 \(in migliaia di euro\)](#)
- [La valutazione con il metodo di cassa scontati di Farmaceutici Dott. Ciccarelli: 2006-2010 \(in migliaia di euro\)](#)

Allegati:

Citati: Ciccarelli, Ciccarelli Clemente, Ciccarelli Nico, Mantovani

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n°pagina 70, lunghezza 1,3 Pagine

Tipologia: Articolo

Flessibilità nella struttura

Mercato&Imprese ha sentito il parere di Isolina Zecchin, amministratore unico di Spazzolificio Piave, un'azienda di Onara (Pd) diventata leader di mercato grazie all'apporto dello spazzolino da denti Silver Care. Aumento a valore nella distribuzione e distribuzione organizzata del ...% per gli spazzolini da denti manuali. Rilevante aumento di quota nelle private label. ...% del fatturato all'estero.....

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Dimensione /trend del mercato spazzolini da denti
- Dimensione /trend del mercato spazzolini elettrici
- Profilo dei consumatori di spazzolini da denti (2004-11/2005)
- Rank dei produttori/marche di spazzolini da denti (quantità)
- Rank dei produttori/marche di spazzolini elettrici (quantità)
- Spazzolini da denti: allocazione geografica, tipologia negozio (2003-2005)
- Spazzolini elettrici: allocazione geografica, tipologia negozio (2003-2005)

Allegati:

- [Visualizza questo articolo](#)

Spazio pubblicitario disponibile

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

Servizio Pubblicità e Comunicazione di impresa
E.mail: pubblicita@largoconsu.mo.it

Citati: Acqua Fresh, AZ, Ciccarelli, Colgate, Gfk Iha Italia, Gillette, GSK, Mentadent, Oral B, P&G, Piave, Silver Care, Spazzolificio Piave, Unilever, Zecchin Isolina

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 55, lunghezza 4 Pagine

Tipologia: Articolo

Oral care con il sorriso

Igiene orale: concentrando l'attenzione sull'andamento dei 3 macrosegmenti di dentifrici, spazzolini e accessori (colluttori, ma anche fili interdentali, scovolini ecc.) all'interno della gdo, i primi risultano stabili con un valore di circa ... milioni di euro (...% del totale), i secondi in crescita del ...% per un valore pari a ... milioni di euro (...% del totale), i terzi evidenziano infine un incremento vicino alla doppia cifra arrivando a coprire ormai il ...% del mercato complessivo.

Tablelle, grafici e box a corredo:

- **I prodotti per l'igiene della bocca a seconda dei canali: 2004**
- La ripartizione delle vendite dei prodotti per l'igiene della bocca: 2004 (in %)

Allegati:

Citati: Andi, Antica Erboristeria, Aquafresh , Aquafresh Duo clean, Associazione italiana industrie cosmetiche, Associazione nazionale dentisti italiani, Az Complete, Az Night complete, Colgate Omni, Colgate Plax, Colgate total, Colgate-Palmolive, Denivit, Glaxo Smithkline consumer healthcare, Guccione Fabrizio, Henkel, Imberti Raffaella, Iodosan, Mentadent, Mentadent P, Mentadent White system, Oms, Parodontax, Piantanida Marco, Sensodine, Silver care, Società di igiene e medicina preventiva , Spazzolificio Piave, Stevan Paola, Theramed, Unipro, Università degli Studi di Milano, Zecchin Isolina

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 92, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Norme Uni per lo spazzolino elettrico

La norma Uni En Iso 20127 definisce i requisiti cui deve rispondere uno spazzolino di qualità, che deve anche superare prove tra cui la resistenza dei singoli gruppi di setole e la resistenza all'aggressione chimica. Come dichiarato da Fdi World dental federation.....

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Fdi World dental federation, Uni En Iso 20127

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 39, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Dentolino, la cura dentale tascabile

Spot: Il sistema di cura dentale tascabile Dentolino è un'autentica evoluzione del vecchio stuzzicadenti in legno per secoli utilizzato dall'uomo per rimuovere le particelle di cibo.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Scarica questa comunicazione di impresa**

Citati: Dentolino, Emisfero distribuzione

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n° pagina 122, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Spazzolificio Piave

Le schede aziendali: Spazzolificio Piave nacque più di un secolo e mezzo fa a Conegliano Veneto come produttore di spazzole, spazzolini e pennelli. Soltanto nel 1970, l'azienda è stata rilevata dalla famiglia Zecchin e trasferita a Onara (Pd). Presidia i canali della moderna distribuzione, il canale professionale e quello delle farmacie. Specializzazione anche nella fornitura di private label per l'industria e la grande distribuzione.

Table, grafici e box a corredo:

- L'evoluzione del fatturato dello Spazzolificio Piave (in mln di euro - 2000-2005)

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Cen, Comitato europeo di standardizzazione, Famiglia zecchin, Marcon Gianni, Silver Care, Spazzolificio Piave, Università di Milano, Zecchin Federico, Zecchin Isolina

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 113, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Spazzolificio Piave - Dentonet Professional: qualità, assortimento e grande specializzazione

Focus: La nuova linea Dentonet Professional mantiene le caratteristiche di alta specializzazione in relazione alle specifiche tipologie di utilizzo e conserva la profondità di assortimento indispensabile per le necessità di un consumatore sempre più attento. l'offerta si colloca su fasce di prezzo più sostenibili da parte del consumatore fermi restando gli elevati livelli qualitativi che da sempre contraddistinguono tutta la produzione Piave.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Dentonet Professional, Linea Dentonet, Silver Care, Spazzolificio Piave, Zecchin Isolina

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 114, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Sunstar Suisse - Original White, un sorriso naturalmente bianco

Spot: Per restituire il bianco originale dei denti, alterato da caffè, tè, vino, tabacco, farmaci o il semplice passare del tempo, GUM propone Original White. Un dentifricio di nuova generazione che, usato regolarmente, rimuove le macchie e ne previene il ritorno, senza danneggiare la salute orale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Gum, Original White, Sunstar Suisse

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 52, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Spazzolificio Piave - Silver Care® è la linea antibatterica completa leader di un assortimento da sempre "made in Italy"

I profili: L'azienda è specializzata nella produzione di spazzolini da denti e articoli per l'igiene orale sia a marchio proprio, sia per le grandi industrie e il trade moderno. Silver Care® è la sua "punta di diamante": una linea caratterizzata da alta qualità certificata e forte contenuto innovativo. Qualità e innovazione tutte italiane... Forti investimenti in comunicazione...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Cen (Comitato europeo di standardizzazione), ISO 8627:1987, UNI EN ISO 9002, Zecchin Isolina

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 57, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Unilever Italia - Mentadent Alito Puro per la salute della bocca

Spot: ricercatori Mentadent rilanciano così il proprio impegno, sviluppando nuovi strumenti per una prevenzione sempre più completa. L'ultima innovazione è Mentadent Alito Puro. Le ricerche evidenziano una crescita nei prodotti che promettono maggiore freschezza all'alito.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Mentadent, Mentadent Alito Puro, Unilever Italia

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 58, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Pfizer Consumer Health Care - Listerine® è una bomba per l'igiene orale

Focus: Listerine® è il collutorio che assicura un'efficace azione antibatterica.

Timolo, eucaliptolo, metil salicilato e mentolo sono i "Fantastici 4" estratti che lo rendono un prodotto unico, distribuito in farmacia da marzo 2005 nel flacone da 250 ml. Tre diverse combinazioni: difesa denti e gengive, fresh citrus, tartar control. Gli italiani e l'igiene orale.....

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Astra, Listerine difesa denti e gengive, Listerine Eucaliptolo, Listerine fresh citrus, Listerine Mentolo, Listerine Metil salicilato, Listerine tartar control, Listerine Timolo, Pfizer Consumer health care

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