

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



Documento in **versione interattiva:**
www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-013.pdf

CASALINGHI TAVOLA E CUCINA



Costi del Percorso di lettura:

€ 147,00 (comprensivo iva) - non abbonati
€ 97,50 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo e supplementi

Rif: PL-0307-013

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 – Grocery non alimentare

Rapporto sullo stato delle imprese

I **risultati finanziari** delle principali imprese nazionali, la **produzione** industriale e

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

le **esportazioni**, i **consumi** interni e principali **competitor** internazionali di questo comparto.

I CONTENUTI EDITORIALI:

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n° pagina 10, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Articolo

Più consapevolezza del prodotto da consumatori e gdo

Accessori casa: Le criticità del mercato degli accessori per la casa, il ruolo della grande distribuzione, gli aspetti nuovi della concorrenza orientale sono stati alcuni dei temi sui quali *Mercato&Imprese* ha voluto sentire l'opinione di Jos Weijers, managing director di Brabantia Italy, filiale italiana della multinazionale olandese nata nel 1919.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Casalinghi a marchio del distributore - quote % di mercato
- Casalinghi: investimenti netti in pubblicità
- Spesa delle famiglie per cristalleria, vasellame e utensili per la casa
- Spesa delle famiglie per utensili e attrezzature per la casa e il giardino

Allegati:

- [Scarica l'articolo](#)

Citati: AcNielsen, Bama, Bormioli Rocco, Brabantia, Fiera di Franforte, Foppa Pedretti, General Trade, Meliconi, Nielsen Media Research, Plma, Weijers Jos

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n° pagina 54, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Articolo

Puntare sulla distintività

Pentolame antiaderente: Nel comparto è matura da parte dei trend-setter la convinzione che la competizione del prodotto italiano passi attraverso la sua distintività, che significa qualità intrinseca, ma anche design e creatività, a compensazione del maggiore costo del lavoro, dell'energia e delle materie che il nostro Paese sopporta. Gastone Bertozzini, presidente di Tvs, riferisce in modo lucido in questa intervista a *Mercato& Imprese* i macrotrend in atto nel settore del pentolame antiaderente

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Articoli casalinghi (2004-2005), pre-consuntivo 2006, previsioni 2007
- La conoscenza spontanea e sollecitata delle marche di pentole e stoviglie: 2005 (in%)
- Pentole e posate a marchio del distributore - quote % di mercato

Allegati:

- [Scarica l'articolo](#)

Citati: AcNielsen, Aeternum, Agnelli, Alessi, Alluflon, Anima, Ballarini, Barazzoni, Bennet, Bertozzini Gastone, Bialetti, Calderoni, Carrefour, Casa collection, Consulmarketing, Coop Italia, Domo, Elettrofiama, Eurocast, Europental, Fasa, Fastoval, Frabosk, Giorinox, Gottinghen, Guardini, Guzzini, Ilcar, Illa, Inoxbeck, Inoxia, Inoxpran, Inoxriv, Julienne, Kaiser, Lagostina, Menfi, Mepra, Metall cc, Metaltex, Mondial, Moneta, Morinox, Nova, Ottinetti, Pardini, Piazza, Pinti inox, Plma, Puppieni, Risoli, Ronda, Rondine, Ros, Sambonet, Silga, Sip, Sma, Tefal, Tutto, Tvs

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Grandi magazzini -

Codice PL-1006-004

Edizione: 10/2006

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/102006/PL-1006-004.pdf

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

Lagostina si rilancia con un articolato piano

Il gruppo francese Seb, la multinazionale attiva sul mercato dei piccoli elettrodomestici con i marchi Tefal, Moulinex, Rowenta e Krups che nell'aprile del 2005 ha rilevato l'azienda fondata nel 1901 da Carlo Lagostina e dal figlio Emilio, ha avviato il piano di rilancio del brand Lagostina.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Krups, Lagostina, Lagostina Carlo, Lagostina Emilio, Mindshare, Moulinex, Rowenta, Sep, Tefal

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 77, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Gli intermediari dei casalinghi

Ingresso: Oggi, le aziende di casalinghi producono prevalentemente per la gdo, ma anche per i grossisti, i quali possono soddisfare la totalità della clientela puntando sul servizio, sul prezzo, sulla quantità e su rapide consegne. Inoltre, molti grossisti sono passati alla fase di produzione, fornendo prodotti a loro marchio, fabbricati all'estero, in Paesi dell'Est europeo o nell'Estremo Oriente.

Table, grafici e box a corredo:

- I plus offerti dai grossisti di casalinghi

Allegati:

Citati: Aeternum, Arabel Brinsley, Arte & acqua, Arte & fuoco, Arte & tavola, Bergamaschi & Vimercati, Bialetti, Biondi Ezio, Casaitalia, Casamix, Chieppa, Da Exel, De Molli, Edifact, Elb, Eliplast, Ferraboli, Giganplast, Iper Mercati, Iper Portello di Milano, Lagostina, linea Excelsa, Massa Michel, Moretti Eliana, Pengo, Selection Plus, Taiani, Toninelli casalinghi, Tontarelli, Zironi Casalinghi

Largo Consumo, fascicolo 1/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina -
pubblicato on-line

Tipologia: Breve

Sgce entra nel capitale Co.Import

Sg Capital Europe, società di investimenti in private equity del gruppo Société Générale, ha acquisito l'..% del capitale di Co.Import, la catena specializzata nella distribuzione di oggettistica e articoli per la casa.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Co.Import, Sg Capital Europe, Société Générale

Largo Consumo, fascicolo 1/2007, n° pagina 39, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Il circuito di Euroshop

Franchisor & Franchisee: l'insegna si sta affermando per la sua formula commerciale innovativa. Nei negozi Euroshop è possibile scegliere tra vari prodotti che spaziano dalla bigiotteria alla cosmetica, dai giocattoli agli articoli per la casa, tutti al prezzo unitario di .. euro. Un modo per rendere lo shopping divertente oltre che economicamente conveniente, in quanto permette al consumatore di concentrarsi sulla scelta degli oggetti senza preoccuparsi del loro costo, che resta invariato.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Euroshop

Largo Consumo, fascicolo 1/2007, n°pagina 108, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Zucchi rinegozia i debiti

Zucchi cerca di rinegoziare il debito, circa ...milioni di euro. Alla nuova convenzione bancaria sta lavorando un pool di ...banche fra cui Intesa, agente, Unicredito, Sanpaolo e Bnl. Prevede finanziamenti per ...milioni e che l'azienda di biancheria per la casa ripaghi il vecchio debito tra il 2009 e il 2012, ipotesi fattibile secondo una perizia Price Waterhouse.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bain, Bnl, Intesa, Price Waterhouse, Sanpaolo, Unicredito, Zucchi

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 4, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I consumi di alcuni prodotti non alimentari: 1985-2005 (in milioni di euro correnti)

Tra i principali prodotti hanno registrato un leggero aumento i consumi di quelli per il viso (+...%), e di quelli della linea maschile (+...%). Per il 2006 è previsto un incremento complessivo del ...%. Mercato dei cosmetici, toiletries, cristalleria, vasellame, utensileria dal 1985 al 2005, su dati Istat

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Istat

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 5, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Consumi e produzione industriale: ceramica da tavola e ornamentale, stoviglie in porcellana e ceramica

Continua a soffrire la concorrenza internazionale. Nel 2005 il valore della produzione è diminuito a ...milioni di euro (-...%), in calo per il quarto anno consecutivo. I v...% in valore, e del ...% in volumi.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 5, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Consumi e produzione industriale: stoviglie e pentole in metallo

In base a dati Anima, è diminuito a ...milioni di euro (-...%), mentre le esportazioni sono rimaste invariate a ...milioni. L'occupazione è diminuita del ...% a ...unità. In crescita il pentolame non in acciaio, specie quello antiaderente. Anche a livello europeo il valore della produzione di vasellame in acciaio (in calo) è stato quasi raggiunto da quello non in acciaio (in costante aumento).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Anima, Consorzio Premax

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 6, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I principali gruppi non alimentari in Usa: Georgia Pacific

Nel settore cartario i due tradizionali concorrenti sono Georgia-Pacific e Kimberly Clark. Alla fine dell'anno scorso Georgia-Pacific è stata acquisita dal gruppo diversificato Koch Industries. Georgia-Pacific nel 2004 ha fatturato quasi 20 miliardi di dollari nel settore della carta, tissue, imballaggio e legname in America e in Europa.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Georgia Pacific, Koch Forest Products, Koch Industries

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n° pagina 6, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I principali gruppi non alimentari in Usa: Kimberly Clark

Kimberly Clark nel 2005 ha fatturato ...miliardi di dollari (+...%). I profitti netti sono diminuiti a ...milioni (-...%). I prodotti per la persona (assorbenti femminili, per neonati, per adulti) hanno fatturato ...miliardi (+...%), i prodotti tissue ... miliardi (+...%), quelli "business to business" ...miliardi (-...%).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Kimberly Clark

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n° pagina 7, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I principali gruppi non alimentari in Usa: Tupperware

Nel 2005 il suo giro d'affari di Tupperware è stato di ...miliardi di dollari (+...%), con profitti netti di ...milioni. La sua organizzazione di vendita conta su ...milioni di rappresentanti indipendenti, ed è presente anche in Italia.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Beauticontrol, Sara Lee, Tupperware

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n° pagina 7, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali aziende nel settore grocery non alimentare in Europa: 2004 (Italia esclusa)

Vendite (mgl di euro e variazione %), profitti netti (mgl di euro e variazione %, % su vendite), numero addetti, vendite (mgl di euro) e valore di borsa (mgl di euro) su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Aktiengesellschaft, Arbora & Ausonia, Arc international, Astrazeneca, Avecia Group plc, Bayer, Beute Prestige Onter, Beiersdorf, Bic, Boots Group, Brio, Bsn Glasspack, Bureau Van Dijk, Business Week, Cederroth international, Chanel, Christian Dior, Clarins, Cosmetiques, Coty, Esselte Group Holdings, Faber Castell, Fortune, Freudenberg, Givaudan, Gmbh & co., Groupe Berchet, Guerlain, Henkel, Johnson Matthey, Krengel gmbh & co., L'Oreal, Lego, Lilleborg, limited company, Marbert holding, McBride, Metallwarenfabrik, Metsä Tissue gmbh, Parfums Givenchy, Parfums Rochas, Paul Hartmann, Pelikan, Pierre Fabre, Pierre Fabre Dermo Cosmetique, Pz Cussons, Reckitt Benckiser, Robert McBride, Rosenthal, Royal Doulton, Saint Gobain Desjonquieres, Saint Gobain Emballage, Sanofi aventis, Schwan-Stabilo Cosmetics, Seton House Funding, Smith&Nephew, Smoby, Solvay, Soprococ - Ste des produits, Ssl International, Svenska cellulosa, Swarovski International Holding, Tefal, The Body Shop International, Unilever, Villeroy & Boch, Waterford Wedgwood Public, Wella, Wepa Papierfabrik p., Wmf Württembergische, Yves Saint Laurent, Zapf-Creation

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n° pagina 7, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali aziende nel settore grocery non alimentare negli Stati Uniti: 2004

Vendite (mgl di euro e variazione %), profitti netti (mgl di euro e variazione %, % su vendite), numero addetti, vendite (mgl di euro) e valore di borsa (mgl di euro) su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Alberto Culver, Avon, Blyth, Bristol-Myers Squibb, Bureau Van Dijk, Business Week, Clorox, Colgate-Palmolive, Dow Chemical, Energizer, Estée Lauder, Fortune, Georgia-Pacific, Gillette, Hasbro, Intl. Flavors & Fragr., Jakks Pacific, Johnson Diversey, Johnson&Johnson, Kimberly Clark, Leap Frog, Mattel, Owens-Illinois, Procter & Gamble, Revlon, Sara Lee, SC Johnson, Stanley Works, Tupperware

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 7, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali aziende nel settore grocery non alimentare in Giappone: 2004

Vendite (mgl di euro e variazione %), profitti netti (mgl di euro e variazione %, % su vendite), numero addetti, vendite (mgl di euro) e valore di borsa (mgl di euro) su dati Bureau Van Dijk.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bandai, Bureau Van Dijk, Business Week, Fortune, Kao, Shiseido, Unicharm

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 9, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli scambi commerciali italiani dei diversi settori: 1996-2005 (in milioni di euro)

Esportazioni, importazioni, saldi commerciali nei settori cosmetici e toiletries, detersivi e saponi, giocattoli, carta per uso domestico e sanitario, posate, coltelli e pentole, articoli per scrittura, vetro cavo, porcellana, ceramiche, spazzole, pennelli e scope.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 10, lunghezza 1/2 Pagina

Tipologia: Breve

Una domanda a Virgilio Bugatti, presidente di Fiac - Associazione fabbricanti italiani articoli casalinghi

Stagnazione dei consumi, concorrenza asiatica, da un lato, ma anche ricerca di efficienza, concentrazioni e delocalizzazioni, dall'altro. Quali altre strategie potranno essere attuate per rivitalizzare un settore così ricco di valori "made in Italy"?

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Fiac (associazione fabbricanti italiani articoli casalinghi)

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 10, lunghezza 1/2 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati dei principali gruppi che operano nel settore grocery non alimentare: 2002-2004 (bilanci consolidati)

Esaminati i fatturati, il valore aggiunto, la % sul fatturato, il risultato dopo imposte (mgl di euro e %), dipendenti (unità e fatturato mgl di euro). Dati Mediobanca e bilanci aziendali.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Artsana, Avir, Bayer, Bormioli Rocco, Cartiere Fedrigoni, Comital Saiag, Fater, Giochi Preziosi, Henkel, Kimberly Clark, L'Oreal, Lever Fabergè, Mediobanca, Procter & Gamble, Reckitt Benckiser

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 12, lunghezza 1/2 Pagina

Tipologia: Breve

Una domanda a Giovanni Dell'Aria Burani, presidente di Assocarta - Associazione dell'industria cartaria

L'industria italiana della carta per uso domestico sta attraversando una fase di interessante sviluppo, in Italia e all'estero. E in Europa è il maggiore produttore di carta tissue. Quali sono i principali fattori che ne hanno favorito la competitività a livello sia produttivo che commerciale?

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Assocarta

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 13, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Le grandi aziende non alimentari in Europa: Sca

Nel settore della carta il più importante gruppo europeo è la svedese Sca, che nel 2005 ha fatturato ...miliardi di euro (+...%), con profitti netti di ...milioni, ...volte inferiori a quelli degli ultimi anni. Sca è presente in ...Paesi di tutto il mondo con impianti produttivi in ..., con circadipendenti.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Sca

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 13, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La produzione dei diversi settori non alimentari: 1996-2005 (in milioni di euro correnti)

Settori presi in considerazione: Cosmetici e toiletries, detersivi e saponi, giocattoli, carta per uso domestico e sanitario posata, coltelli e pentole, porcellana e ceramiche spazzole, pennelli, scope, articoli per scrittura. Dati forniti dalle rispettive Associazioni.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 14, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I principali gruppi non alimentari in Italia: Bormioli Rocco

Nei casalinghi in vetro il gruppo Bormioli Rocco sta affrontando un sostanziale cambiamento. Nel 2004 ha fatturato ...milioni di euro (-...%) con una perdita di ...milioni e oltre ...dipendenti.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Banca Popolare Italiana, Bormioli Rocco

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 14, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

L'incidenza dell'export sulla produzione dei diversi settori: 1996-2005 (in % sul valore)

Settori presi in considerazione: Cosmetici e toiletries, detersivi e saponi, giocattoli, carta per uso domestico e sanitario posate, coltelli e pentole, porcellana e ceramiche spazzole, pennelli, scope, articoli per scrittura. Dati forniti dalle rispettive Associazioni.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 16, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I risultati delle principali imprese grocery in Italia (2003-2004): carta per usi domestici

Nel settore della carta per usi domestici, ...aziende tra quelle rilevate hanno fatturato più di ...milioni di euro.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Cartiera Lucchese, Delicarta, Fox, Industrie Cartarie Tronchetti, Kimberly Clark, Sca, Soffass

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 17, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Le prime 20 imprese non alimentari per numero di addetti: 2004 (in unità e in migliaia di euro)

Dati in tabella: dipendenti, variazione % 2004/2003, fatturazione per dipendente, su dati Bureau Van Dijk

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Artistica La Piana, Artsana, Bormioli Luigi, Bormioli Rocco, Bureau Van Dijk, C.A.L.P. Cristalleria, Cartiere Fedrigoni, Comital Saiag, Deroma, Fater, Figlio, Fila - Fabbrica Italiana, Industrie Cartarie Tronchetti, Intercos, Kartogroup, Kimberly Clark, Lapis Affini, Pagnossin Ceramiche Forti per la tavola, Peg Perego, Procter & Gamble, Reckitt Benckiser, Sca Hygiene Products, Stola

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 17, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Le prime 20 imprese non alimentari per risultato d'esercizio: 2004 (in migliaia di euro)

Dati in tabella: totale, variazione% 2004/2003, % su fatturato. Su dati Bureau Van Dijk

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Artsana, Artsana Sud, Beiersdorf, Body Care, Bolton Manitoba, Bureau Van Dijk, Cartiere Fedrigoni, Colgate-Palmolive, Collistar, Fater, Fila - Fabbrica Italiana, Giochi Preziosi, Helena Rubinstein, Industrie Cartarie Tronchetti, Kimberly Clark, L'Oreal Saipo Industriale, Lapis Affini, Manetti&Roberts, Peg Perego, Procter & Gamble, Reckitt Benckiser, Sara Lee

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 18, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I risultati delle principali imprese grocery in Italia (2003-2004): casalinghi in vetro

Nei casalinghi in vetro, alle spalle di Bormioli Rocco si trova Bormioli Luigi, che nel 2004 ha fatturato ...milioni di euro (+...%), con una perdita di esercizio di ... milione. Calp ha fatturato ...milioni (+...%), riportando l'esercizio in attivo rispetto alla perdita dichiarata nel 2003.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bormioli Luigi, Bormioli Rocco, Nachtmann, Riedel, Spiegelau, Swarovsky

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 18, lunghezza 1/2 Pagina

Tipologia: Breve

Una domanda a Marco Omboni, presidente di Gruppo produttori in plastica monouso (attivo in seno alla Federazione Gomma Plastica)

- 1) Qual è l'andamento dei consumi dei prodotti monouso per la tavola e la casa?
- 2) In quale misura è fattore di sviluppo il fatto che i prodotti a marca privata dei distributori rappresentano quote di mercato molto importanti?

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Federazione Gomma Plastica, Gruppo produttori in plastica monouso

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 19, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I risultati delle principali imprese grocery in Italia (2003-2004): stoviglie in metallo e posateria

Il settore delle stoviglie in metallo e della posateria sta subendo un accelerato processo di concentrazione. Alla fine del 2005 il gruppo Bialetti ha acquisito lo storico marchio Aeternum, che ha fatturato...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Aeternum, Alessi, Bialetti, Cem, Girmi, Lagostina, Rondine, Seb, TVS

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 19, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I risultati delle principali imprese grocery in Italia (2003-2004): casalinghi in ceramica e porcellana

Nel settore dei casalinghi in ceramica e porcellana, i principali operatori europei sono le aziende tedesche Villeroy & Boch e Rosenthal, che stanno entrambe soffrendo la stagnazione della domanda soprattutto nel mercato domestico.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Rosenthal, Villeroy & Boch

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 19, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti pubblicitari netti grocery non alimentare: 2004-2005 (in migliaia di euro)

Toiletries, cura persona, gestione casa, giochi, articoli scolastici, casalinghi su dati Adex e Nielsen Media Research

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Adex, Nielsen Media Research

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 22, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Il roi per settore (grocery non alimentare): 2004 (in%)

Settori in tabella: Cosmetici, Toiletries, Detergenti, Pulizia casa, Cura verde domestico, Cancelleria, Giocattoli, Casalinghi in vetro, Carta casa, Pentole/posate, Casalinghi di porcellana/ceramica, Casalinghi in plastica, Media grocery non alimentare

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bureau Van Dijk

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 22, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La durata del magazzino per settore (grocery non alimentare): 2004 (in giorni)

Settori in tabella: Cosmetici, Toiletries, Detergenti, Pulizia casa, Cura verde domestico, Cancelleria, Giocattoli, Casalinghi in vetro, Carta casa, Pentole/posate, Casalinghi di porcellana/ceramica, Casalinghi in plastica, Media grocery non alimentare

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bureau Van Dijk

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 23, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La durata crediti clienti per settore (grocery non alimentare): 2004 (in giorni)

Settori in tabella: Cosmetici, Toiletries, Detergenti, Pulizia casa, Cura verde domestico, Cancelleria, Giocattoli, Casalinghi in vetro, Carta casa, Pentole/posate, Casalinghi di porcellana/ceramica, Casalinghi in plastica, Media grocery non alimentare

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bureau Van Dijk

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 23, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La durata debiti fornitori (grocery non alimentare): 2004 (in giorni)

Settori in tabella: Cosmetici, Toiletries, Detergenti, Pulizia casa, Cura verde domestico, Cancelleria, Giocattoli, Casalinghi in vetro, Carta casa, Pentole/posate, Casalinghi di porcellana/ceramica, Casalinghi in plastica, Media grocery non alimentare

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bureau Van Dijk

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n° pagina 30, lunghezza 1 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali imprese del settore carta casa in Italia: 2003-2004

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 carta casa con fatturato compreso tra 545 e 2 mln, su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bureau Van Dijk, Carind, Cart Oran, Cartemani, Cartiera di Carbonera, Cartiera Fenili, Cartiera Kartocell, Cartiera Lucchese, Cartiere Fedrigoni, Cartiere Paolo Pigna, Cartindustria Eurocarta, Cartograf, Cartoplast Sud, Cartotecnica Santa Caterina, Celtex, Cip 4, Cipassorbenti, Cipeco, Comital Saiag, Conversione Salviettine Umidificate, Daina, Decordolce, Delicarta, Deni, Dispotech, Erre, Eurofil, Europrosan, Fabbri, Fas, Fato, Fippi, G.G.A., H.P. (High Paper), I.C.A. (Industria Contenitori Alimentari), Imbalpaper, Industrie Cartarie Tronchetti, Infibra, Kartogroup, Kimberly Clark, Magic, Nave, Novacart, Nuova Elleci, Nuova Roger Carta, Okay, Oran, Paper Divipac, Pierrot, Polifra, Pro Sanit, Quality Flex, Roto Cart, S.I.C.I., S.I. Cell, Sacma, Sanigen, Sartica Cartindustria, Sca Hygiene Products, Sei Esse, Simply Cart, Soffass, Soffigen, Sonesta, Specialcarta, Stenago, Toscocarta, Zappelli Gfc Tissue Paper Company

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n° pagina 34, lunghezza 1 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali imprese del settore casalinghi in plastica in Italia: 2003-2004

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 casalinghi in plastica con fatturato compreso tra 68 e 15 mln, su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bureau Van Dijk, Giò Style, Meliconi, Ve.Ca. Veneta Casalinghi

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n° pagina 35, lunghezza 1 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali imprese del settore casalinghi in porcellana/ceramica in Italia: 2003-2004

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 casalinghi in ceramica con fatturato compreso tra 89 e 2 mln, su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Abruzzo Vasi, Aster Made Italy, Axa, Belfiore, Bureau Van Dijk, Caleca, Ceramgres, Ceramica Falcinelli, Ceramica Flaminia, Ceramica Incontro, Ceramica Magica, Ceramica V.A.R.M., Ceramiche Artistiche Biviemme, Ceramiche di Siena, Ceramiche Musa, Ceramiche Toscane, Cerasarda, Cotto Ref, Cotto Veneto, De Silva, Decomer, Decoratori Bassanesi, Deroma, Euganea Vasi, F.A.C. (Fabbrica Albisolese Ceramiche), Fabbro Teresa, Fac Tradizioni Veneziane, Fornace Pesci, Gamma Due, Geranio Pietro Graziano, Gres 2000, I.P.A. (Industria Porcellane), Italica Ars, Keramo, Keratech, Keser Diva Design, La Castellana, La Primula, La Sfinge, La Vesuviana Berger, Mangani, Noemi Ceramiche, Nuova Ceraminter, P.M.S. Creazioni Ceramiche, Pagnossin Ceramiche Forti per la tavola, Richard Ginori, Rosenthal, Runway, Saturnia, Smalticeram Unicer, Stilteco, Studio Biemme, Studio Vega Ceramiche D'Arte, Tandem, Thun, Tiffani Boutique, Tognana Porcellane, Vacis Prefabbricati Centro, Vaserie Trevigiane International

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n° pagina 35, lunghezza 1 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali imprese del settore casalinghi in vetro in Italia: 2003-2004

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 casalinghi in vetro con fatturato compreso tra 520 e 2 mln, su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Abruzzo Vetro, Attività Industriali Friuli, Berengo Fine Arts, Bormioli Luigi, Bormioli Rocco & Figlio, Bureau Van Dijk, C.A.L.P. (Cristalleria Artistica La Piana), Carlo Moretti, Cerve, Co.V.I.M., Collevilca Cristalleria, Consorzio Vetriere Industriali Milano, Creare, Deco Line, Ferro Murano, G.S.M. (Galleria San Marco), I.V.V. (Industria Vetraria Valdarnese), Ivat, Le Bricole, Lux, Murero & Co., Nuova Cooperativa Empolese Vetrai, Sicilvetro, Soffieria Mezzadri, Star Glass, Uno Glass, Venini, Vetreria Partenopea, Vetreria Pavesi, Vetreria Sant'Angelo, Vetriere Meridionali, Vetriere Riunite, Vetriere Venete, Vetrobalsamo

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n° pagina 36, lunghezza 1 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali imprese del settore pentole/posate in Italia: 2003-2004

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 pentole/posate con fatturato compreso tra 40 e 2 mln, su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: A.s.g. International, Abert, Aeternum, Alessi, Alfa Metal Corporation, Allufon, Alusteel Industrie, Angelo Romani, Apell, Apparatebau, Ar Cas, Ausonia – Nanutti Beltrame, Baldassare Agnelli, Ballarini, Becchetti Giacomo, Bialetti Holding, Biesse Group, Binex, Blu, Bodum, Boniotti, Bureau Van Dijk, Calderoni Fratelli, Carlo Giannini, Club House, Coltellierie Sanelli, Comset, Cps, Desco, Di.Po. (Discatura Industriale), Domo i, Domovip, Duka, Easy, Europental, F.lli Simoni, Faro, Fastoval (Fabbrica Stoviglie Alluminio), Fibretex, Filplast, Fiskars Brands, Flonal, Frabosk Casalinghi, Garden, General Trading, Ghidini Cipriano, Gierre, Gimi, Giorinox, I.C.A.R., I.L.L.A., I.P.A.C (Industria Pistoiese Articoli Casalinghi), Il Rovere, Ilsa, Industrie Bonomi Bagni, Inox Macel, Innoxia, Innoxpran Prama, Innoxriv di Rivadossi Francesco, Italcasalinghi, Italfua, Ivab, Lagostina, Linea, Linea F, Lumenflon, Marietti Coltellieria, Medial International, Megius, Mepra, Metal F.A.R., Metalbagno, Metalgo, Metallurgica Rivarolese, Metalstik, Metaltex, Meyer Europe, Mori Produzione Inox, New Artleva, Officina Fiandri, Officine Zani, Orutra, Paolo & Figli, Pardini, Pedrini P.P.L., Pentaflon Industrie Gruppo Italcasalinghi, Piazza Effepi, Pinti Inox, Priolinox, Provex Industrie, Pucciplast, Quattro Effe, Reds, Rigamonti Pietro & Figli, Risoli di Montini A., S.F.A. Pro, Sacim, Salvinelli, Sambonet Paderno Industrie, Samo, Saniflex, Sanika, Scab Rudiano, Scaglioni, Seggio Line, Sheratonn Italiana, Silga, Sirex, Siro Vellaro Roberto, Smavit, Solana, Stampex, Steam, Steel Pan, Stephra, Stovmon, Superbeta, Tab, Techso, Tecnologie Costruttive, Teknocieffe, Tenda Dorica, Tontarelli, Top Casalinghi, Ts, TVS, Valsecchi Casalinghi, Vega Industriale, Veryflon

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 0, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Crisi GioStyle: svolta con il fondo Atlantis

È giunto a un punto di svolta il tormentato itinerario della crisi GioStyle, uno dei più noti e apprezzati marchi dei casalinghi italiani. L'azienda, impegnata dalla fine del 2004 nel riassetto finanziario dopo alcune acquisizioni che ne avevano gravato il debito fino a una cifra di poco inferiore al fatturato realizzato lo scorso anno, .. milioni di euro, ha trovato nel fondo Atlantis Capital, un investitore disposto a darle credito.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Atlantis Capital, GioStyle

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 153, lunghezza 4 pagine

Tipologia: Articolo

Casalinghi di gran classe

Rating: il settore, con particolare riguardo agli oggetti in plastica, mette a segno ottime performance. Tutte le imprese si piazzano nella fascia "A". Un nome è al comando. Oggetto della nostra analisi sono quattro tra le principali società italiane attive nel settore della fabbricazione e commercializzazione di articoli in materie plastiche per l'uso casalingo, in particolare: Meliconi spa, Stefanplast spa, Tontarelli spa ed Esseplast spa.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Gli indici di bilancio: 2003-2004
- Il conto economico riclassificato (in migliaia di euro)
- La sintesi dei risultati
- Stato patrimoniale riclassificato (in migliaia di euro) (€/000)

Allegati:

Citati: Cme, Esseplast, GumBody Meliconi, Ifi, Meliconi, Space system, Stefani Antonio, Stefanplast, Termoplastica Veneta, Tontarelli, Tontarelli Sergio, Unicredit, Zen Michele, Zen Valentino

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 26, lunghezza 1/2 pagina

Tipologia: Breve

Le cifre della vendita diretta

Nel primo trimestre del 2006 il fatturato ha segnato un incremento del ...% sullo stesso periodo dell'anno precedente attestandosi a ... milioni di euro. In questo lasso di tempo le performance migliori sono state realizzate dal tessile (+...%) e dagli "alimentari-nutrizionali" (+...%). Degni di nota i risultati ottenuti dai segmenti "beni di consumo casa" (+...%) e "cosmesi e accessori moda" (+...%). In coda, con un incremento dell'...%, i "beni durevoli casa", che si conferma il settore trainante.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- La segmentazione del fatturato delle vendite dirette per categorie merceologiche: 2005 (mgl euro)

Allegati:

Citati: Avedisco, Istat

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 89, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Cosa bolle in pentola

Nel 2005 le vendite di pentole in acciaio, alluminio e rame hanno raggiunto i ... milioni di euro sell in, pari a circa ... milioni di euro sell out; circa il ...% delle vendite ha riguardato le pentole in alluminio mentre il restante ...% si riferisce alle pentole in acciaio. Il mercato delle pentole a pressione si è ormai stabilizzato da diversi anni; nel 2005 le vendite hanno raggiunto i ...milioni di euro sell in pari a circa ...milioni sell out.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- I fattori di successo di pentole e stoviglie: 2005 (in %)
- La conoscenza spontanea e sollecitata della marche di pentole e stoviglie: 2005 (in %)

Allegati:

Citati: Aeternum, Agnelli, Alessi, Allufion, Ballerini, Barazzoni, Bennet, Bialetti, Bialetti Industrie, Calderoni, Carrefour, Casa collection, Consulmarketing, Coop, Domo, Elettrofiamma, Eurocast, Europental, Fasa, Fastoval, Frabosk, Giorinox, Girmi, Giugiario, Gottinghen, Guardini, Guzzini, Ilcar, Illa, Inoxbeck, Inoxia, Inoxpran, Inoxriv, Julienne, Kaiser, Krups, LadyPlus, Lagostina, Marchio Oro, Menfi, Meptra, Metall cc, Metaltex, Mondial Casa, Moneta, Morinox, Moulinex, Nova, Ottinetti, Pardini, Piazza, Pinti inox, Puppini, Risoli, Ronda, Rondine, Ros, Rowenta, Sambonet, Seb (Società d'emboutissage de Bourgogne), Silga, Sip, Sma, Tefal, Tutto, Tvs, Upim, Veryflon, Vev Viganò, Vip, Vis, Wmf, Zani, Zenith

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 129, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Da Onama un nuovo medium

Fare della solita tovaglietta coprivassoio un vero e proprio nuovo medium. L'idea è del gruppo Onama, uno dei principali protagonisti del mercato italiano della ristorazione collettiva e commerciale. Onama propone infatti ai suoi investitori un contratto media standard della durata di due mesi, per un totale di circa milioni di contatti (.... per giorni lavorativi).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Onama

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 163, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Bialetti più forte nei casalinghi

Dopo Lagostina si rafforza così per Bialetti il progetto di creare un polo italiano del casalingo, incentrato sulle pentole antiaderenti (Rondine) e ora anche, con Aeternum, su quelle in acciaio inossidabile. In Turchia Bialetti ha acquisito Cem, leader delle vendite di pentole in Medio Oriente.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Aeternum, Bialetti, Cem, Lagostina, Rondine

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 173, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Stoviglie biodegradabili: al via la sperimentazione

Amici della Terra e la Fondazione Fiera Milano, in collaborazione con Fiera food system, Onama e Autogrill, hanno elaborato un progetto per la Fiera di Milano al fine di verificare la fattibilità dei prodotti biodegradabili per la somministrazione pubblica di alimenti e bevande, i cui rifiuti verranno poi raccolti separatamente e avviati al compostaggio.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Amici della Terra, Amici della Terra Lombardia, Autogrill, Conai, Fiera food system, Fondazione Fiera Milano, Onama, Piazza Camillo

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 186, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

A Bialetti Industrie la certificazione SA8000

Bialetti industrie, leader nel settore dei casalinghi con i marchi Bialetti, Rondine e Girmi, ha ottenuto la certificazione secondo lo standard internazionale di responsabilità sociale Social accountability 8000.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bialetti , Girmi, Piantoni Alberto, Rondine

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 49, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Articolo

Coltelli e forbici si difendono

Casalinghi: di fronte all'attacco cinese i due principali comparti degli strumenti da taglio puntano su qualità, design, elevate performance, forza del marchio e origine controllata. Con successo.

Table, grafici e box a corredo:

- il fatturato del comparto coltelleria da cucina e professionale: 1996-2004*
- L'import dalla Cina di coltelli professionali e da cucina: 1995-2004* (in euro e in tonnellate)

Allegati:

Citati: Alexander, Anima, Berti, Berti Andrea, Biancardi Fausto, Bufalo, Consorzio Premax, Fiac (Fabbricanti italiani articoli casalinghi), Fiskars Brands Italia, Gianola Dionigi, Istat, Kaimano, Karstad, Mistò Pietro, Montana, Solingen, Zwilling J.A. Henckels

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 33, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Sara Lee – Tupperware

Sara Lee Corporation ha recentemente confermato la vendita del ...% del segmento vendite dirette a Tupperware corporation per la cifra di ... milioni di euro. Il disinvestimento di Sara Lee nel segmento era stato, peraltro, annunciato già nel...continua...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Brenda Barnes, Sara Lee, Tupperware

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 31, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Seb-Lagostina

A giugno il gruppo Sep ha concluso l'acquisizione, dalla famiglia Moroni, di Lagostina spa per una cifra vicina ai ... mln di euro. Lagostina, che impiega ... persone circa, ha generato nel 2004 un fatturato di ... mln di euro.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Famiglia Moroni, Krups, Lagostina, Moulinex, Rowenta, Seb, Tefal

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n° pagina 86, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Tesco lancia Homeplus

Il numero uno britannico ha annunciato il lancio di un nuovo format dedicato al non-food con insegna Tesco Homeplus. I nuovi negozi propongono un'ampia gamma di articoli non-food, dagli elettrodomestici ai complementi d'arredo, dall'abbigliamento agli accessori per uomo, donna e bambino. Il lancio di Tesco Homeplus conferma la trasformazione in atto nel settore distributivo inglese, dove nell'ultimo quinquennio le vendite, nel canale supermercati, hanno registrato un incremento del 60%.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Homeplus, Tesco

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n° pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Il potenziale di Porcellana Bianca

Franchisor & Franchisee: Decine di oggetti per la tavola e per la casa tutti rigorosamente bianchi. È questa la peculiarità dell'offerta e del marchio Porcellana Bianca, trasferita nel progetto di sviluppo in franchising avviato nel 1985. Le location più idonee sono inserite nelle aree urbane e commerciali con ... abitanti, preferibilmente non presidiate da punti di vendita similari. La progettazione dei nuovi negozi è affidata ai tecnici e ai designer dell'azienda, i quali ...continua...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Porcellana Bianca

Largo Consumo, fascicolo 7/2005, n° pagina 102, lunghezza 2,5 Pagine

Tipologia: Articolo

Frenata con brio

Promozioni: Sul lungo periodo l'investimento rallenta, anche se il comparto ha attraversato indenne il periodo di recessione. Un omaggio sul punto di vendita grida più forte di uno spot.

Table, grafici e box a corredo:

- Il mercato globale delle promozioni: 2001-2004 (in milioni di euro)

Allegati:

Citati: Assap , AssoComunicazione , Assoprom , Avon Cosmetics , Banca Intesa , Barbieri Alessandro , Carrefour, Catiturama, Conad , Coop , Coralys , CoRo Marketing , Crai , Danone , de Brabant Matteo , Despar , Di Meglio, Erg , Esselunga , Eurospar, Gala , Gir Promomarketing , Gs , Henkel , Interdis , Interspar, Jakala , Johnson Diversey , JP Solutions , Kraft , Marcam , Marchetti Corrado , Mirata , Mussetto Vincenzo , Nestlé , Pam , Parmacotto , Promoplan , Rcs , Rcs Direct , Selectx , Seri , Shell , Sintesi , Sisa , Switzerland Cheese , TotalFina, Unilever , Università degli Studi di Pavia , Warner Bros , Zammarchi Valerio , Zanetti Andrea

Largo Consumo, fascicolo 7/2005, n° pagina 157, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Seb ottiene il controllo di Lagostina

La battaglia tra il gruppo Bialetti e Seb per il controllo di Lagostina si è conclusa a favore della multinazionale francese, leader dei piccoli elettrodomestici, che avrebbe sborsato intorno ai ... milioni per aggiudicarsi la quota di maggioranza dell'azienda di Omegna, l'anno scorso con un fatturato di ... milioni di euro. Seb ha dichiarato l'intenzione di voler puntare con forti investimenti, pari a ... milioni in .. anni.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bialetti , Lagostina , Seb , Tefal

Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n° pagina 100, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Occhio alla caffettiera

La caffettiera, in quanto casalingo sottoposto a elevate pressioni di vapore, deve rispondere a precisi requisiti di sicurezza elencate nella norma Uni en La normativa stabilisce che i materiali [..], la base e il corpo devono [..], la valvola .. continua...

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n° pagina 158, lunghezza -

Tipologia: Breve

Il picnic come arte di vivere le belle giornate

Rassegna stampa internazionale: Il 2000 è l'anno che ha segnato il grande ritorno al picnic, con 4 milioni di consumatori sui prati di casa come nei parchi, dal Nord al Sud. Le ragioni sono la voglia di verde e di socializzazione. Qusata moda porta con se maggiore consumo di accessori per picnic.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Auchan, Biehl Bernd, Carrefour, Costil Olivier, Dm-drogeriemarkt, Dohle-distribuzione, Dowdell Stephen, Für sie, Idea, Intermarché, Leclerc, Markant, Rewe, Schlecker, Thouanel-Lorant Patricia, Ubs investment research, Wal-Mart

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 95, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Le opportunità di Kasanova

Franchisor & Franchisee: Nata nel 1994 dalla società F.Ili Fontana di Arcore, operante nel settore delle porcellane, cristallerie, casalinghi, liste nozze e regalo), l'insegna Kasanova esprime la promessa di un prodotto di una certa raffinatezza con un buon rapporto di prezzo. A metà del 2005 i negozi erano 164.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n° pagina 101, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Nuove fiere a Francoforte

Alla terza edizione di Tendence lifestyle verrà affiancata "Collectione" dedicata alle tendenze di consumo del periodo estivo dell'anno successivo, e permettere all'industri ai preparare l'ordinato con sufficiente anticipo. I settori coinvolti sono: 1) gli articoli regalo, cartoleria, borse e pelletteria, decorazioni, 2) tessile casa e arredamento e 3) casalinghi, 4) Arredamento esterno e giardinaggio.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 3/2005, n°pagina 40, lunghezza 2,3 pagine

Tipologia: Articolo

Plastica in flessione

Casalinghi: nonostante gli importanti volumi di vendita, il mercato risente della concorrenza orientale e degli articoli di primo prezzo. La via d'uscita è la riqualificazione verso l'alto.

Tablette, grafici e box a corredo:

- I problemi e le soluzioni per il mercato dei casalinghi in plastica

Allegati:

Citati: Antro, Antro Arturo, Bama, Barra Marisa, Bianco Federico, Ferrari Casa, General Plastica, Gennai Patrizia, Giò Style, Lavatelli, Moplem, Salani Fabio, Savino Patrizia, Tupperware

Largo Consumo, fascicolo 3/2005, n°pagina 167, lunghezza 3 Pagine

Tipologia: Articolo

Tessile casa senza strappi

Rating: Caleffi, Gabel, Zambaiti e Zucchi: le 4 aziende leader analizzate, sono riuscite ad ottenere risultati discreti. Solidità e stabilità sono confermate da buone valutazioni

Tablette, grafici e box a corredo:

- Indici di bilancio 1
- Indici di bilancio 2
- La sintesi dei risultati

Allegati:

Citati: AcNielsen, Bassetti, Caleffi, Cottonificio Honegger, Descamps, Gabel, Ifi, Jalla, Sita, Zambaiti, Zucchi

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n°pagina 83, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Brabantia Italy

Le schede aziendali: Nata in Olanda nel 1919, Brabantia produce e commercializza articoli per la casa e la cucina. I suoi prodotti sono suddivisi in cinque categorie: articoli per la raccolta dei rifiuti, articoli per la conservazione degli alimenti, utensili da cucina, accessori per la cura della biancheria e ferramenta.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Brabantia, Weijers Jos

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n°pagina 113, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

TVS

Le schede aziendali: TVS ha sviluppato, brevettato e introdotto, fra le prime, tecnologie d'avanguardia, come Titan Ceramic Plasma Technology e TControl: il sistema per il controllo del calore e della cottura. Altra componente di tutti i prodotti TVS è la ricerca, mirata a creare un connubio perfetto tra forma, funzionalità ed estetica. Da qui le collaborazioni con designer di fama mondiale quali Matteo Thun, Giugiaro Design, Takahide Sano, Harry Palladium e Claire Bras, per citarne alcuni.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Il fatturato di TVS: 1974-2005 (in mln di euro)
- Il numero di dipendenti di TVS: 1974-2005

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione d'impresa](#)

Citati: Bertozzini Gastone, Bertozzini Giuseppe Alberto, Certificazione Sa 8000:2001, Certificazione Uni En Iso 6001:2000, Claire Bras, Giugiaro Design, Harry Palladium, Plasma Technology, Scipioni Iside, Takaide Sano, Tcontrol, Thun Matteo, Titan Ceramic, Tvs, Tvs Archetun, Tvs Esprit Colors, Tvs Esprit Decors, Tvs LadyPlus

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n°pagina 78, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Bergamaschi & Vimercati -Qualcosa di nuovo accumuna gli stili di vita emergenti.

Bentornato colore

Più colore alla casa ed alla vita: ecco le nuove collezioni Excelsa... ma con migliaia di referenze e centinaia di novità ogni anno, Excelsa si distingue, oltre che per il costante aggiornamento in funzione delle tendenze, anche per il rapporto qualità-prezzo e per il livello di presentazione, derivante da confezioni tanto curate quanto rigorose: un'offerta vastissima, che può contare su oltre 1.500 articoli, ripartiti per tutti i vari comparti casa .

Table, grafici e box a corredo:

- Bergamaschi & Vimercati in cifre
- La segmentazione del fatturato Excelsa

Allegati:

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 40, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Bergamaschi & Vimercati

Le schede aziendali: Fiore all'occhiello di Bergamaschi & Vimercati è Excelsa, una linea concepita e sviluppata all'interno dell'azienda e distribuita nel canale moderno: completa ed equilibrata, che abbraccia i segmenti della tavola, della cucina e dei servizi casa, all'insegna di un'innovazione e di una qualità accessibili al vasto target della gdo. Bergamaschi & Vimercati ha acquisito la distribuzione in esclusiva di Lock&Lock®, un'innovativa linea di contenitori per alimenti.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Bergamaschi & Vimercati, Borgonovo Marco, Hanacobi, Linea Excelsa, Linea Lock&Lock, Macef, Mauri Giuseppe, Quadrini Bruno, Vimercati Enrico, Vimercati Franco

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 41, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Brabantia

Le schede aziendali: I prodotti sono suddivisi in cinque categorie: articoli per la raccolta dei rifiuti, articoli per la conservazione degli alimenti, utensili da cucina, accessori per la cura della biancheria e ferramenta. Brabantia ha superato i confini europei, attraverso l'organizzazione delle vendite in Asia. L'azienda è, impegnata a ridurre al minimo il consumo d'acqua, di energia e di materie prime nei suoi processi industriali. controllo della riciclabilità degli imballi, privi di Pvc .

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Brabantia, Iso 9001, Weijers J. Th. W. M.

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 43, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Dinamic Italia

Le schede aziendali: Dinamic Italia in questi anni si è affermata nella produzione di un variegato assortimento di articoli per la pulizia, l'ordine della casa e degli indumenti e per la conservazione degli alimenti. In tema di innovazione, il 2006 ha visto il lancio di Dinamic ghiacciopronto: buste autochiudenti, provviste di una valvola brevettata. Nei primi mesi dell'anno, ha lanciato un grande assortimento di articoli per la tavola e il tempo libero in due linee: Goldparty e Goldchef.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica l'articolo](#)

Citati: Cavalli Cecilia, Cavalli Clara, Cavalli Cristina, Cavalli Ivano, Dinamic Cristal Fresco, Dinamic ghiaccio pronto, Dinamic Italia, Dinamic linea Danet, Dinamic linea Energia, Dinamic linea Goldchef, Dinamic linea Goldparty, Dinamic linea Lilà 'c, Dinamic Sgonfiatutto, Legaveloce, Linea Dinamic

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 44, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Guardini

Le schede aziendali: Guardini è il leader italiano e uno dei più noti produttori europei nel settore delle teglie da forno in acciaio antiaderente, presente sul mercato internazionale da più di 50 anni. specializzazione: una strategia produttiva e commerciale che ha individuato negli articoli da forno, e più in particolare negli stampi in acciaio con rivestimento antiaderente, la nicchia sulla quale puntare. Un'interessante "new entry" è la tortiera apribile con fondo salvagoccia.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica l'articolo](#)

Citati: Eurochocolate, Guardini, Guardini cazzuole di Costruttori di Dolcezza, Guardini collezione Juliette, Guardini Fette Golose, Guardini Fette-Fette, Guardini tortiera Forme Golose, Iacchetti Giulio, Ragni Matteo

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 46, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

TVS

Le schede aziendali: leader di qualità e player italiano di riferimento nel settore delle pentole in alluminio antiaderente. Licenziataria DuPont per i rivestimenti non-stick Teflon®, TVS ha stretto partnership commerciali con i maggiori retailer nazionali ed esteri. Il suo successo è un mix fatto di eccellente qualità del prodotto, di know-how e tecnologie produttive d'avanguardia, di sensibilità alle richieste dei mercati e di una spiccata vocazione al servizio.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Bertozzini Gastone, Bertozzini Giuseppe Alberto, DuPont Teflon, Giugiaro Design, SA8000:2000, Scipioni Isede, Thun Matteo, TVS, TVS Archetun, TVS Black Beauty, TVS Induction System, TVS LadyPlus, TVS Tcontrol, TVS Tia, TVS Titano, TVS Violet, TVS Yatra, Uni En Iso 9001:2000

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n°pagina 95, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Brabantia

Le schede aziendali: la rete commerciale italiana è stata organizzata nel 1982. Il processo di espansione europeo di Brabantia è iniziato nel 1948 con l'apertura dell'unità produttiva e della rete di vendita in Belgio. Produzione e distribuzione dei prodotti Brabantia si sono poi sviluppate in Francia, nel 1966, in Gran Bretagna, nel 1973, e in Svizzera, nel 1975.

Tablette, grafici e box a corredo:

- I numeri del gruppo Brabantia e di Brabantia Italia: anno 2005
- Il trend del fatturato di Brabantia 1994-2005 (in mln di euro)

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Brabantia, Weijers J.Th.W.M.

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n° pagina 124, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Tvs

Le schede aziendali: TVS, fondata e guidata dal Cav. Lav. Gastone Bertozzini, è il leader di qualità e player italiano di riferimento nel settore delle pentole in alluminio antiaderente, protagonista con un'offerta qualificata e attuale. E' licenziataria DuPont per i rivestimenti non-stick Teflon®.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Tvs in cifre (2005)

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Archetun, Bertozzini Cav. Lav. Gastone, Bertozzini Giuseppe Alberto, DuPont, Esprit, Giugiaro Design, LadyPlus, Scipioni Iside, TControl, Teflon, Thun Matteo, Titan Ceramic Plasma Application, Tvs

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 108, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Sisma - Samurai

Stuzzicadenti speciali scelti nella forma, finitura e qualità.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 22, lunghezza 1

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Agra Editrice - Annuario 2006 Distribuzione non food in Italia

L'Annuario è diviso in tre parti. Nella prima viene riportata un'analisi di scenario del settore (andamento dei consumi, ripartizione della spesa delle famiglie, analisi dell'offerta e canali distributivi con le rispettive quote di mercato). Si passa quindi al repertorio delle aziende distributivesuddivise in 12 categorie...

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 63, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Bergamaschi & Vimercati - Hollywood di Excelsa al centro della tavola

Spot: l'immane, irrinunciabile set dell'olio e dell'aceto: composto da quattro pezzi, Hollywood si presenta sobrio, elegante con rimandi stilistici agli anni Trenta e a quel Decò che tanto ha caratterizzato le scenografie cinematografiche – e anche domestiche – degli anni d'oro di Hollywood.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Excelsa di Bergamaschi & Vimercati, Hollywood

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 70, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Bergamaschi & Vimercati - La linea Excelsa un mix vincente tra packaging e design, creatività e praticità

I profili: E' stata introdotta una completa revisione del packaging dei prodotti, in un'ottica di maggiore e più efficace comunicazione al consumatore sul punto di vendita. In questo senso, l'azienda ha lavorato sia sull'impatto "emotivo", sia sul contenuto informativo della confezione.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 88, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Frabosk Casalinghi - L'originale Cappuccino Creamer patented Italy

Il miglior cappuccino in pochi secondi a casa tua! Brillanti idee cucina: bagnomaria, set vapore, jolly, risotteria, 2 in 1

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 90, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Guardini - Quando i budini fanno POP!

Dino il salvabudino. Dino lo stampo a doppia apertura per dolci al cucchiaino sempre perfetti

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 162, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

TVS - Esprit. Decors. Leader in Italia grandi nel mondo.

Le tendenze messe a fuoco. Esprit è l'idea di TVS che vuol portare un piccolo ma significativo contributo di stile e bellezza alla vita di tutti i giorni. Le decorazioni della nuova linea rappresentano una piacevole sorpresa nel mondo della pentole antiaderenti e si ispirano alle tendenze più attuali del design contemporaneo. Con Esprit, TVS ha creato un vero e proprio prodotto-progetto, in continua evoluzione...

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 79, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

BBS - I panni igienizzanti VeloMagico di Casallegra

Spot: VeloMagico rappresenta un valido aiuto per pulire i mobili, lavare i pavimenti, vetri e pareti in ceramica e per rimuovere lo sporco da molte altre superfici. Tutti i prodotti VeloMagico sono stati formulati per minimizzare i rischi di sensibilizzazione cutanea e sono biodegradabili al ...%

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Bbs, Casallegra, VeloMagico

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 68, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Guardini - Qualità, tecnologia, assortimento, versalità per stampi da forno sempre più leader

I profili: Guardini è market leader in Italia e tra i protagonisti in Europa nella produzione di articoli da forno e, in particolare, degli stampi in acciaio con rivestimento antiaderente. Il canale moderno e l'ingrosso si dividono anch'essi al ...% il giro d'affari nel nostro Paese. Dalla fine degli anni Novanta, Guardini è andata specializzandosi anche nella produzione di private label.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: DuPont, Eva teglia, Giotto teglia, Guardini, Mr.Chips teglia, SA8000

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n°pagina 73, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Bergamaschi & Vimercati - Excelsa: a ogni formaggio il suo tagliere

Spot: Ecco un'idea regalo o semplicemente un'occasione di buon acquisto per la propria cucina con il set di piccoli sbeccatori da formaggio allineati su un appoggio magnetizzato integrato al tagliere

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Bergamaschi & Vimercati, Excelsa

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2005, n°pagina 44, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Bergamaschi & Vimercati

Le schede aziendali: Fondata nel 1919, Bergamaschi & Vimercati è specializzata nella commercializzazione di una vastissima gamma di prodotti nei segmenti della tavola, della cucina, degli articoli di servizio per la casa, del regalo e dei promozionali. La linea Excelsa, lanciata cinque anni or sono e costantemente arricchita nel tempo, è molto importante e significativa per Bergamaschi & Vimercati, poiché ne rappresenta bene sia la filosofia imprenditoriale, sia l'approccio al mercato.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Bergamaschi & Vimercati in cifre
- La segmentazione del fatturato Excelsa

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2005, n°pagina 45, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Brabantia

Le schede aziendali: Brabantia, azienda nata in Olanda nel 1919, produce e commercializza articoli per la casa e per la cucina. La gamma produttiva è suddivisa in cinque categorie: articoli per la raccolta dei rifiuti, articoli per la conservazione alimentare, utensili da cucina, accessori per la cura della biancheria e ferramenta.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- I numeri del gruppo Brabantia 2003
- Il fatturato di Brabantia: 1994-2005

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2005, n°pagina 46, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Calp

Le schede aziendali: Calp occupa una posizione di rilievo nel mercato internazionale del cristallo per il regalo e la tavola, con una quota di mercato vicina al 15% a livello mondiale e del 55% circa in Italia. Il cristallo prodotto in Italia è realizzato da Calp al 95% circa.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Il gruppo Calp in sintesi

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2005, n° pagina 48, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Demolli

Le schede aziendali: Demolli produce e distribuisce articoli casalinghi in legno, plastica e metallo. L'azienda raggiunge in Italia i migliori negozi di articoli casalinghi e da regalo, oltre a presidiare una larga parte della grande distribuzione. Gli articoli attualmente in produzione sono circa 450: dai ganci autoadesivi ai cucchiari e agli attrezzi da cucina in legno o metallo, alle padelle crepes e grill, ai taglieri in polietilene, ai cavatappi e attrezzi per il vino e la cantina.

Tablelle, grafici e box a corredo:

- Demolli in cifre

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2005, n° pagina 51, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Frabosk

Le schede aziendali: La vasta gamma di prodotti Frabosk, che si compone di pentolame in acciaio inox e alluminio, caffetteria, posateria, articoli da tavola e articoli da cucina professionale si contraddistingue, oltre che per l'ottima qualità dei materiali, anche per la grande funzionalità e la brillante innovazione. Il fatturato, per aree geografiche e per canale, è ripartito tra gdo (...%), grossisti export (...%), dettaglio export (...%) e dettaglio Italia (...%).

Tablelle, grafici e box a corredo:

- La segmentazione del fatturato per aree geografiche e per canale

Allegati:

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2005, n° pagina 52, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

General Trade

Le schede aziendali: La General Trade si propone oggi come leader indiscussa nel mercato italiano di importazione, estendendo la propria distribuzione anche in altri Paesi europei. La società fattura circa 100 milioni di euro e il numero di dipendenti è pari a 30. Tratta circa 16.000 prodotti e possiede una superficie a magazzino di 70.000 mq.

Tablelle, grafici e box a corredo:

- La società in cifre

Allegati:

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2005, n° pagina 55, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Guardini

Le schede aziendali: Guardini è il leader italiano e uno dei più noti produttori europei nel settore delle teglie da forno in acciaio antiaderente, presente sul mercato internazionale da più di 50 anni. La sua professionalità è certificata Uni En Iso 9001:2000, cui si è aggiunta la certificazione Sa 8000:2001 (Social Accountability). Il fatturato nel 2004 è stato di 10 mln di euro, la produzione di 5 mln di pezzi, la quota di export è pari al 50% ed i mercati esteri serviti sono circa 40.

Tablelle, grafici e box a corredo:

- L'azienda in cifre

Allegati:

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2005, n°pagina 59, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Pagnossin

Le schede aziendali: Il Gruppo Pagnossin opera nel settore della produzione dei servizi per la tavola in ceramica forte e nel settore dei vasi in terracotta con imprese tecnologicamente molto avanzate. È presente in più di 70 Paesi in tutto il mondo. La produzione si caratterizza per: l'elevata qualità del prodotto, grazie agli standard dei materiali utilizzati e ai moderni processi produttivi impiegati.

Table, grafici e box a corredo:

- La segmentazione del fatturato (per aree geografiche)

Allegati:

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2005, n°pagina 62, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Tescoma

Le schede aziendali: azienda specializzata nella produzione e distribuzione di utensili da cucina e casalinghi, nasce in Repubblica Ceca nel 1992. La società si posiziona tra le principali aziende europee e fornisce circa 3.000 punti di vendita, ottenendo il 90% della quota di mercato degli articoli da cucina. Sul mercato italiano, la cui incidenza percentuale è del 45%, la ripartizione dei canali di sbocco prevede per il 20% Gdo e per l'80% Normal trade.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2005, n°pagina 100, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Bergamaschi & Vimercati - La linea Excelsa: innovazione, funzionalità e design al giusto prezzo per la casa moderna.

I Profili: L'azienda ha in Excelsa la propria proposta di punta: un vasto assortimento di articoli per la casa di uso quotidiano, concepiti e sviluppati in azienda e con un ottimo rapporto qualità/design/prezzo.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Scarica questa Comunicazione di impresa**

Citati: Bergamaschi & Vimercati, Excelsa, Macef, Millerighe, Silhouette

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n°pagina 104, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Bergamaschi & Vimercati - Il servizio del caffè Movie di Excelsa

Spot: Perché non riprodurre un "bacio appassionato" o uno "sguardo di fuoco" degni del miglior cinema sulle tazzine del caffè? Ci ha pensato Bergamaschi&Vimercati, lanciando una nuova linea a marchio Excelsa.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 2/2005, n°pagina 83, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Bergamaschi & Vimercati - "Onda" di Excelsa: conservare in armonia

Spot: Contenere e conservare in allegria: è il motto che accompagna le nuove collezioni dei barattoli Onda di Excelsa, realizzata in materiale infrangibile, trasparente e con dettagli decorativi.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bergamaschi & Vimercati, Era d.d., Eurospin, Komar Silvan, Omladic Gvido

Largo Consumo, fascicolo 2/2005, n° pagina 111, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Domo - Tuttigiorni Formecasa, la linea Domo per la Gdo

Spot: L'inizio del 2005 vede l'ingresso di Domo nel mercato della grande distribuzione organizzata con la linea Forme casa, un progetto nato in collaborazione con la Fratelli Guzzini.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Scarica questa Comunicazione di impresa](#)**

Citati: -

Per l'acquisto dell'intero Percorso di lettura, o di sue singole parti, rivolgersi al servizio
Diffusione e Abbonamenti

diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840