

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-0307-017.pdf

BAMBINI E COMUNICAZIONE ALIMENTARE



Costi del Percorso di lettura:

€ 84,00 (comprensivo iva) - non abbonati

€ 84,00 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo e supplementi

Rif: PL-0307-017

Aggiornamenti:

Verifica la disponibilità di un'[edizione più aggiornata](#) di questo Percorso di lettura.

Se non sai cosa sia un Percorso di lettura, trovi una spiegazione alla pagina www.largoconsumo.info/percorsi

LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

Largo Consumo

Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo

Mensile fondato nel 1980 e diffuso esclusivamente in **abbonamento**, i cui contenuti giornalistici si sviluppano in forma di **inchieste**, **studi** e **articoli** vari inerenti tutti i momenti della filiera dei beni mass market, food e non food., dalla **produzione**, alla **distribuzione**, al **consumo finale**, compresi i servizi, le strutture e i sistemi collegati.

Osservatorio D'Impresa

Leggi le **case history** di comunicazioni d'impresa di Aziende e organismi attivi nei mercati considerati in questo

Percorso di lettura
selezionati da
Largo Consumo

I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 0, lunghezza 2 pagine, pubblicato on line

Tipologia: Articolo

Ragazzi e formaggi in Sicilia

Caseario: In genere i siciliani consumano formaggi quasi giornalmente e questa abitudine si riflette sui soggetti di età compresa tra 7 e 15 anni. Ciò è quanto è emerso da un'indagine face-to-face svolta da Corfilaca di Ragusa nel 2005-2006. Il 72% degli intervistati dichiara di conoscere i formaggi siciliani.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: la metodologia e campione
- **I primi sette formaggi indicati per alta frequenza di consumo**

Allegati:

Citati: Corfilac, Istat, Progetto: Casaro per un giorno

Largo Consumo, fascicolo 1/2007, n° pagina 51, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

I progetti di Battaglio per promuovere la frutta

Battaglio è l'azienda torinese leader nella produzione e distribuzione di frutta in Italia, che nel 2005 ne ha movimentato ben ...tonnellate. Per diffondere la cultura del cibo fra i più piccoli, insegnando l'importanza di un'alimentazione sana e corretta, l'azienda ha dato vita al progetto sperimentale di educazione alimentare FruttaParty, che coinvolge i bambini di alcune scuole per l'infanzia e di scuole primarie di Torino e Provincia

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Battaglio, FruttaParty

Largo Consumo, fascicolo 1/2007, n° pagina 51, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Nell'alimentazione corretta Bonduelle fa scuola

A Napoli, dove secondo i dati Istat l'obesità affligge il ...% dei bambini tra i ... e i ... anni, contro una media nazionale del ...%, la Fondazione L. Bonduelle ha realizzato il progetto di educazione alimentare "Amici per la tavola: alla scoperta della corretta alimentazione", coinvolgendo oltre 700 bambini delle scuole elementari del capoluogo campano.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **I riscontri ottenuti dal progetto di educazione alimentare (in %)**

Allegati:

Citati: Bonduelle, Fondazione Bonduelle, Istat

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 103, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Obesità fuori controllo

Attitudini: Negli ultimi decenni sovrappeso e obesità sono divenuti un problema di salute pubblica. Un fenomeno che ha coinvolto enti e istituti preposti alla prevenzione e salvaguardia del benessere pubblico. Molte delle principali aziende multinazionali dell'alimentare, hanno rivalutato i propri processi interni di ricerca e sviluppo e produzione. Il fenomeno non risparmia i bambini, con una percentuale che è tra le più alte in Europa...

Tabelle, grafici e box a corredo:

- L'Obesità fra la popolazione mondiale: 1993-2001 (in %)
- La frequenza dell'attività fisica e sportiva a scuola o fuori dalla scuola (in %)

Allegati:

Citati: Ccm (Centro nazionale per la prevenzione e il controllo delle malattie), Doxa, Federalimentare, Federazione medici sportivi, Gfk Nop, Heart care foundation, Iha Italia, Kraft, Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, Ministero della salute, Oms (Organizzazione mondiale della sanità)

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: **Abbigliamento junior - Codice PL-1206-006**

Edizione: 12/2006

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/122006/PL-1206-006.pdf



Titolo: **Giocattoli tradizionali e articoli per la prima infanzia - Codice PL-1006-007**

Edizione: 10/2006

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/102006/PL-1006-007.pdf



Titolo: **Pubblicità televisiva -PL-0906-011**

Edizione: 9/2006

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/092006/PL-0906-011.pdf

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 119, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Presto obbligatori i profili nutrizionali

Alla fine del 2006 o all'inizio del 2007 entrerà in vigore il nuovo regolamento europeo sull'etichettatura dei cibi. Le etichette apposte sui prodotti alimentari e i messaggi pubblicitari dovranno essere chiari e veritieri e non essere ambigui, fuorvianti o sottintendere particolari proprietà benefiche.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina, pubblicato on-line

Tipologia: Breve

Food & School: progetti mirati

Food & School aggrega un pool di professionisti qualificati in diverse discipline (nutrizione, educazione alimentare, formazione, comunicazione, didattica) che hanno deciso di unire le proprie esperienze per offrire, ad aziende e istituzioni, un servizio di consulenza e progettazione di iniziative e programmi di educazione alimentare, rivolti in modo particolare alle famiglie e ai giovani consumatori.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Food & School



Titolo: Children's food and drinks in Europe (Leatherhead food international)

Edizione: 2005

Editore: Leatherhead food international

Link: -

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 103, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Giocattoli in giudizio

Cosa induce i desideri nei bambini e come si informano rispetto alle novità e ai loro potenziali "desiderata"? La televisione è per il ...% dei piccoli italiani la fonte primaria di informazione per conoscere i nuovi giochi in commercio, seguita da un ...% che li vede per la prima volta direttamente nei negozi e un ...% che ne parla con gli amici. Minore rilevanza hanno invece per i nostri piccoli connazionali le riviste, con un semplice ...%, e Internet con uno scarso ...%.

Table, grafici e box a corredo:

- Come i bambini occupano il proprio tempo libero (in %)
- Come i bambini vengono a conoscenza dei nuovi giochi (in %)
- La spesa e il numero di regali (in unità e in euro)

Allegati:

Citati: Bart Smit, Blokker, BR Leksaker, Carrefour, Duracell european toy research, Giochi Preziosi, Hasbro, Mattel, Mega Block, Nikko, Oregon Scientific, Spin Master, Tecnitoys, Toys center, Toys"R"Us, Woolworths

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 115, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

I bambini a tavola a Milano e Napoli

La Fondazione L. Bonduelle ha realizzato una ricerca su un campione di .. bambini tra i .. e i .. anni, frequentanti le scuole elementari milanesi e napoletane, per analizzare e confrontare il comportamento alimentare. Dalla ricerca emerge che, almeno dalla prospettiva dell'alimentazione dei bambini, le distanze tra Milano e Napoli sembrano assottigliarsi.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bonduelle

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n°pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Prevenire l'obesità: un progetto di Cir Food

L'obesità è paragonabile a una vera e propria epidemia che affligge circa l'...% della popolazione mondiale. In Italia, il ...% della popolazione è in sovrappeso, mentre il ...% degli uomini e il ...% delle donne sono affetti da obesità con una preoccupante crescita dei bambini obesi (...su ...). È da questi presupposti che è nato il progetto finanziato da Cir food, per la conoscenza delle basi biologiche dello sviluppo del sovrappeso.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Cir Food, Oms (Organizzazione Mondiale della Sanità), Progetto: Studio di un modello di obesità indotta da dieta), Università di Lione, Università di Yale

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n°pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Frutta promossa con Mr Fruitness

Per promuovere i consumi di frutta in Europa, da luglio sarà attivo il progetto Cso, cofinanziato dall'Unione europea, per un valore complessivo di ... milioni di euro in tre anni. Il programma si rivolge a bambini e adolescenti .

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Mr Fruitness, Progetto Cso

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n°pagina 157, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Tweens: a force to be reckoned whit. Changing consumption habits of 8-12 years olds (Euromonitor)

Global market: Mentre la popolazione dei Paesi sviluppati tende all'invecchiamento, il potere di acquisto della fascia di popolazione tra gli 8 e i 12 anni (i cosiddetti tweens) sperimenta una crescita senza precedenti. Si stima infatti che la spesa dei consumatori più giovani abbia raggiunto i ... miliardi di dollari. A fianco delle nuove tecnologie rimane però in primo piano l'acquisto di dolci, snack e bevande.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Barbie My Scene phone, Euromonitor

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n°pagina 109, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

I bambini restano negli spot

Tempo fa da più parti era stato sollevato il problema dell'emulazione, da parte dei piccoli telespettatori, dei coetanei protagonisti dei filmati pubblicitari. Anche per questa ragione, la legge Gasparri aveva vietato di utilizzare i bambini come interpreti degli spot pubblicitari.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: legge Gasparri

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n°pagina 116, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Più tutela per i piccoli

Tutele e diritti: Il Comitato di Roma e del Lazio dell'Unione nazionale consumatori ha realizzato un sito Internet, che vuole offrire notizie e informazioni utili circa i principali prodotti e servizi destinati all'infanzia.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Baby Consumatori, Tutto Consumatori, Unione nazionale consumatori

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 140, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Articolo

Il peso dello spot sull'obesità infantile

Pubblicità: Dal ... al 2005 i messaggi pubblicitari di tipo alimentare sono cresciuti del ...%, passando dal ... al ...% nella fascia oraria dalle ore ... alle I dati Auditel dicono che i bambini dai ... ai ... anni seduti davanti alla tv dopo cena, tra le ... e le ..., sono più del doppio di quelli seduti davanti allo schermo nel pomeriggio; quindi i piccoli guardano più la televisione rivolta agli adulti

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Il tempo dedicato alla pubblicità in tv rispetto alla programmazione monitorata (in %)

Allegati:

Citati: Altroconsumo, Ehn , European heart network, Food standards agency

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 189, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Una merenda in salute (da Lsa)

Rassegna stampa internazionale: Dopo la lotta conto i chili di troppo lanciata a metà 2004 dai poteri pubblici francesi, dopo le raccomandazioni del Pnns (Piano di nutrizione nazionale), di fronte ai progetti per rispondere in modo appropriato a un consumo alimentare disordinato e impulsivo, la merenda ritorna a dire la propria nella lotta contro la marea montante dell'obesità infantile....

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Leray Guy, LSA, Pnns (Piano di nutrizione nazionale)

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n°pagina 103, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Articolo

Bambini sotto assedio

Pubblicità televisiva: due ore di programmazione, uguale 70 spot. Un'equazione tutta italiana. E sulla prima linea ci sono proprio loro, i piccoli. Gli esperti si interrogano sulla liceità del palinsesto. Argomento di un "incontro-conversazione" promosso da Iaa (International advertising association).

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Il codice dell' autodisciplina pubblicitaria e i minori

Allegati:

Citati: Brioschi Edoardo T., Codice di autodisciplina pubblicitaria, Guggino Vincenzo, Iaa (International advertising association), incontro: Capitolo italiano, Istituto dell' autodisciplina pubblicitaria, Parsi Maria Rita, Publitalia, Società del Giardino, Tosi Valeria

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n°pagina 114, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Un fenomeno planetario

L'obesità è un fenomeno globale. Secondo l'Oms, questa malattia interessa nel mondo oltre ... mln di adulti ed è in costante aumento tra i bambini (in Italia rappresentano il ...%). Secondo gli esperti, l'obesità è il risultato dell'interazione tra diversi fattori: fattori psicologici, ambientali e genetici, stile di vita. In Italia "i grandi obesi" sono ... e il loro numero è in rapida evoluzione. La spesa media annuale delle famiglie italiane con presenza di obesi è del ...% superiore ... continua..

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Il consumo medio per fascia di peso (in %)
- L'obesità fra la popolazione mondiale (in %)
- Le categorie di peso nella popolazione italiana (in %)
- Lo sviluppo dell'obesità in prospettiva

Allegati:

Citati: Department of Health, Gfk Iha Italia, Iha, Oms

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 135, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Articolo

Correttivi per bambini

Pubblicità: quando i più piccoli sono destinatari e, spesso, anche attori dei messaggi, bisogna usare una serie di correttivi. Ecco quali sono le regole da seguire anche nel nostro Paese. I ragazzi trascorrono 2 ore al giorno davanti alla televisione. Le fasce di punta sono comprese tra le 16 e le 18, nel pre-serale tra le 19 e le 20 e in prima serata tra le 20,30 e le 22. I numeri in questione possono fare immaginare quale influsso questo medium possa avere sulle menti dei giovani utenti.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- La ripartizione del tempo libero di bambini in una giornata (in %)

Allegati:

Citati: Doxa, Federazione della stampa italiana, Ordine dei giornalisti, Puggelli Francesca Romana, Sobrero Rossella, Telefono azzurro, Unicom, Università Cattolica di Milano

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 175, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Children's food and drinks in Europe (Leatherhead food international)

Market report: I bambini continuano a rappresentare un ben distinto gruppo di consumatori che l'industria alimentare non può sottovalutare. I dati dimostrano infatti che il ...% della popolazione europea rientra nella fascia tra i ... e i ... anni e i ... miliardi di euro fatturati dal segmento dei prodotti "child-oriented" rappresentano intorno al ...% del totale vendite del settore alimentare del Vecchio continente.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Leatherhead food International

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

Tipologia: Breve

Alimentazione "in piccolo"

Il ... degli scolari milanesi fra ... e ... anni dichiara di consumare spesso, a cena, gli stessi piatti consumati a pranzo. Sul banco degli imputati il presunto abuso di merendine, snack e dolci nell'intervallo scolastico e fascia pomeridiana davanti alla Tv. Resta sempre spinoso il rapporto dei bambini con la verdura. I piatti fotocopia che si avvicinano più spesso: pasta ...%, carne ...%, verdura ...%.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Alberti Angela, Camera di commercio di Milano, Censis, Confcommercio, Fondazione Louis Bonduelle, Progetto "Amici per la tavola", Rutgers University

Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n° pagina 108, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Una guida alla zucchero pensata per i più piccoli

Italia Zuccheri, con il patrocinio del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, ha dato alle stampe Z come zucchero – L'alfabeto della dolcezza, un libriccino dedicato ai bambini che, attraverso un percorso di storie e filastrocche in cui è protagonista la parola "dolce", vuole favorire la capacità di apprendimento e la creatività dei bambini.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Italia Zuccheri, Ministero delle Politiche Agricole e Forestali

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 104, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Ragazzi: viva la tv, ma con qualche distinguo

Ragazzi: viva la tv, ma con qualche distinguo

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n°pagina 104, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Fondazione Bonduelle contro le scorrettezze

Secondo dati Istat obesità e sovrappeso riguardano da vicino rispettivamente il .. e il ..% degli italiani, con una preoccupante espansione del fenomeno nella popolazione in età scolare (il ..% dei ragazzini è in sovrappeso) e con riflessi negativi a carico del sistema sanitario nazionale. Sensibile a queste problematiche, la Fondazione Louis Bonduelle si è fatta promotrice di una campagna d'informazione e sensibilizzazione per correggere i comportamenti alimentari scorretti.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n°pagina 121, lunghezza -

Tipologia: Breve

Anche Pepsico limita la pubblicità per i bimbi

Seguendo l'esempio attuato dalla multinazionale Kraft per evitare accuse di corresponsabilità nella diffusione dell'obesità infantile

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n°pagina 92, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

L'educazione alimentare comincia dalla scuola

E' giunto al terzo anno, con il patrocinio della Regione Emilia Romagna, il progetto pilota "Mangiare insieme".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 3/2005, n°pagina 99, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

L'insano mangiar giovane

Stili di vita: una ricerca sull'alimentazione negli adolescenti rivela che i nostri ragazzi si nutrono male, in modo disordinato: saltano la colazione e preferiscono snack e dolci a frutta e verdura

Tabelle, grafici e box a corredo:

- La frequenza di chi dichiara di essere a dieta (in % per età e genere)

Allegati:

Citati: Hbsc, Università di Padova, Università di Torino

Largo Consumo, fascicolo 3/2005, n°pagina 109, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Più frutta e verdura contro l'obesità

un terzo dei bambini italiani tra i 6 e i 14 anni

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Marzano Fabrizio, Ministero della Salute, Un.Naz.prod.agrumi e frutta in guscio (Unaproa)

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 6, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Sial D'Or – I Pensierini, pasta fresca ripiena pensata appositamente per i bambini

Gli Speciali tematici: Con la sua linea di pasta fresca ripiena denominata "Pensierini", Buitoni ha confermato di saper individuare sempre nuovi bisogni e nuovi trend di consumo, offrendo soluzioni che coniugano qualità e innovazione. Pensati per stuzzicare l'appetito dei più piccoli in modo nuovo ogni giorno, con mini forme e ripieni semplici e gustosi, i Pensierini offrono concreti benefici sia al consumatore, sia al trade moderno.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: costante supporto su tv e stampa

Allegati:

- **[Scarica questa Comunicazione d'Impresa](#)**

Citati: Nestlé, Pensierini Buitoni, Publicis, Salvatore Gabriele

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