

Sintesi commentata delle principali tendenze in atto

di Fabio Massi

Nell'articolo di apertura di *Mercato&Imprese*, riportiamo i macrotrend osservati dai ricercatori di Iri Infoscan relativamente alcuni dei comparti coinvolti nell'edizione 2007.

ACQUE MINERALI

Il mercato 2006, trainato dalle naturali, registra buone performance sia a volume sia a valore. «Dopo un inizio di sta-

BABY FOOD

«Il macrocomparto alimenti per l'infanzia – afferma Cristina Lazzaroni, Client Solution Account Manager di Iri – chiu-

CONSERVE ITTICHE

Il mondo delle conserve ittiche registra nel 2006 un incremento di circa 40 milioni di euro di fatturato (+5,4%) – so-

ARTICOLI PULIZIA CASA

Il mercato 2006 registra una lieve flessione sia a volume (-2,4%) sia a valore

CIOCCOLATO

Il mercato del cioccolato nel 2006 presenta una sostanziale stabilità a volume

Questo articolo è parte della edizione valutativa per l'acquisto di *Mercato & Imprese* 2007 - Opinioni e prospettive dall'industria del largo consumo - allegato alla rivista *Largo Consumo* 2/2007.
Clicca sul carrello per ordinare la tua copia e per conoscere i costi

CURA VERDE DOMESTICO

Nel 2006 il mercato aumenta del 4,8% a valore (18,3 milioni di euro) e dell'1,4% a volume (5,6 milioni di unità). «Il primo

tions di Iri – cresce bene, sia a volume

DETERGENZA DOMESTICA

Il mercato 2006 dei detersivi per lavatrici rimane sostanzialmente invariato nei volumi (-0,2%) con poco più di 401 milioni

GELATO INDUSTRIALE

«Il mercato 2006 è in ripresa – afferma Alessandro Poli, Client Solutions Account Director di Iri – con andamenti

PANE INDUSTRIALE

«Il mercato del pane e sostitutivi – spiega Filomena Regano, Client Solution Manager Account di Iri – registra un trend di

FORMAGGI GRANA

«Il mercato nel 2006 – spiega Marco Li-
monta, Account Director Client Solu-

OLIO D'OLIVA

«Nell'ultimo anno terminante a dicembre 2006 – Valentina Buoncristiano, Client Solutions Senior Account Executive di Iri

PARAFARMACO

Il mercato nel 2006 cresce con un buon ritmo sia a valore (+3,8%), con un fatturato che supera i 196 milioni di euro,

Questo articolo è parte della edizione valutativa per l'acquisto di Mercato & Imprese 2007 - Opinioni e prospettive dall'industria del largo consumo - allegato alla rivista Largo Consumo 2/2007.
Clicca sul carrello per ordinare la tua copia e per conoscere i costi

Questo articolo è parte della edizione valutativa per l'acquisto di Mercato & Imprese 2007 - Opinioni e prospettive dall'industria del largo consumo - allegato alla rivista Largo Consumo 2/2007.
Clicca sul carrello per ordinare la tua copia e per conoscere i costi

PASTA FRESCA RIPIENA

«Ottima chiusura dell'anno della pasta fresca ripiena – spiega Marzio Fontanella, Client Solution Account Manager di Iri –

CURA CAPELLI

Secondo Francesco Verrastro, Client Solutions Senior Account di Iri, «il comparto hair care è stabile a valore mentre

SALE ALIMENTARE

«Il mercato è complessivamente stabile a volume (-0,3%) – spiega Marco Limonta, Account Director Client Solutions di Iri –

PETFOOD

«Si conferma una categoria molto interessante – afferma Paolo Garro, Client Solutions Account Director di Iri – in

LIEVITATI DA RICORRENZA

«Il periodo natalizio 2006 è stato particolarmente negativo (-2,9%) – afferma Marco Limonta, Account Director Client Solutions di Iri – soprattutto per quanto

SALUMI

Il comparto cresce nel 2006 sia a valore (+8,7%) con un fatturato di quasi 935 milioni di euro, sia a volume (+4,8%)

VINI

«Continua il rallentamento del trend del vino nel 2006 – spiega Virgilio Romano, Client Solutions Account Manager di Iri –

SUPERALCOLICI

«I superalcolici si mantengono sostanzialmente sulle posizioni dello scorso anno – afferma Virgilio Romano, Client Solutions Account Manager di Iri – e chi-

SPEZIE

«Il mercato 2006 è in lieve flessione a volume – afferma Raffaella Ercoli, Client Solutions Account Manager di Iri

VINI SPUMANTI

«Anno non esaltante per lo spumante che chiude il 2006 con un +2,5% a volume e un +4,3 a valore – spiega Virgilio Roma-

SURGELATI

«Il mercato consolida la grande crescita del 2005 – afferma Alessandro Poli, Client Solutions Account Director di Iri –

SPUGNE IGIENE PERSONA

«Le vendite a valore si attestano nel 2006 sui 22 milioni di euro – spiega Enrico Marcuzzi, Client Solution Account Manager di Iri – con un trend a valore

Questo articolo è parte della edizione valutativa per l'acquisto di Mercato & Imprese 2007 - Opinioni e prospettive dall'industria del largo consumo - allegato alla rivista Largo Consumo 2/2007.

Clicca sul carrello per ordinare la tua copia e per conoscere i costi

Nota: Commenti e dati possono mostrare alcune incongruenze, poiché i commenti sono stati raccolti con un leggero scarto temporale rispetto ai dati.