

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/012010/PL-0110-003.pdf

IGIENE PERSONA



Costi del Percorso di lettura:

€ 231,00 (comprensivo iva) - non abbonati
 € 181,00 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo 01/10 e supplementi

Rif: PL-0110-003

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.

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.

I CONTENUTI EDITORIALI:

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2010, n°pagina 36, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

La cura di sé resta una priorità

Igiene persona: Con Silvia Garbarino, direttore marketing e comunicazione di Paglieri, facciamo il punto su un gruppo di prodotti che, avendo a che fare con la cura di sé, avrebbero dovuto dimostrarsi, a rigore, abbastanza anticiclici e impermeabili alla recessione. È andata davvero così?

Tablette, grafici e box a corredo:

- Dimensione/Trend del mercato - Bagno e doccia schiuma
- Dimensione/Trend del mercato - Saponi igiene intima
- Dimensione/Trend del mercato - Saponi toilette liquidi
- Igiene persona a marchio del distributore - Quote % di mercato
- Igiene personale: investimenti netti in pubblicità

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Artsana, Beiersdorf, Felce Azzurra, Felce Azzurra II Bianco, Garbarino Silvia, Gillette Group, Istituto Nielsen, Manetti-Roberts, Nielsen MediaResearch, Nielsen-TradeMis, Paglieri, Paglieri Profumi, Plma, Unilever Italia, Università degli Studi di Genova

Largo Consumo, fascicolo 1/2010, n°pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Carabinieri e Federchimica siglano accordo anti-contraffazione dei prodotti chimici

Notizie in corso: La contraffazione è un fenomeno che investe salute e sicurezza dei consumatori e i settori produttivi, anche quello chimico. È la ragione dell'accordo siglato a Milano tra il Comando dei Carabinieri per la Tutela della Salute, che coordina l'attività dei Nas, Nuclei Antisofisticazioni e Sanità, e Federchimica, Federazione Nazionale dell'Industria Chimica. È la prima volta che un Comando dell'Arma sigla un accordo con un'associazione confindustriale.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Igiene orale -
Edizione PL-1008-009
Edizione: 10/2008
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
www.largoconsumo.info/102008/PL-1008-009.pdf



Titolo: Profumeria e cosmesi - Codice PL-0410-004
Edizione: 4/2010
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
www.largoconsumo.info/042010/PL-0410-004.pdf



Titolo: Farmaco e parafarmaco - Edizione PL-0310-003
Edizione: 3/2010
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
www.largoconsumo.info/032010/PL-0310-003.pdf

Mercato Italia Agro, fascicolo 6/2009, n° pagina 16, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I risultati delle principali imprese alimentari: Procter&Gamble

Nell'esercizio-.... il gruppo Procter&Gamble ha incrementato le vendite complessive a ... miliardi di euro (+.%), con profitti netti di oltre . miliardi (+.%). Un terzo delle vendite è stato generato dai prodotti per bellezza e da quelli a marchio Gillette, il ..% da detersivi e baby care, il ..% dai prodotti health care. Alimentari (caffè e snack) e pet food hanno fatturato ... miliardi di euro (+.%), pari al .% delle vendite totali.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Folgers, Gillette, J.M. Smucker , Procter&Gamble

Mercato Italia Agro, fascicolo 6/2009, n° pagina 17, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I risultati delle principali imprese alimentari: Sara Lee

Il gruppo Sara Lee nell'esercizio-.... ha incrementato il fatturato a . miliardi di euro (+.% in dollari), con una perdita di .. milioni, a seguito di svalutazioni patrimoniali. Alla fine del ha ceduto le attività statunitensi di vendita diretta di caffè (direct store foodservice) all'azienda specializzata Farmer Bros (vendite per ... milioni di euro), che così raddoppierà il suo giro d'affari.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Douwe Egberts, Farmer Bros, Sara Lee

Largo Consumo, fascicolo 12/2009, n° pagina 13, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

L'igiene Sara Lee a Unilever

Sara Lee nel mirino del merger & acquisition di Unilever che ne ha acquistato la divisione cura della persona. Obiettivi vantaggiosi da entrambe le parti: per Unilever è in gioco il rafforzamento sui mercati dell'Europa occidentale e dell'Asia; per Sara Lee si prospetta un programma di riacquisto delle azioni e il consolidamento del business delle bevande e nell'alimentare.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Radox, Sanex, Sara Lee, Unilever

Largo Consumo, fascicolo 12/2009, n° pagina 79, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Accenture per i servizi Web Procter&Gamble

Procter & Gamble ha stretto un accordo pluriennale con Accenture per trasformare la propria infrastruttura tecnologica web e la capacità digitale on-line. Accenture diventa così il principale fornitore di Procter & Gamble per l'infrastruttura tecnologica e i servizi web, mentre P & G assume il ruolo di anchor client di Accenture Interactive, ramo d'azienda creato per aiutare le società a sviluppare una capacità di marketing digitale di altissimo livello e a ottimizzare gli investimenti.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Accenture, Foster Marta, Procter & Gamble

Largo Consumo, fascicolo 12/2009, n° pagina 81, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Henkel contro la tortura infantile

Diritti dell'infanzia al centro dell'impegno Henkel che chiama i propri siti internet a sostenere la campagna di Terre des hommes "Io proteggo i bambini". Un nastro giallo campeggia sull'angolo in alto a sinistra dell'home page in forma di appello rivolto a oltre . milione di navigatori e navigatrici di tutta Italia a cancellare i segni della tortura infantile.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: DonnaD, Henkel, Io proteggo i bambini, Terre des hommes



Titolo: Cura capelli -

Edizione PL-1009-008

Edizione: 10/2009

Editore: Editoriale Largo

Consumo

Link:

[www.largoconsumo.info/102009/PL-1009-008.p](http://www.largoconsumo.info/102009/PL-1009-008.pdf)
[df](http://www.largoconsumo.info/102009/PL-1009-008.pdf)



Titolo: Il marketing rivolto alla donna - Edizione PL-0309-008

Edizione: 3/2009

Editore: Editoriale Largo

Consumo

Link:

[www.largoconsumo.info/032009/PL-0309-008.p](http://www.largoconsumo.info/032009/PL-0309-008.pdf)
[df](http://www.largoconsumo.info/032009/PL-0309-008.pdf)



Titolo: Preferenze degli utenti nei sistemi di asciugatura delle mani

Edizione: 5/2009

Editore: Intermetra per

European Tissue

Symposium

Link:

[www.largoconsumo.info/052009/BRLC0509-StuR](http://www.largoconsumo.info/052009/BRLC0509-StuRice.pdf)
[ice.pdf](http://www.largoconsumo.info/052009/BRLC0509-StuRice.pdf)

Largo Consumo, fascicolo 12/2009, n° pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Ancora in crescita Sara Lee in Italia

Sara Lee, la multinazionale americana che dalla sua sede di Chicago opera in ... Paesi del mondo nei rami food, caffè food service, bakery, cura della persona e della casa, è ben nota anche in Italia soprattutto proprio nel mercato health & body care i cui marchi, tra cui Ambi Pur, Fissan, Badedas, Depilzero e Glysolid hanno acquisito negli anni una consolidata posizione. Leadership riconfermata da filiale Sara Lee Italia, la filiale diretta da Domenico Zaccone, anche per il

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Ambi Pur, Badedas, Depilzero, Fissan, Glysolid, Sara Lee, Zaccone Domenico

Largo Consumo, fascicolo 11/2009, n° pagina 86, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Lacche e shampoo alla conquista del web

Digital marketing: La cura dei capelli è tra gli argomenti di discussione più gettonati on line. Dall'analisi di forum e blog le aziende possono capire difetti e pregi dei prodotti del settore. La cosmesi, e in particolare la cura del proprio aspetto, è uno degli argomenti di discussione on-line di maggiore attrattiva per i consumatori (o meglio, le consumatrici), i quali condividono le loro esperienze e si consigliano tra loro. Ma cosa si dice, in rete, delle aziende cosmetiche?

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: La metodologia della ricerca
- [I marchi più citati nei forum dedicati ai capelli \(in%\)](#)
- [I prodotti più citati nei forum dedicati ai capelli \(in%\)](#)

Allegati:

- [Leggi questo articolo](#)

Citati: Blogmeter, Fructis, Garnier, L'Oréal, L'Oréal Elvive, Nivea, Pantene, SemEdge, Studio Line, Sunsilk, Ultradolce, Yahoo

Largo Consumo, fascicolo 11/2009, n° pagina 113, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Una donna ai vertici di Henkel

A capo del consiglio di sorveglianza di Henkel – noto gruppo di prodotti di largo consumo per la casa e la cura della persona che è anche tra le principali aziende chimiche nel mondo – c'è oggi una donna. È la prima volta nella storia delle imprese tedesche quotate sul maggiore indice della Borsa di Francoforte. Si tratta di Simone Bagel-Trah, microbiologa quarantenne, madre di due figli nonché pronipote del fondatore del gruppo tedesco, Fritz Henkel.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Bagel-Trah Simone, Fritz Henkel, Henkel, Woeste Albrecht

Largo Consumo, fascicolo 11/2009, n° pagina 120, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Procter&Gamble aggiorna le previsioni

Aggiornate le stime per l'esercizio fiscale di Procter & Gamble con previsioni di rialzo del fatturato organico già a partire dal trimestre ottobre-dicembre La crescita dovrebbe attestarsi per il tra l' e il .% rispetto al compreso un effetto dei tassi di cambio calcolato tra lo . il -.%. L'utile per azione dovrebbe raggiungere entro il medesimo termine tra i ,... e i ,... dollari includendo un incremento straordinario degli utili.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Procter&Gamble



Titolo: **Hygiene Matters, The SCA Hygiene Report 2008**

Edizione: 3/2009

Editore: Sca

Link:

www.largoconsumo.info/032009/BRLC0309-StuRice.pdf



Titolo: **Le differenze inventariali delle lamette da barba**

Edizione: 12/2008

Editore: Checkpoint Systems

Link:

www.largoconsumo.info/122008/BRLC1208-StuRice.pdf



Aderisci alla **community** dei manager dell'**Industria**, della **Distribuzione** e dei **Servizi** della filiera dei beni di **largo consumo**.

Link:

www.viadeo.com/join/lc

Largo Consumo, fascicolo 10/2009, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

P&G sceglie la soluzione Axway

Procter & Gamble, leader dei prodotti di consumo, ha scelto la soluzione b.b di Axway per il trasferimento gestito di file (Mft) al fine di ottimizzare l'efficienza della propria supply chain, la gestione dei costi e le relazioni con i partner commerciali. Questa soluzione consente infatti il trasferimento sicuro dei file con una visibilità e un controllo completi in tempo reale oltre a migliorare la comunicazione interna e esterna all'azienda.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Axway, B2B, Procter&Gamble

Largo Consumo, fascicolo 10/2009, n° pagina 38, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

L'evoluzione dell'assorbente

Igiene: Li si utilizza dalla casa all'igiene del bebè: sono i prodotti monouso in tessuto-non tessuto. Se ne fa largo impiego con i pannolini, purtroppo non riciclabili. Sono in continua crescita, confermano i dati Edana, l'associazione europea delle imprese produttrici di tessuti non-tessuti, materiale di base dell'industria dell'usa e getta di cui nel se ne sono prodotte in Europa tonnellate, il .% più dell'anno prima. L'igiene e la persona hanno inciso per tonnellate.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Il tissue in una vetrina globale
- Lo sviluppo della produzione di tessuti non-tessuti per l'usa e getta in Europa

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Cim-Cardificio Italiano, Edana, Fermentino Tommaso, Iso 9002, Kumar Sharma Narinder, Liuc di Castellana, Rsi World Tissue Monitor, Tere, The European Tissue Symposium, Tissue World, Tissue World America, Tissue World Asia

Largo Consumo, fascicolo 10/2009, n° pagina 73, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Gli uomini e la cura del corpo

Per indagare il rapporto che gli uomini hanno con la cura del loro corpo, Mediedge: cia (la prima agenzia di media investment management in Italia) ha sviluppato la ricerca Men's grooming, dalla quale risulta che per gli uomini la stanza da bagno rappresenta un luogo sacro, dove avvengono veri e propri rituali: la rasatura, al mattino, e la doccia alla sera.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Mediedge:cia, Men´s grooming

Largo Consumo, fascicolo 10/2009, n° pagina 99, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Cosmetici Lush in vasetti riciclati

Dall'inizio del Lush ha adottato confezioni di plastica riciclata. In particolare per quanto riguarda la linea dei vasetti neri, la casa cosmetica inglese ha lanciato una promozione permanente che regala una maschera fresca a chi riporta in negozio . barattoli. I barattoli di plastica nera possono essere riutilizzati all'infinito e riciclati nuovamente, ma non sempre la plastica nera viene riciclata dalle aziende specializzate nello smaltimento dei rifiuti.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Lush

**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@largoconsu.mo.it

Largo Consumo, fascicolo 10/2009, n° pagina 125, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Procter&Gamble penalizzata dai cambi

Risultati di esercizio: Procter&Gamble ha chiuso l'esercizio finanziario terminante a giugno con un fatturato di ... miliardi di dollari, -..% sull'anno prima a seguito principalmente dei cambi sfavorevoli che hanno inciso negativamente per il .%. I volumi di vendita sono diminuiti del .%, in parte per le cessioni il cui effetto ha pesato per l'%. e quindi il calo effettivo è stato del .%.

Tablette, grafici e box a corredo:

- [I risultati di un anno di Procter&Gamble: 2008-2009 \(a.t. giugno in milioni di dollari e var. %\)](#)

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)
- [Visualizza il documento originale](#)
- [Visualizza il documento originale](#)

Citati: Procter&Gamble

Largo Consumo, fascicolo 10/2009, n° pagina 125, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Vendite L'Oréal in accelerazione

Risultati di esercizio: L'andamento delle vendite semestrali L'Oréal indica un +..% a ... miliardi di euro che corrispondono al +..% a cambi costanti e al -..% basandosi su una struttura comparabile e con tassi di cambio immutati. L'impatto netto dei cambi è cresciuto del ..% principalmente come risultato dell'acquisizione di Ysl Beauté CollaGenex Pharmaceuticals e al consolidamento del ...% di Club des Créateurs de Beauté.

Tablette, grafici e box a corredo:

- [Le vendite L'Oréal per divisioni: 1° semestre 2009 \(in milioni di euro e var. 2009/2008\)](#)

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)
- [Visualizza il documento originale](#)

Citati: Club des Créateurs de Beauté, L'Oréal, Ysl Beauté CollaGenex Pharmaceuticals

Largo Consumo, fascicolo 9/2009, n° pagina 116, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Scienza e ricerca premiano le donne

Nasce il premio "L'Oréal Italia Per le Donne e la Scienza", promosso da L'Oréal Italia in collaborazione con la Commissione Nazionale italiana per l'Unesco. L'obiettivo del premio, giunto nel alla sua settima edizione, è quello di sostenere e incoraggiare le giovani donne che contribuiscono al progresso in ambito scientifico. Le cinque borse di studio, del valore di euro ciascuna, sono state assegnate ad altrettante promettenti ricercatrici scelte tra centinaia da tutta Italia.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: L'Oréal Italia, L'Oréal Italia per le Donne e la Scienza, Olivieri Anna, Ostorero Luisa, Righi Valeria, Ronchi Cristina, Unesco, Veronesi Umberto, Versace Elisabetta

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n° pagina 8, lunghezza 1/2 pagina

Tipologia: Breve

Comas: [si estende la rete dei consorzi](#)

Continua la crescita del network di Comas, il consorzio nato dall'unione di operatori del settore non food e toiletries fondato nel da Alessandro Perlangeri, oggi direttore commerciale, e Alessandro Rossi presidente del consiglio d'amministrazione. Comas punta sulla formula consortile per risolvere le difficoltà della distribuzione tradizionale profondamente cambiata in conseguenza della diffusione della grande distribuzione. E' il primo gruppo che risulta operativo nel canale corto e lungo

Table, grafici e box a corredo:

- **[I numeri di Comas: 2007-2008 \(in %\)](#)**

Allegati:

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

Citati: Cecchetto Rino, Centrodet, Comas, Kuadrifoglio, Perlangeli Alessandro, Rossi Alessandro, Savi, Sorrentino, Vilardi Salvatore

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n° pagina 20, lunghezza 1/8 di pagina - estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

[La composizione del mercato del cosmetico: 2008 \(in %\)](#)

La distribuzione al dettaglio relativamente i prodotti per il corpo e per i capelli, i prodotti per il viso e il make-up, l'igiene orale, la profumeria, i prodotti per l'uomo, le confezioni regalo. Informazione contenuta nell'articolo "Trucchi senza inganno".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n° pagina 71, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

[Henkel comunica alle donne](#)

Henkel Italia ha creato DonnaD, un sistema di comunicazione moderno e articolato creato per parlare al pubblico femminile e stabilire con donne diverse per età, profilo, stili di vita, un rapporto saldo e positivo. Nato inizialmente come strumento innovativo di marketing diretto, donna, fruibile sia sul web (www.donnad.it) che su carta, si è evoluto nei contenuti e nella struttura editoriale, grazie a un'ampia operazione di restyling che ne ha arricchito i contenuti.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n° pagina 78, lunghezza 1/9 di pagina - estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

[Le caratteristiche più importanti delle confezioni: 2009](#)

La ricerca di Gfk Eurisko richiede agli intervistati le tre caratteristiche più importanti delle confezioni, per categoria di prodotto. Informazione contenuta nell'articolo "Confezioni ad alto gradimento".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n°pagina 87, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Procter&Gamble prende il treno

Viaggiare su strada ha i suoi costi, per l'ambiente e non solo tra caro petrolio, che nel si è fatto sentire, traffico e blocchi stradali senza dimenticare le agitazioni degli autotrasportatori. Lo sa bene Procter & Gamble i cui prodotti ogni anno in Europa occidentale viaggiano per oltre ... milioni di km. Più del ..% del trasporto merci della multinazionale avviene infatti sui Tir. La soluzione è semplice, si chiama ferrovia; l'obiettivo, triplicare l'uso della rotaia entro il

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Procter & Gamble, Tina - Train intermodality, a new approach

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n°pagina 102, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Procter&Gamble aumenta i dividendi

Aumento dei dividendi per gli azionisti Procter & Gamble, multinazionale che annovera marchi leader mondiali in vari comparti come Pampers, Ariel, Pringles, Duracell, Gillette, Wella e numerosi altri. L'annuncio è stato fatto dal cda della compagnia preso atto dei risultati quadrimestrali del primo quarto dell'anno. L'incremento corrisponde al ..% del valore azionario che passa così da .. a .. centesimi di dollaro per quota del proprio stock comune e sui titoli di serie A e di serie B Esop.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Ariel, Duracell, Gillette, Pampers, Pringles, Procter & Gamble, Wella

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n°pagina 103, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

L'Oréal, difficile primo quadrimestre

Risultati di esercizio: Il contesto economico negativo influenza il quadrimestre di L'Oréal che registra lievi progressi nelle vendite a ... miliardi di euro segnando il +..% ma il -..% a tassi di cambio costanti. Questo in un quadro differenziato come andamento per singole divisioni, in cui la crisi ha un impatto maggiore per il luxury, mentre resistono meglio le aree consumer, active cosmetics e The Body Shop e il prospetta, nel seguito, performance in graduale recupero.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)
- [Visualizza il documento originale](#)

Citati: L'Oréal, The Body Shop, Ysl Beauté

Largo Consumo, fascicolo 6/2009, n°pagina 49, lunghezza 1/4 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Caduta dei capelli: farmaci venduti on-line (in %)

Le vendite in % di farmaci contro la caduta dei capelli, acquistati on-line. Informazione contenuta nell'articolo "Medicine on-line".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Corriere della Sera-Corriere Salute

Largo Consumo, fascicolo 6/2009, n° pagina 51, lunghezza 1/8 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

[La propensione al risparmio nei principali mercati del largo consumo \(in %\)](#)

Abbigliamento e accessori, elettronica, cura persona, alimentare, cultura, prodotti per l'infanzia: "Nel 2008 su quali categorie ha modificato il modo di fare acquisti?". Informazione contenuta nell'articolo "Un anno di sacrifici?".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Interactive Market Research

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

[Henkel premia l'innovazione](#)

Il Fritz Henkel Award for Innovation premia ogni anno i dipendenti che hanno saputo sviluppare, con intuito, inventiva e fiuto per il business, un prodotto innovativo e di successo. Una prova di quanto l'innovazione sia importante per un gruppo all'avanguardia che opera a livello globale come Henkel. Anche nel sono stati consegnati tre premi a tre squadre vincitrici, una per ciascuna area di business (Bucato e Cura della Casa, Cosmetica e Igiene, Adesivi e Tecnologie).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Fritz Henkel Award for Innovation, Henkel, Istant Tack, Purex Natura Elements/Terra Activ, Schwarzkopf Drei Wetter Taft

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 51, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

[Contro i raggi](#)

Sun care: L'abbronzatura sicura è possibile oggi grazie a un'offerta studiata per i diversi impieghi. Il mercato tuttavia è in affanno sotto i colpi della crisi. Secondo una ricerca commissionata da Fenapro (Federazione nazionale profumieri) le vendite nel del comparto woman sun care (il più importante nell'ambito del mercato) sono calate rispetto all'anno precedente sia in volume (-.%) che in valore (-.%) a fronte di un aumento medio di prezzo del .%.

Table, grafici e box a corredo:

- Box: La raccomandazione europea
- [I numeri del comparto women sun care: 2006-2008](#)
- [Il sun care nella ripartizione per canale: 2006-2008 \(in milioni di euro\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Aideco - Associazione italiana di dermatologia e cosmetologia, Bussoletti Carolina, Commissione europea, Deborah Group, Direttiva europea sui cosmetici, Fenapro - Federazione nazionale profumieri, Gorni Roberto, José Maria Gracia Antonio, Lipotec, raccomandazione della Commissione Europea del 22 settembre 2006, Sartor Giovanna, Sicc - Società italiana di chimica e scienze cosmetologiche, Spf, Unione Europea, Unipro - Associazione italiana delle imprese cosmetiche

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 57, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[Anno da record per Reckitt Benckiser](#)

Crescita record per il di Reckitt Benckiser, il leader mondiale dei prodotti per la pulizia della casa e la cura della persona. A cambio costante, in sterline, il fatturato netto è aumentato del ..% a milioni, mentre l'utile operativo ha segnato il +..% per milioni e l'utile netto il +..% totalizzando milioni. Al risultato hanno contribuito tutte le aree geografiche e tutti i powerbrand anche grazie ai significativi investimenti in comunicazione, +..% nell'ambito dei media

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Benckiser Reckitt

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 81, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Etichette in Braille sui detersivi Henkel

Prima in Italia nel settore della detergenza, Henkel ha introdotto l'alfabeto Braille sulle confezioni dei prodotti per la casa a marchio Dixan, Perlana, Bio Presto, General, Pril: una piccola rivoluzione per la spesa quotidiana di tutte quelle persone (..... non vedenti, .. milioni con seri problemi di vista, abituali lettori di alfabeto Braille) con vari e gravi problemi di vista. Per sviluppare il progetto, Henkel ha avviato una collaborazione con l'Unione italiana ciechi

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Bio Presto, Dixan, General, Henkel, Perlana, Pril, Unione italiana ciechi e ipovedenti

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 83, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Allo stadio con New Topexan

Una nuova promozione premia chi acquista New Topexan. Il celebre brand di Soco, la società di cosmetici leader nel settore della detergenza della pelle, è protagonista del concorso "Vinci lo stadio con New Topexan". Al centro è lo storico prodotto per il dermolavaggio antibatterico per pelli normali e grasse da ... millilitri, la cui formula a pH neutro è del tutto priva di saponi e contiene principi attivi antibatterici specifici per liberare la pelle e proteggerla dalle impurità.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: instant win, New Topexan, Soco, Vinci lo stadio con New Topexan

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 87, lunghezza 1/10 di pagina -

Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

I settori nei quali la pubblicità informa di più (in %)

Considerati i settori: alimentari, telefonia, auto/moto, detersivi/detersivi, cosmetici/prodotti cura corpo, energia (luce,gas), prodotti bancari/assicurativi. Informazione contenuta nell'articolo "Pubblicità sul maxi schermo".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 91, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Un aquilone nell'identità Benckiser

È un aquilone il nuovo logo destinato a comunicare la corporate identity di Reckitt Benckiser, il leader mondiale dei prodotti per la pulizia della casa e per la cura della persona. È molto di più che un semplice messaggio grafico frutto di restyling: un segno visibile e immediato in grado di declinare con chiarezza ed essenzialità i valori e la mission di un'azienda ai vertici dei vari comparti in cui opera.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Becht Bart, Benckiser Reckitt

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 111, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Ceva Logistic per The Body Shop

Da gennaio Ceva Logistics, primo operatore logistico in Italia e quarto al mondo, gestisce le attività di logistica inbound nel Regno Unito di The Body Shop, del gruppo L'Oréal. Per The Body Shop Ceva si occuperà del ritiro dei prodotti presso i fornitori in tutto il mondo e del successivo trasporto al centro di distribuzione internazionale dell'azienda situato a Littlehampton. Inoltre verrà coordinata la movimentazione dei prodotti in pallet gestendo il flusso in entrata e in uscita.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Ceva Logistic, L'Oréal, Ricketts Mike, The Body Shop

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 64, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Un consorzio di specialisti

Comas, un nome e un marchio che identificano una realtà produttiva e distributiva fondata sull'idea consortile. Una rete di negozi specializzati, oggi ... in tutto, che collocano il Consorzio al quarto posto nella graduatoria nazionale degli "specialist drug" con il ..% di quota di mercato, cui contribuiscono per il ..% i prodotti toilettries e per l'...% quelli per la cura della casa.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Comas

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 90, lunghezza 4 pagine

Tipologia: Articolo

Il venditore silenzioso

Materiali per imballaggio: A colpire la fantasia del consumatore è l'immagine dei flaconi, tanti di forme e colori diversi. Ormai il packaging plastico identifica detergenti e detersivi. All'interno del comparto della cura della casa, uno dei settori più dinamici e che ha fatto registrare le migliori performance è il lavaggio stoviglie. Accanto ai tradizionali detergenti liquidi per il lavaggio a mano, con tappi push and pull o similari, lo scaffale è dominato dalle cosiddette tabs.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: Etichetta non solo per informare
- Box: Il ruolo del design
- [La composizione del mercato grocery in termini di vendite: settembre 2008 \(in % sul valore a prezzi correnti\)](#)
- [La ripartizione del comparto cura della casa: settembre 2008 \(% di vendite a valore prezzi correnti\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Ajax Professional, Bernasconi Fabrizio, Cellografica gerosa, Colgate-Palmolive, Deox, Fabuloso, Fairy, Finish, Foto: Kitch Bain, Foto: Sorin Popa, Fresco System, G Nova, Gerosa Fabrizio, Goglio, Landor, Lumen, Madel, Marsiglia, Nielsen, Orlandi Daniela, Riva Laura, Sacmi Labelling, Smith Drew, Stevenazzi, Versari Cristian, Volpi Giuseppe

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 35, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Iri ancora partner Unilever

Iri Information Resources, il leader mondiale dei servizi informativi per le aziende del largo consumo, ha rinnovato il contratto a Unilever. All'importante realtà della grande distribuzione food e non food protagonista del mercato italiano con circa . miliardi di euro di fatturato (due terzi nell'alimentare e un terzo nel settore dei beni per la cura della casa e della persona), Iri continuerà perciò a fornire i propri servizi di rilevazione e di marketing ad alto valore.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Iri Information Resources, Unilever

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Reckitt Benckiser, impulso anche dall'ambiente

Iniziative per l'ambiente anche in Italia, presso lo stabilimento di Mira (Venezia), dove già nel era stato realizzato l'impianto di cogenerazione in grado di coprire il ...% del fabbisogno di vapore e energia con risparmi energetici pari al ..% e dove lo scorso anno si aggiunto un impianto fotovoltaico. Costituiscono punti di vanto del Sustainability report che la multinazionale pubblica ogni anno.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Parchi per Kyoto, Reckitt Benckiser, Sustainability report

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 18, lunghezza 4 pagine

Tipologia: Articolo

I trend del desiderio di piacere

Cosmesi: Una crescita costante, ma con un che parte in frenata. A guidare i consumi il mercato interno che va orientandosi sempre di più verso nicchie di specializzazione. Le vendite in Italia dovrebbero continuare la loro progressione di un altro punto e mezzo percentuale in più nel sul, sufficiente a mantenere il trend complessivamente positivo per un +.,.% (intorno agli milioni di euro), malgrado l'arretramento sulla media del delle esportazioni al -.,.%.

Tablelle, grafici e box a corredo:

- [L'evoluzione dell'industria cosmetica: 2006-2008 \(in milioni di euro e in %\)](#)
- [La ripartizione dei fatturati per canale distributivo: 2007 \(in %\)](#)
- [La ripartizione dei fatturati per segmento di prodotto: 2007 \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Centro Studi Unipro, Unipro

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 65, lunghezza 1/12 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

La top ten dei prodotti più rubati in Italia (in %)

L'incidenza sul totale dei furti nella gdo relativamente i prodotti: Lamette da barba, cartucce delle stampanti, formaggi pregiati, profumi e cosmetici, carni e salumi, vini e superalcolici, abbigliamento, high tech, dvd e videogame, pelletteria. Informazione contenuta nell'articolo "Taccheggiatori alla riscossa".

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Crr

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 129, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Nove mesi di espansione globale

L'Oreal, nel bilancio dei primi . trimestri, segnala il continuo rafforzamento delle posizioni con progressi rapidi nei nuovi mercati. A dati comparabili con i mesi di riferimento dell'anno precedente, vale a dire con la stessa struttura dei tassi di cambio, il giro di affari del gruppo è cresciuto del ..%. Sul periodo hanno però inciso due effetti combinati: uno di variazione strutturale a seguito delle acquisizioni che hanno apportato un +.%; il secondo, negativo, legato ai cambi, il -.,.%.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Oreal

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n° pagina 4, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

La bellezza oltre la crisi

Cosmesi: A livello industriale a sostenere il fatturato delle aziende italiane è ancora il mercato interno che, messo a segno nel il +.,.% sul con, rispetto a, milioni di euro. Quanto alle vendite vanno meglio quelle attraverso i canali tradizionali della profumeria, farmacia, erboristeria, grande distribuzione, destinati a mettere insieme un fatturato oltre i milioni.

Table, grafici e box a corredo:

- **Il saldo commerciale della cosmetica in Italia: 2007 e var.2007/2000 (in milioni di euro e in %)**
- **L'evoluzione dell'industria cosmetica**
- **La composizione dei fatturati per destinazione: 2008 (preconsuntivi in %)**
- **Le previsioni del mercato italiano per canali di vendita: 2007-2008 (var %)**

Allegati:

Citati: Centro Studi Unipro, Unipro

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n° pagina 5, lunghezza 1/9 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Il saldo commerciale dell'igiene orale e altri prodotti per la cura della persona

In mln di euro, confronto 2000-2007. Informazione contenuta nell'articolo "La bellezza oltre la crisi".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Eurostat, Unipro

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n° pagina 8, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La produzione dei diversi settori grocery non alimentare: 1999-2007 (in mln)

Cosmesi e cura persona, igiene casa, scope, spazzole e pennelli, carta tissue, casalinghi tavola e cucina, giocattoli, cartoleria e cancelleria.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **visualizza questo elemento**

Citati: Anima, Assocasa, Assogiocattoli, Assoscrittura, Assospazzole, Assovetro, Federceramica, Federchimica, Unipro

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n° pagina 9, lunghezza 1/8 di pagina

Tipologia: Breve

Igiene persona e toiletries: la dinamica dei canali (2007)

I canali di vendita specializzati stanno perdendo quota di mercato a favore di quelli generalisti, come gdo e farmacie. il canale delle farmacie (.% del valore totale di consumi) ha registrato il maggiore tasso di sviluppo Super e ipermercati hanno aumentato le vendite del ..% (+.,.% in quantità e +.,.% in prezzi), con .. miliardi di euro.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Douglas, Garbo, Marionnaud, Sephora

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n° pagina 9, lunghezza 1/8 di pagina

Tipologia: Breve

Procter&Gamble: i risultati dei principali gruppi grocery 2007

Nel-.... le vendite del gruppo Procter&Gamble sono aumentate a ..., miliardi di euro (+.,.% in dollari), il doppio di quelle di sette anni fa. I profitti netti a .. miliardi (+.,.%). Per l'esercizio P&G ha previsto una crescita del fatturato a pari perimetro e cambi di circa il .%.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Braun, Duracell, Folgers, Gillette, Procter&Gamble, Smucker

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 12, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli scambi commerciali nel settore cosmetici e toiletries: 1999-2007 (in mln di euro)

Cosmetici e toiletries: Import, export e saldo commerciale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [visualizza questo elemento](#)

Citati: Anima, Assocasa, Assogiocattoli, Assoscrittura, Assospazzole, Assovetro, Federceramica, Federchimica, Unipro

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 14, lunghezza 1/8 di pagina

Tipologia: Breve

Unilever: i risultati dei principali gruppi grocery 2007

Le vendite totali sono state di ... miliardi di euro (+..%), a pari perimetro +.%). Su questi risultati ha pesato l'importanza delle attività in America, diminuite a ... miliardi di euro (-..%, a pari perimetro e cambi +.%). I profitti netti sono diminuiti a ... miliardi (-..%) a causa dei costi di ristrutturazione.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Unilever

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 15, lunghezza 1/8 di pagina

Tipologia: Breve

Beiersdorf: i risultati dei principali gruppi grocery 2007

Nel le vendite di Beiersdorf sono aumentate a ... miliardi di euro (+..%), con utili netti di ... milioni (-..%). Le vendite di prodotti toiletries, soprattutto a marchio Nivea ma anche Eucerin, Labello e Hansaplast, sono state di ... miliardi di euro (+..%), di cui il ..% in Europa.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Beiersdorf spa, Eucerin, Hansaplast, Labello, Nivea, Tesa

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 15, lunghezza 1/8 di pagina

Tipologia: Breve

L'Oréal: i risultati dei principali gruppi grocery 2007

Nel ha aumentato il fatturato a ... miliardi di euro (+.%), con utili netti di ... miliardi. L'incremento è stato del ..%. Le vendite di cosmetici sono aumentate a ... miliardi di euro (+.%), di cui i prodotti "grand public" con ... miliardi (+.%) e quelli "de Luxe" con quasi . miliardi (+.%). Nel L'Oréal aveva acquisito l'inglese The Body Shop, con una rete di punti di vendita diretti e in franchising.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: L'Oréal, Ppr, PureOlogy, Sanofi-Aventis, The Body Shop, Yves Saint Laurent Beauté

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 15, lunghezza 1/8 di pagina

Tipologia: Breve

Henkel: i risultati dei principali gruppi grocery 2007

Il fatturato è aumentato a .. miliardi di euro (+..%). Le vendite di detersivi sono rimaste sostanzialmente stazionarie a ... miliardi di euro (+..%). La divisione cosmetica/ igiene personale ha fatturato quasi . miliardi di euro (+..%). La divisione adesivi e tecnologie ha aumentato le vendite a ... miliardi (+..%).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Henkel, Morris

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 18, lunghezza 1/9 di pagina

Tipologia: Breve

Ponzini: i risultati dei principali gruppi grocery 2007

Ponzini, specializzata in spazzolini da denti e scovoli per mascara, nel ha visto diminuire il fatturato a .. milioni di euro (-.%), a causa di motivi contingenti per i minori acquisti di un grande cliente. Il contemporaneo aumento del costo delle materie prime ha provocato una perdita d'esercizio di euro, a fronte di utili netti di euro nel

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Ponzini

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 21, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti pubblicitari netti: 2007 (in migliaia di euro)

Azienda e spesa per singolo mezzo, su dati Nielsen.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [visualizza questo elemento](#)

Citati: Acraf Angelini, Bayer, Gillette Group It., Henkel-Div. Detersivi, Johnson & Johnson, L'Oréal Saipo, Manetti & Roberts, Procter&Gamble, Reckitt Benckiser, Unilever Italia

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 23, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Il Roi nei maggiori comparti grocery non food: 2006(in %)

La media del ritorno sull'investimento nei principali mercati grocery non food - Automedicazione, Toiletry, Cosmetici, Cancelleria, Detergenti, Pulizia Casa, Giocattoli, Casalinghi, Pentole/Posate, Carta casa - in base alle rilevazioni Largo Consumo su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Eurorating

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 23, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Le prime 50 imprese per Roi nei comparti grocery: 2006(in%)

Ecco le aziende che hanno espresso il miglior ritorno sull'investimento (ROI in %) nell'industria grocery non food.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: 3.M.C. srl, Acme srl, Alberto Culver Products srl, Anya Cosmetiques srl, Apparatebau srl, Artsana Sud spa, B.B.R. Exclusive Car Models srl, Biacrè Laboratori Cosmetici srl, Bic Italia spa, Biokolor Make Up srl, Carpe Diem Pubblicità srl, Cartindustria Eurocarta srl, Ceramiche Toscane Soc coop, Chanel srl a socio unico, Colomer Italy spa, Corcos srl, Derbe srl, Digma srl, È Così srl, Egan srl, Ekokemica srl, Eredi Crotti srl, Eurorating, Everton srl, Fas spa, Glaxosmithkline Consumer Healthcare spa, Grani & Partners spa, Idea spa, Il Rovere srl, Imaging Display srl, L'Erbolario srl, La Cartella 2 srl, Linea Stradale srl, Mazzucato srl, Meda - Vita spa, New Matic srl, Novarex srl, Officina Profumo Farmaceutica, Orsini Group Divisione Imballaggi, Papermon srl, Pentamedical srl, Poptar srl, Professional By Fama srl, S.A.C.I. spa, S.I.Cell spa, Shiseido Cosmetici Italia spa, Stilolinea srl a socio unico, Tabor srl, Tonkita spa, Vebo srl, Witt Italia spa

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 23, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[La durata del magazzino nei maggiori comparti grocery non food: 2006\(in giorni\)](#)

Quanti giorni resta ferma la merce all'interno dei magazzini nei principali comparti grocery non food - Toiletry, Cosmetici, Cancelleria, Detergenti, Pulizia Casa, Giocattoli, Casalinghi, Pentole/Posate, Carta casa - in base alle rilevazioni Largo Consumo su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Eurorating

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 24, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[La durata dei crediti clienti nei maggiori comparti grocery non food: 2006\(in giorni\)](#)

Il numero di giorni medi concessi ai clienti per i pagamenti nei principali comparti del grocery non alimentare: Cosmetici, Toiletries, Detergenti, Pulizia casa, Cancelleria, Giocattoli, Casalinghi, Carta casa, Pentole/posate.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Eurorating

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 24, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[Le prime 50 imprese per durata crediti clienti \(grocery non alimentare\): 2006\(in giorni\)](#)

Ecco le aziende con minori tempi concessi di pagamento ai clienti (in giorni) nei comparti del grocery non food secondo le rilevazioni Largo Consumo su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Alfa Metal Corporation spa, Antica Erboristeria srl, Apell spa, Aries srl, Avon Cosmetics srl, Biacrè Laboratori Cosmetici srl, Big Paper srl, Bristol-Myers Squibb srl, Cartiera di Conselice srl, Cartiera di Ferrara spa, Cartiera di Rivignano spa, Cartiera Kartocell srl, Cartiere Panigada srl, Colgate-Palmolive, Contardi srl, Cosmetique Active Italia, Cosmint spa, D. V.T. Sistemi srl, Dermofarma Italia srl, Domovip Italia srl, Dulcop International spa, Eurobed srl, Euromat srl, Eurorating, Ferro Murano srl, Flonal S.P.A. spa, Gi.Otto Group srl, Grp Gandini Racing Production srl, Henkel spa, Idema srl, Interglass srl, L´Oreal Saipo Industriale spa, Metal - F.A.R. srl, Metallurgica Italo Ottinetti srl, Meyer Europe srl, New Matic srl, Officina Profumo Farmaceutica, Ompagrill srl, Pillo srl, Procosmet srl, Reckitt Benckiser, Riviera Giochi srl, Romagna Giochi srl, S.I.S.A. spa, Sintesi srl, Smavit spa, Stilolinea srl, Super Slot srl, Tds srl, Vetreria Pavesi - In Liquidazione srl, Witt Italia spa

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 24, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[La durata dei debiti fornitori nei maggiori comparti grocery non food: 2006\(in giorni\)](#)

Il numero di giorni medi riconosciuti ai fornitori per i pagamenti nei principali comparti del grocery non alimentare: Cosmetici, Toiletries, Detergenti, Pulizia casa, Cancelleria, Giocattoli, Casalinghi, Carta casa, Pentole/posate.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Eurorating

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n° pagina 24, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Le prime 50 imprese per durata debiti fornitori (grocery non alimentare): 2006 (in giorni)

Ecco le aziende con minori tempi di pagamento verso i fornitori (in giorni) nei comparti grocery non alimentare secondo le rilevazioni Largo Consumo su dati Bureau Van Dijk.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Atas srl, Avantgarde spa, Cartiera Alto Milanese spa, Cartiera Artem In Fabriano srl, Cartiera di Monfalcone spa, Cartiera Kartocell srl, Cartiera Lombarda spa, Ceramiche Barbetti srl, Christian Dior Italia srl, Comet spa, Creare Italia srl, Delicarta spa, Edding Italia srl, Edigadget srl, Eurorating, Fabbro Teresa srl, Fiori Paolo srl, Floriani Astucci srl, Freudenberg spa, Gi-Gas srl, Golden Games srl, Grani & Partners spa, Idema srl, International Fragrance spa, Jafra Cosmetics spa, Jolly Joker srl, Kaufgut spa, Labocos srl, Laboratoires Dolisos Italia, Lecce Pen Verona srl, Linpaper srl, Magic Dreams srl, Masking srl, Novartis Consumer Health, Nuova Roger Carta srl, Pezzetti Caffettiere srl, Pfizer Consumer Health Care srl, Quality Flex srl, Rate Italia spa, Ready System srl, Reds srl, Sanika srl, Sartica Cartindustria srl, Sela Cars srl, Solana srl, Super Slot srl, Teodomiro Dal Negro - Fabbrica Da Gioco spa, Ve.S.P.A. - Veneta Spazzole Affini srl, Venus International srl, Wmf Italia spa, Zambiasi Commerciale srl

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n° pagina 31, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali imprese del settore cosmetici in Italia: 2005-2006

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 alle imprese del settore cosmetici con fatturato compreso tra 225 e 2 mln, su dati Bureau Van Dijk.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Aggf Cosmetic Group spa, Albanevosa srl, Alberto Culver Products srl, Alpatec srl, Antica Erboristeria srl, Anya Cosmetics srl, Art Cosmetics srl, Artwork Moda srl, Arval spa, Athena's srl, Avon Cosmetics srl, B e C srl, Bagni Della Porretta spa, Barex Italiana srl, Bbg spa, Betafarma spa, Biacré Laboratori Cosmetici srl, Bio Kolor Italia srl, Bioclin srl, Biodue srl, Biofarma spa, Biofarmitalia spa, Biokolor Make Up srl, Biokosmes srl, Bionifera srl, Brellil srl, Bulgari Parfums Italia spa, Chanel srl a socio unico, Christian Dior Italia srl, Claire spa, Clavis Cosmetics srl, Collistar spa, Colomer Italy spa, Color Cosmetics srl, Confalonieri Matite srl, Conter spa, Cosmec spa, Cosmesi International Pascal srl, Cosmetique Active Italia spa, Cosmint spa, Cosmonova srl, Cosmoproject srl, Cosval srl, Cotril spa, Coty Italia spa, Creative Flavours & Fragrances spa, Creazioni Mediterranee srl, Davines spa, Deborah Italia spa, Derbe srl, Dermofarma Italia srl, Dispar - Creazione e Distribuzione Profumi, Divage International srl, Dolcos srl, Dr. Taffi srl, Eley srl, Erika Damiani srl, Estee Lauder srl, Euroitalia srl, Eurorating, F.A.I.P.A. Cosmetics srl, Fairness srl, Farma-Derma srl, Farmogal spa, Ferragamo Parfums spa, Ferruccio Ferrari srl, Flora srl, Forester srl, Gi Picco's Cosmetics srl, Givaudan Italia spa, Giver Profumi srl, Gotha Cosmetics srl, H.P.I. Humana Pharma International spa, Harbor srl, Hbh Group srl, Helan Cosmesi di Laboratorio srl, Helena Rubinstein Italia spa, Hulka srl, Huntsman Surface Sciences Italia srl, HW Hair's Wear Cosmetics srl, Hydra Farmacosmetici spa, I.C.R. Industrie Cosmetiche Riunite spa, Icim International srl, Idema srl, Inca Cosmetici srl, Intercos spa, Intercosmetics srl, Interfila srl, International Fragrance spa, Italart Co. srl, Italsilva spa, Itf spa, Jafra Cosmetics spa, Karys - Due srl, L'Erbolario srl, La Cosmetica srl, La.Fa.Re. Laboratorio Farmaceutico Reggiano srl, Lab Laboratorio alla Borsa srl, Labo Europa Filiale per le Farmacie Italiane, Laboratori Fitocosmesi e Farmaceutici srl, Laboratori Royal srl, Lacote srl, Laffon spa, Lancaster International spa, Landoll srl, Layla Cosmetics srl, Ludovico Martelli srl, M.G.A. srl, Marfarma Holding spa, Mario Zunino e C. srl, Mavi Sud srl, Max Parfums spa, Mcbride spa, Midefa srl, Mirato spa, Muster e Dikson Service spa, Nettuno srl, New D.J. Production spa, Nouba by Matisse spa, Nuova Elberel Italia srl, O-Pac srl, Ondaline Cosmetici srl, Originitalia srl, Oyster Cosmetics spa, Paglieri Profumi spa, Parisienne Italia srl, Pedrini Cosmetici srl, Pentamedical srl,

Perlier srl, Pettenon Cosmetici srl, Pierre srl, Prestige Cosmetics spa, Procosmet srl, R.I.C.A. spa, Rancè e C. srl, Regi International srl, Revlon spa, Rudy Profumi srl, S.I.R.P.E.A. - Società Italiana Rappresentanze Profumi Esteri e Affini spa, Shiseido Cosmetici Italia spa, Silvio Mora srl, Sinerga spa, Società Cosmetici spa, Società Italiana Progetti Ricerche e Sviluppo srl, Sodelka srl, Solimé srl, Spring srl, Stock House Italia srl, Technopack srl, Tecnicosmesi spa, Tekmind srl, Tocco Magico spa, Unifarco spa, Vagheggi spa, Valetudo srl, Venus International srl, Weruska & Joel srl, Witt Italia spa, Xanitalia srl, Ysl Beauté Italia spa

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n° pagina 39, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali imprese del settore toiletries in Italia: 2005-2006

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 alle imprese del settore toiletries con fatturato compreso tra 1.228 e 2 mln, su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Artsana spa, Artsana Sud spa, Avantgarde spa, Beiersdorf spa, Bracco Real Estate srl, Bristol-Myers Squibb srl, Cipassorbenti srl, Colgate-Palmolive, Conversione Salviettine Umidificate srl, Converting Wet Wipes srl, Cosmhotel srl, Deoflor spa, Erremme spa, Eurorating, Eva Garden srl, Evelon srl, Everton srl, Fabbricazione Salviettine Industriali srl, Farmaceutici Dott. Ciccarelli spa, Fater spa, Fransper srl, Frau Alta Alimentazione spa, G.V.F. - Givieffe spa, Gamma Croma spa, General Topics srl, H.S.A. Hair Styling Applications spa, Hp Italia srl, Idea spa, In Italy Haircolor srl, Iniziative srl, Johnson & Johnson spa, Kemon spa, Kleral System srl, L.C.A. Laboratori di Chimica Applicata srl, L'Oréal Saipo Industriale spa, L'Oréal Saipo spa, Labocos srl, Meda - Vita spa, Mil Mil 76 spa, Paglieri Sell System spa, Pool Service srl, Prep srl, Professional By Fama srl, Re.Le.Vi. spa, Safosa spa, Sara Lee Household and Body Care Italy spa, Schwarzkopf & Henkel Italia srl, Selectiva spa, Società Italo Britannica L.Manetti-H.Roberts & C. spa, Specchiasol srl, Ssl Healthcare Italia spa, Tecnostile srl, The Wellcare srl, Tricobiotos spa, Unispray srl, Vecchi & C. Piam di Giacomo Assereto Edoardo Maragliano e C. spa, Vikò International srl, Vis Medicatrix Naturae di Giorgini Dr. Martino, Zschimmer & Schwarz Italiana spa

Mercato Italia Agro, fascicolo 5/2008, n° pagina 18, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I risultati delle principali imprese alimentari: Sara Lee

Nel e il gruppo Sara Lee ha rivoluzionato il portafoglio delle sue attività, cedendone numerose in Europa e negli Stati Uniti. A livello internazionale vi sono le bevande che includono il caffè Douwe Egberts (.% del totale), i prodotti da forno (.%), e quelli per la cura della casa e della persona (.%). I prodotti toiletries hanno registrato il maggiore incremento (+.% in volume).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Douwe Egberts, Sara Lee

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2008, n° pagina 3, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Il contributo all'innovazione espresso dai settori: Cura casa, cura persona e food & beverage.

Valori in mld di euro, trend di sviluppo dei reparti in %, trend di sviluppo in assenza di nuovi prodotti in % e quota di nuovi lanci sul totale della crescita del reparto, su dati Iri.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2008, n° pagina 3, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I mercati a maggiore crescita: agosto 2007 in mln di euro

Relativamente: Energy drink e integratori alimentari/Formaggi a fette/Latte fresco lunga durata, Yogurt salute e Creme-Budini/Birre analcoliche/Cioccolato in bocconcini/Cereali prima colazione/Primi piatti e minestrone surgelati/Affettati e Wurstel di pollame/Snack e biscotti per cani/Creme speciali e colluttori e Pannolini per incontinenti/Deodoranti per ambiente.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2008, n° pagina 8, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Dalla transizione alla ripresa

Accessori cura persona: Per fare il punto della situazione Mercato&Imprese ha interpellato Alessia Mazali, product manager della linea toeletteria (accessori cura corpo e capelli) di Gabbiano. Il ... è stato un anno di transizione. Il mercato della toeletteria, che vale ... milioni di euro, inizia a evidenziare un'inversione di tendenza rispetto agli anni precedenti, con una lieve flessione nei volumi (-...%) e una sostanziale tenuta a valore (+...%).

Table, grafici e box a corredo:

- Accessori cura persona a marchio del distributore - quote % di mercato
- Dimensione/Trend del mercato - Accessori cura persona
- Le previsioni del mercato cosmetico per canale: 2006-2008 (in %)

Allegati:

- [Scarica questo articolo](#)

Citati: Angelini, Body&Trucco, Elison, Fiera Plma, Gabbiano, Golden Lady, Iri Infoscan, Mazali Alessia, Orochiaro, Paglieri, Ribella, Saltallegro, SiSi, Unipro

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 162, lunghezza 1/4 di pagina-
Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti pubblicitari per settore: genn.-giu. 2007-2008 (in migliaia di euro e in %)

Il valore totale degli investimenti e variazione percentuale in particolare nei settori: abbigliamento, igiene persona, distribuzione, farmaci, elettrodomestici, informatica e fotografia. Informazione contenuta nell'articolo "Index & Monitoring: Investimenti pubblicitari".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Nielsen

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 37, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Tecnologia al servizio del bebè

Igiene: Genitori più attenti alla qualità dei prodotti per il neonato. In un campo in cui l'offerta è articolata, le strategie puntano sul marketing dell'innovazione. Intervistando alcune aziende leader (produttrici di pannolini e di prodotti toiletries) è emerso che nella scelta dei prodotti toiletries, le mamme si lasciano influenzare dal profumo, dalla naturalità degli ingredienti e dalla delicatezza, intesa come non aggressività sulla pelle sensibile del piccolo.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Artsana, Benedetti Marco, Bolcano Silvia, Chicco, Converting Wet Wipes, Filippi, Johnson & Johnson, Johnson's baby, Marabini Michela, Pampers, Pampers Baby Dry, Pampers Progressi, Sca Hygiene Products, Società Italiana di Neonatologia, Società Italiana di Pediatria, Sorrentino Giovanbattista, Stellabotte Enzo, Union Trading, Up & Go, Viareggi Leonardo, Wip - Wellness innovation project

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 39, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Dalla rasatura al look integrale

Cosmetici: Un approccio più edonistico spinge l'uomo di oggi a cercare prodotti, al di là di quelli da barba classici, sempre più sofisticati. Il mercato ne ricava un trend di crescita. Secondo un'indagine realizzata dall'Istituto Directa di Milano, l'uomo italiano impegna il ..% di tempo in più nella cura del corpo rispetto a .. anni fa. A parte gli ovvi prodotti per la rasatura (schiume, lamette e rasoi, dopobarba), tra gli uomini vanno per la maggiore creme e lozioni poco grasse.

Table, grafici e box a corredo:

- **I consumi dei prodotti linea maschile per canali di vendita: 2007 (in milioni di euro)**
- **Stima della composizione dei consumi di prodotti cosmetici per uomo: 2007 (in %)**

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: Camussa Alessandro, Colussi Marilena, Energizer Group Italia, Fanello Pier Giuseppe, Gipieffe & Associati, Grandi Silvia, Intesa Pour Homme, Intesa Pour Homme Antirughe, Intesa Pour Homme Viso Ok, Istituto Directa di Milano, Linea For Men, Mirato, New Topexan, Nielsen, Quattro Titanium Usa & Getta, Soco, Topexan, Unipro, Wilkinson

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 41, lunghezza 1/9 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

I consumi dei prodotti linea maschile per canali di vendita: 2007 (in milioni di euro)

Prodotti igiene corpo, per capelli, igiene orale, per il viso e confezioni regalo. Informazione contenuta nell'articolo "Dalla rasatura al look integrale".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Unipro

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 149, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

In forte crescita Reckitt Benckiser

Primo semestre in crescita per Reckitt Benckiser e per i suoi marchi come Finish, sole, Ava, Calfort, Napisan, Cillit Bang, Vanish, Veet, Benagol e Nurofen, presenti anche in Italia. Il fatturato netto è aumentato del ..% a cambio corrente e dell'..% a cambio costante raggiungendo il totale di milioni di sterline e con un utile netto di ... milioni di sterline incrementato del ..% ovvero rispettivamente del .% a seconda del parametro di cambio utilizzato.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Adams, Air Wick Symphonia, Ava, Benagol, Calfort, Cillit Bang, Cillit Bang candeggina, Finish, Finish Max in One, Napisan, Nurofen, Reckitt Benckiser, Sole, Vanish, Vanish Intelligence, Veet

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 153, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Veleni domestici

Salute: Sostanze nocive annidate negli ambienti domestici. Sono i composti organici volatili presenti in molti prodotti di largo consumo: un pericolo spesso sottovalutato. Gli ambienti di casa ne sono spesso saturi. Un mix di sostanze che prese singolarmente sono individuabili in minima quantità ma che, nel complesso, si potenziano una con l'altra provocando conseguenze negative sulla salute nel lungo periodo. Secondo i dati del Cnr in un appartamento possono essercene da .. a

Table, grafici e box a corredo:

- La top ten degli inquinanti

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: Acetati, Acetone, Cnr (Consiglio nazionale delle ricerche), D-limonene, Dicloroetano, Fattori di inquinamento ambientale. I composti volatili organici Voc, Formaldeide, Iacobelli Carla, Iia - Istituto sull'inquinamento atmosferico, Paradiclorobenzene, Percloroetilene, Permetrina, Toluene, Trementina

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 15, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

[Acqua & Sapone: cosmesi e pulizia al top](#)

Acqua & Sapone, fa capo al gruppo Cedas Srl di Padova, è la più grande catena italiana nel settore dell'igiene personale e della pulizia della casa. Presente sul mercato dal, oggi conta oltre ... punti di vendita distribuiti in tutta Italia. Ultimo grande successo, il concorso "Graffia e sogna" che si è svolto la scorsa estate ed ha coinvolto i negozi di Calabria, Campania, Lazio, Liguria, Piemonte, Toscana, Sardegna, Sicilia e Umbria. I più fortunati hanno vinto .. soggiorni per . persone.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Acqua & Sapone, Cedas

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 55, lunghezza 4 pagine

Tipologia: Articolo

[Parrucchieri fai da te](#)

Cosmesi: Tengono i consumi di prodotti cosmetici per la cura dei capelli con un giro d'affari di milioni di euro. Secondo il rapporto annuale dell'Unipro, il è all'insegna di una sostanziale tenuta dei consumi dei prodotti per capelli che con milioni di euro sono stabili rispetto al Sommando ai valori delle vendite al dettaglio quelli dei prodotti venduti nei saloni (... milioni), il totale dei consumi sale a milioni di euro, . in più dell'anno precedente.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: Il mercato delle piastre
- **[Gli investimenti pubblicitari netti: 2006-2007 \(migliaia di euro\)](#)**
- **[Il valore dei prodotti per capelli: 2007 \(in mln di euro\)](#)**

Allegati:

- **[leggi questo articolo](#)**

Citati: Barbieri Creazioni, Barbieri Pietro, BioEcoCosmesi Aiab, Conair Babylliss, D'Elia Giuseppe, Dawa, Destro Adriana, Dove Pro, Elchim, Elvive Antiforfora, Elvive Caring, Elvive Nutrition, Elvive Ricci sublimi, Elvive Shaping, Fanello Pier Giuseppe, Farmen, Filipponi Patrizio, Gabbiano, Giors Claudio, GomGel, Guanzani Vittorio, Intesa Antiforfora, Iri, Kelemata, Kemon, Keramine H, Koh-I-Noor, L'Oréal Paris, L'Oréal Paris Elvive, Malizia Antiforfora, Mazali Alessia, Mirato, Nano Silver, Nocentini Ennio, Pecori Giraldo Vieri, Pettinificio Guenzani, Pugnaghi Giancarlo, Remington Italia, Sabbatini Roberto, Scavini Martino, Soco, Splend'Or, Tait Emanuela, Tecnoelettra, Termozeta, Unilever, Unipro, Urfin Dominique, Varisco Francesco, Villa Lodola

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 105, lunghezza 2 e 2/3 di pagina

Tipologia: Articolo

[Tra salute e psicologia](#)

Igiene intima: Le aziende di assorbenti e detersivi investono sempre di più nelle indagini sui profili delle consumatrici per orientare le scelte d'acquisto. Per una donna il tempo dedicato all'igiene intima e in generale all'igiene personale riguarda non solo la sfera fisica, ma anche quella psicologica. Da questo fattore non possono prescindere le aziende del settore, in special modo quando si tratti di compiere scelte strategiche nella produzione e nella comunicazione.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: Formule innovative per ogni esigenza
- **[L'incidenza dei sintomi di bruciore, prurito e irritazione \(in %\)](#)**

Allegati:

- **[leggi questo articolo](#)**

Citati: A.gi.co, Astra Ricerche, Chilly, Finzi Enrico, Graziottin, Johnson&Johnson, Mandolesi Monica, Manetti & Roberts, Nappi, Naturell, O-PAC, o.b., Pozzani Disposables, Sara Lee, Testa Laura, Tns, Università di Pavia, Zanghi Luciana

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 187, lunghezza 1/8 di pagina - estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Il costo della spesa nella gdo per reparti: 2008 (in %)

Il costo della spesa nella gdo per reparti: 2008 (in %) riguardanti i prodotti per la cura della casa, la cura della persona e la cura degli animali domestici su dati Unioncamere. Informazione contenuta nell'articolo "Vendite gdo".

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Unioncamere

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 134, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

La scienza alle donne!

La ricerca è tradizionalmente un settore in cui le donne sono poco rappresentate. Il merito poi è raramente riconosciuto e i vincitori dei premi scientifici sono in genere uomini. Ecco perché l'Oréal Italia, in collaborazione con la Commissione nazionale italiana per l'Unesco, ha istituito nell'ottobre 2002 le Borse di studio "L'Oréal Italia per le Donne e la Scienza" per favorire il perfezionamento della formazione di giovani ricercatrici nel nostro Paese. Il programma 5 borse di studio.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Cghigliotti Laura, Corsi Alessandra, L'Oréal Italia, Morra Giulia, Perrino Cinzia, Unesco, Valassi Elena, Veronesi Umberto

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 139, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

Una pr all'ufficio stampa Elizabeth Arden

Profili e carriere: Elizabeth Arden ha inserito nel suo public relations department Carmela Boccomino in qualità di pr. Precedentemente, Carmela Boccomino ha lavorato per L'Oreal nella divisione prodotti di lusso come junior pr, occupandosi dei lanci delle fragranze Diesel e Giorgio Armani; ultimamente è stata in Edelman e nell'ufficio stampa Nestlé. Nella nuova posizione gestirà l'ufficio stampa riportando direttamente a Giulia Calefato, communication manager di Elizabeth Arden.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Boccomino Carmela, Calefato Giulia, Diesel, Edelman, Elizabeth Arden, Giorgio Armani, L'Oéal, Nestlé

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 20, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

L'Oreal, un quadrimestre di espansione

Parte con risultati in crescita il nuovo anno del gruppo L'Oreal. Il primo quadrimestre, dai dati terminanti al .. marzo, indica vendite per un totale di .. miliardi di euro, il +..% che diventa il +..% con una comparazione like-for-like. L'impatto netto delle variazioni in ordine al consolidamento, principalmente delle acquisizioni negli Stati Uniti di PureOlogy, Beauty Alliance, Maly's West, Columbia Beauty Supply e in Turchia di Canan, è del .%.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia articolo](#)

Citati: Beauty Alliance, Canan, Chroma Riche, Columbia Beauty Supply, Kerastase, L'Oreal, Maly's West, PureOlogy

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 20, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Dal bagnoschiama a una prospettiva in Borsa

Pagliari, storica realtà che ha affidato la propria fortuna al bagnoschiama Felce Azzurra, si prepara a importanti investimenti con un possibile futuro anche in Borsa: svolta ventilata nel momento di presentare la propria nuova immagine aziendale all'insegna del marchio ridisegnato, un fiore stilizzato che richiama il famoso tratto grafico del Bocassile, firmatario delle prime campagne pubblicitarie di un centinaio di anni fa, e che da ora siglerà tutti i prodotti e le future acquisizioni.

Table, grafici e box a corredo:

- **Una sintesi dei risultati e degli obiettivi di Paglieri**

Allegati:

- **Leggi questa notizia articolo**

Citati: Bocassile, Cleo, Felce Azzurra, Felce Azzurra Aria di Casa, Felce Azzurra il Bianco, Felce Azzurra Natura, Labrosan, Paglieri

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 156, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Bilanci in sintesi: Mirato

Il cosmetico e i prodotti di toiletterie spingono le vendite di Clinians, Malizia, Intesa e degli altri noti marchi del gruppo, anche quelli di primo prezzo. I ricavi superano le aspettative, con ... milioni in crescita del ..% e in Italia quelli netti ammontano a ... milioni, il +..%, mentre segnano i ... milioni all'estero, il +..% rispetto al Cala di qualcosa il margine operativo lordo a ... milioni (-..%) e insieme anche la marginalità che passa dal ... al ...%.

Table, grafici e box a corredo:

- **I conti di Mirato**

Allegati:

- **Leggi questa notizia**

Citati: Clinians, Malizia, Mirato

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 92, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Gli acquisti in mano alle donne

Attitudini: La spesa resta una competenza in maggior parte femminile, soprattutto per i prodotti alimentari. Solo nel toiletry cresce in modo decisivo la componente maschile. Per i prodotti alimentari, il quadro generale mostra un decisore femmina pari al ..% e maschio al ..%; stesse percentuali per prodotti per l'igiene e la pulizia della persona (..% maschi e ..% femmine); sensibile flessione della componente maschile nel caso dei prodotti per la pulizia della casa: ..% uomini e ..% donne.

Table, grafici e box a corredo:

- **Il responsabile degli acquisti per tipologia e genere (in %)**

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: Cra, Cra-Research

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 139, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Henkel premia l'innovazione

Come il mondo del cinema ha l'Oscar, Henkel ha il Premio Fritz Henkel per l'innovazione, il riconoscimento più ambito dai dipendenti dell'azienda (..... in tutto il mondo, in Italia) ogni anno assegnato ai team di ricercatori, sviluppatori di prodotti e esperti di marketing le cui idee, insieme a un alto contenuto di innovazione, riescono a avere successo sul mercato. Lo scorso marzo sono state premiate le innovazioni vincitrici per il

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Henkel, Linea Taft Volume Power, Premio Fritz Henkel, Terokal Adesivi strutturali

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

L'Oréal meglio di tutto il cosmetico

In forte accelerazione il fatturato L'Oreal nel: con il +.,.% l'.% a perimetro costante, per un totale di .., miliardi di euro, dimostra un ritmo superiore a quello del mercato cosmetico mondiale. Al cambiamento strutturale legato alle acquisizioni di The Body Shop, la catena statunitense di distributori professionali, Sanoflore, Beauty Alliance, PureOlogy e Mady's West è ascrivibile un +.,.%.

Nonostante l'impatto negativo dei cambi, il risultato netto per azione migliora del .. %.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Beauty Alliance, L'Oréal, Mady's West, PureOlogy, Sanoflore, The Body Shop

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Vichy in mostra a Milano per la cura della pelle

Notizie in corso: Dal 5 al 28 giugno in occasione dell'iniziativa Centro per la Pelle Sana, verrà allestita in via Dante a Milano la Mostra Fotografica "Pelle" di Vichy, la cui supervisione creativa è stata curata da Tiziana Mariani e Clelia Roggero di EURO RSCG Milano. La mostra affianca altre due iniziative organizzate all'interno della campagna educativa promossa da Vichy volta al coinvolgimento capillare di tutto il pubblico milanese.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 38, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Un successo a denti stretti

Igiene orale: Il settore registra una crescita contenuta (+.,.%) e le aziende produttrici puntano alla segmentazione e specializzazione dell'offerta. Anche se i dentifrici coprono più dell'.% della linea, il fenomeno più evidente è la forte crescita di collutori e deodoranti per l'alito, +.,.% con un valore di circa ... milioni di euro. A conferma di un fenomeno ormai assodato, si osserva la crescita delle vendite in farmacia, +.,.% , per una quota di consumo superiore ai ... milioni di euro.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [La ripartizione delle vendite \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Antica Erboristeria, Bouty, Carcano Gianmarco, Coswell, Fresh Up Italia, Henkel, Iannarella Veronica, Imberti Raffaella, Msc Crociere, Porcelli Giuseppe, Positano Gin Andrea, Unipro, Università di Bologna

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 103, lunghezza 2 e 2/3 di pagina

Tipologia: Articolo

La salute comincia in casa

Comportamenti: La casa è il luogo in cui veniamo più frequentemente a contatto con germi e batteri. Per difendersi in sicurezza basterebbe applicare delle semplici regole di igiene. Qual è il livello medio di informazione sulla reale importanza di una corretta igiene domestica? Sembrerebbe piuttosto carente, a giudicare da uno studio commissionato dall'Hygiene Council e condotto internazionalmente interpellando oltre cittadini residenti in .. Paesi.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Dieci suggerimenti per una casa sana e pulita
- E' efficace lavarsi accuratamente le mani per non diffondere germi in casa?

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Hygiene Council

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 45, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Teste a posto

Cosmesi: I prodotti per la cura capelli confermano un trend di crescita positivo e costante. Anche l'export è in ripresa: il made in Italy punta su gamme di prodotti sempre più specifici. A fine la crescita dei fatturati delle imprese è risultata di poco inferiore ai tre punti percentuali, con un valore superiore agli milioni di euro. Positive ancora e soprattutto le esportazioni previste in crescita di . punti percentuali con un valore di poco inferiore ai milioni di euro.

Table, grafici e box a corredo:

- **La bilancia commerciale cosmetica: 1993-2006 (in milioni di euro)**
- **La destinazione dei fatturati: 2007 (in %)**
- **Le cifre dell'industria cosmetica: 2005-2006 (in milioni di euro)**

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: Beiersdorf, Capone Marco, Elchim, Etl, Fanali Ambrogio, Gabbiano, Henkel Italia, Johnson´s Baby, Langè Ermanno, Mazali Alessia, Mellerio Gian Matteo, Nemko, Nivea Hair Care, Parisienne Italia, Sabbatini Roberto, Saso, Soco, Unipro

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 96, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Danneggia i denti troppo dentifricio

Per una corretta pulizia dei denti non conta la quantità di dentifricio ma l'azione meccanica dello spazzolino. La striscia di dentifricio non deve essere più lunga di mezzo centimetro per due buoni motivi: il dentifricio in più sarebbe inutile per una corretta pulizia dei denti, inoltre, la pasta dentifricia è composta anche da sostanze abrasive che servono a pulire meglio i denti e a asportare i residui di cibo, ma possono intaccare lo smalto favorendo l'insorgenza della carie.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 149, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Procter&Gamble sviluppa le sinergie

Le attività Procter & Gamble sono cresciute nel secondo trimestre portando il fatturato a ... miliardi di dollari, +.%. Sono incrementati, rispettivamente del +. e del +.%, tanto il volume organico come il fatturato organico trimestrale, mentre gli utili diluiti per azione a ... dollari indicano un +.%, ben oltre le precedenti stime di ...-... dollari. L'incremento di fatturato ha spinto gli utili e questo insieme ai continui impulsi positivi provenienti dalle sinergie con Gillette.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Gillette, Procter & Gamble, The Folger Coffee Company

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 185, lunghezza 1/6 di pagina – Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Il costo della spesa nella GDO per reparti

Nel 2007 il costo della spesa per la cura degli animali è stato nel VI bimestre del .. %, nel V bimestre del ..% e nell'anno del ..%. Per la cura della casa è stato nel VI bimestre del ..%, nel V bimestre del ..% e nell'anno del ..%. Per la cura della persona è stato nel VI bimestre del ..%, nel V bimestre del ..% e nell'anno del .. %. Info contenuta nell'articolo "Vendite GDO".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 101, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

L'impero dei sensi

Analisi sensoriale: nel comparto toiletries l'analisi dei gusti e delle preferenze sensoriali dei consumatori è ormai adottata anche dalle aziende minori per scegliere il prodotto più competitivo.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Il gradimento dei detergenti analizzati**
- **L'analisi quantitativa descrittiva nel confronto tra due detergenti per le mani**
- **La mappa di correlazione tra i giudizi dei consumatori e i dati sensoriali**

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: Neutron

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 111, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

Migliorare gli acquisti per la prima infanzia

Le famiglie del Lazio vengono informate dall'Osservatorio baby consumatori sui prezzi di vendita al dettaglio dei prodotti per l'infanzia: latte in polvere, biscotti, omogeneizzati di carne, yogurt alla frutta, merendine, biberon, pannolini, giocattoli per culla, bagno schiuma e creme protettive. Info contenuta nell'articolo "Lazio: consumatori baby sotto la lente".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 149, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Procter&Gamble continua la marcia

USA: Procter & Gamble ha chiuso il trimestre luglio settembre con ... miliardi di dollari, il +.% in totale per una crescita di ciascun settore del .-% o anche più, sulla linea di quella organica del fatturato del .%. Gli utili netti hanno segnato il +.% a ... miliardi di dollari e del .-% quelli per azione, a ... dollari grazie anche a un beneficio fiscale eccezionale di . centesimi per titolo. Il margine lordo è superiore di .. punti base rispetto al ...% del fatturato trimestrale.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Gillette, Procter & Gamble

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Reckitt Benckiser al rialzo

I primi . mesi del assegnano risultati superiori alle aspettative Reckitt Benckiser, il leader mondiale dei prodotti per la pulizia domestica e cura della persona. Nel terzo trimestre ha fatturato di milioni di sterline, il +.% ovvero +.% a cambio costante, con l'utile operativo a ... milioni di sterline (+..%) e l'utile netto a ... milioni (+..%).

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Reckitt Benckiser

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

[Sara Lee migliora le quote](#)

Incremento del fatturato mondiale del .,.%: è il risultato di Sara Lee, la multinazionale del largo consumo che opera in particolare nei segmenti international beverage, household & bodycare, international bakery e North America bakery. Ottime performance anche per Fissan, le migliori del segmento cura persona. Conferme attese per il .° semestre dell'anno con prospettive di fatturato in crescita grazie al lancio dei nuovi Ambi Pur .volution e Fissan Family linea bagno e doccia.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Ambi Pur 3volution, Ambi Pur Home, Fissan Family, Sara Lee

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:

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

Citati: Unipro

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2010, n° pagina 94, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Paglieri Profumi: profilo aziendale, prodotti, risultati commerciali e management](#)

Le schede aziendali: Lanciato alla fine degli anni Settanta, Cléo è un altro brand storico del portafoglio di Paglieri Profumi: una linea di prodotti per la cura e il benessere del corpo, pensata tipicamente per un target femminile. Cléo ha vissuto un vero e proprio boom negli anni Ottanta, soddisfacendo le esigenze di un giovane pubblico femminile alla ricerca non solo della soddisfazione di un bisogno funzionale, ma anche di una gratificazione sensoriale.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Il trend del fatturato di Paglieri Profumi (in milioni di euro)

Allegati:

- **[leggi questa comunicazione di impresa](#)**

Citati: Bagnocrema Dermo-Repair, Bagnocrema Hydra-Repair, Bagnocrema Nutri-Repair, Cléo, Paglieri Profumi, Sapone Cremoso Nutri-Repair, Skin Care

Largo Consumo, fascicolo 11/2009, n° pagina 140, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Cip4 - Qualità hi-tech, innovazione, capacità produttiva e servizio per assorbenti e salviettine al top sui mercati europei

I profili: Cip4 è specializzata nella produzione di prodotti per l'igiene femminile, la cura della persona e la pulizia delle superfici, per molti big dell'industria e del retail internazionale. Prodotti al top di qualità e innovazione e una profonda conoscenza dei mercati fanno dell'azienda un protagonista in Europa.

Tablette, grafici e box a corredo:

- box: Un prestigioso portafoglio clienti
- CIP4 in cifre

Allegati:

- **leggi questa comunicazione di impresa**

Citati: A&O Selex, Aldi, Artsana, Auchan, Bayer, Billa, Bolton Manitoba, Carrefour, CIP4, Coop, Crai, Dia, Drogary Market, Ed, Esselunga, Fater, Finiper, Georgia Pacific, Intermarché, Johnson&Johnson, La Rinascente, Manetti&Roberts, Migros, Pam, Procter&Gamble, Quidnovi, S.C.Johnson, Sodalo, Unilever, Upim

Largo Consumo, fascicolo 10/2009, n° pagina 39, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Reckitt Benckiser Italia - Le strisce Depilatorie Veet: bellezza da toccare

Spot: Depilazione efficace e facile come non mai, grazie alle nuove strisce depilatorie Veet. La loro formulazione, con tecnologia "Strong Grip" aiuta a rimuovere efficacemente i peli, anche quelli corti fino a . millimetri, regalando la sensazione di una pelle liscia fino a . settimane.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa comunicazione di impresa**

Citati: Reckitt Benckiser Italia, Strisce Depilatorie Veet

Largo Consumo, fascicolo 10/2009, n° pagina 40, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Cip Assorbenti - leader europeo per qualità, assortimento e servizio al cliente

Focus: La società Cip Assorbenti srl, nata nell'ottobre, si propone tutt'oggi come partner a primarie aziende italiane e internazionali per la fornitura di assorbenti nell'igiene femminile, grazie alla sua capacità produttiva, che raggiunge oggi pezzi all'anno, e alla sua profonda esperienza.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa comunicazione di impresa**

Citati: Cip Assorbenti, Uni En Iso 9001:2000

Largo Consumo, fascicolo 10/2009, n° pagina 44, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Reckitt Benckiser Italia - Ricerca e sviluppo per crescere e attenzione al consumatore, come dimostra l'operazione "La Bussola del Risparmio"

L'amministratore delegato della sede italiana, Paolo Cavallo, ci illustra le ultime novità di prodotto della multinazionale – numero uno al mondo nel mercato dei prodotti per la pulizia casa e uno dei leader nel mercato della salute e cura della persona – e l'iniziativa "La Bussola del Risparmio".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa comunicazione di impresa**

Citati: Airwick, Airwick I-Motion, Ava Liquido, Cavallo Paolo, Finish, Gel Tutto in Uno, La Bussola del Risparmio, Lip Woolite, Lip Woolite Protezione Completa, Reckitt Benckiser Italia, Sole Liquido, Vanish, Vanish Intelligence Gel

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 102, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Soco - La nuova promozione per i clienti New Topexan

Spot: New Topexan, brand di SOCO – Società Cosmetici, leader nel settore della detergenza della pelle, lancia il concorso "Vinci lo Stadio con New Topexan".

Protagonista è lo "storico" Dermolavaggio Antibatterico per Pelli Normali e Grasse da ... ml.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Dermolavaggio Antibatterico per Pelli Normali e Grasse 150 ml, instant win, New Topexan, Soco spa, Vinci lo stadio con New Topexan, www.newtopexan.it, www.socoweb.it

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 12, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Taplast: Ecologia e libertà di dosaggio

Premiazioni e Riconoscimenti:

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: IUM-5129, Taplast

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 59, lunghezza 1/3 di pagina -

Estrapolazione da com. di impresa

Tipologia: Com. d'impresa

Corman si rafforza negli assorbenti igienici

Il portafoglio dei marchi comprende: il marchio Lady Presteril e tre nuove linee di prodotti: Organyc®: la prima linea di assorbenti ecologici e certificati "bio"; Elyte®: incontinenza leggera con cotone per il massimo comfort e Cottony®: la linea ipoallergenica moderna e completa, in vero cotone, dedicata al pubblico più esigente della grande distribuzione. Info contenuta nella comunicazione d'impresa "Corman - Corman propone marchi leader nel canale farmacia".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai alla Com. d'impresa che contiene questa informazione](#)

Citati: Corman, Cottony, Elyte, Lady Presteril, Mantovani Corrado, Omron, Organyc, Presteril, Prestomed

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 34, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Henkel Italia - Con il lancio di Gliss, la Divisione Cosmetica riafferma la sua vocazione all'innovazione di successo

Le Interviste: Un chiuso in controtendenza, con risultati di business molto positivi; un all'insegna del lancio del brand Gliss e di altre importanti novità: la Divisione Cosmetica di Henkel Italia è in grande fermento. Come ci conferma il suo Sales & TMM Director, Riccardo Ventimiglia.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Antica Erboristeria, Color Testanera, Coloriste, Denivit, Gliss, Henkel Italia, Neutromed, R & S Henkel Cosmetics, Riccardo Ventimiglia, Squibb, Testanera, Theramed

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2008, n° pagina 78, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Gabbiano 1

Le schede aziendali: Le oltre referenze distribuite sono suddivise in linee specialistiche appartenenti ai settori moda, casa e benessere. Nel Gabbiano ha fatturato .. milioni di euro (+.% sul) e ha gestito per conto di Còty .., milioni di euro di fatturato.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Gabbiano in cifre

Allegati:

- [Scarica questo articolo](#)

Citati: Adidas, Bluox, Body, Coty, Cucino Io, Elison, Elison Body, Elison Fashion, Elison Girl, Elison Max, Elison Phon, Farmasan, Fashion, Gabbiano, Girl, Max, Orochiario, Perlacasa, Philips, Phon, Rimmel, Risana, Spotty

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 107, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Sisma Group - I dischetti di cotone Aloe Vera di Cotoneve

Spot: Sisma spa, attenta alle esigenze del consumatore e del mercato, aggiunge alla sua ampia gamma i nuovi dischetti levatrucco di cotone all'Aloe Vera.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Cotoneve, Farmacotone, Sisma Group

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 80, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

CIP4 - Qualità, servizio, flessibilità e forte innovazione per salviettine umidificate e assorbenti al top in Europa

I Profili: CIP4 è una delle più importanti realtà produttive in Europa nella fornitura a grandi aziende e retailer di un'ampissima gamma di assorbenti igienici e salviettine umidificate. Qualità, tecnologia e una forte potenzialità produttiva sono sempre più al servizio di una clientela internazionale.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: I principali marchi di CIP4
- Box: Una produzione diversificata

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: A&O Selex, Aldi, Artsana, Auchan, Bayer, Billa, Bolton Manitoba, Carrefour, CIP4, Coop, Crai, Dia, Drogary Market, Ed, Ente Internazionale Sgs, Esselunga, Fater, Finiper, Georgia Pacific, Intermarché, Johnson, Johnson&Johnson, La Rinascente, Lenzo Maurizio, Manetti&Roberts, Migros, Ministero della Salute, Pam., Procter&Gamble, Quidnovi, S.C., Sodalo, Uni En Iso 9001:2000, Unilever, Upim

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 77, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Cotoneve PeelPlus - I maxi dischetti levatrucco esfolianti

Spot: Innovazione, qualità e continua ricerca contraddistinguono la filosofia di Sisma spa. L'azienda, sempre attenta alle esigenze del consumatore, presenta i nuovi dischetti PeelPlus, adatti a ogni tipo di pelle.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Cotoneve Peelplus, Sisma

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 4, lunghezza 1/8 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

BB Lameplast e Easypack Solutions: vincitore Oscar dell'Imballaggio 2008

Le premiazioni e i riconoscimenti: La bustina monodose rappresenta un'innovazione nel formato, coniugata alla praticità d'uso, alla funzionalità e alla facilità di erogazione, in tutte le condizioni di utilizzo.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: BB Lameplast, Easypack Solutions, Oscar dell'Imballaggio 2008

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 105, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Sarbec Cosmetics Italia - "Baby & Nature" per l'igiene dei neonati

Spot: "Baby & Nature": è il nome dell'innovativa linea di prodotti dedicati all'igiene e alla cura del neonato lanciata da Corine de Farme in Italia per rispondere alla crescente richiesta di prodotti di origine naturale.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Baby & Nature, Corine de Farme, Sarbec Cosmetics Italia

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 19, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Fater - Un linguaggio mirato e adeguato

Osservatorio Multicanalità: Fater aderisce all'Osservatorio Multicanalità esponendo la loro esperienza del forum on-line per valorizzare il dialogo e l'interazione con i cluster dei consumatori. Info contenuta nella comunicazione d'impresa "Osservatorio Multicanalità".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai alla comunicazione d'impresa che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 95, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

SoGeCos - "Cosmoprof Worldwide" a Bologna dal 10 al 14 aprile svela le novità per il 2008

Focus: Il Cosmoprof Bologna compie nel 2008 41 anni di vita e diventa Cosmoprof Worldwide Bologna (10-14 aprile, Quartiere Fieristico di Bologna), per sottolinearne la leadership mondiale tra gli eventi dedicati alla Bellezza.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Centro studi Anticontraffazione, Cosmolounge 2008, Cosmoprof, Cosmoprof Worldwide, Guardia Di Finanza, In&Out-Perfumes&Pack&Co, SoGeCos, Unione Europea

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"](#)