

Percorso di lettura a cura di Largo Consumo  
 Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo  
[www.largoconsumo.info](http://www.largoconsumo.info)



Documento in **versione interattiva:**  
[www.largoconsumo.info/042007/PL-0407-006.pdf](http://www.largoconsumo.info/042007/PL-0407-006.pdf)

## ETICHETTATURA



### Costi del Percorso di lettura:

€ 157,50 (comprensivo iva) - non abbonati  
 € 157,50 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: [diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it](mailto:diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it)

Aggiornato a: Largo Consumo e supplementi

Rif: PL-0407-006

### 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](http://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 4/2007, n° pagina 49, lunghezza 3 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Leggere prima di scartare**

Latticini: I consumatori seguono con sempre più attenzione le etichette dei prodotti. Ricche di indicazioni anche per il latte e i derivati al cui proposito esistono numerose prescrizioni normative. C'è chi preferisce il latte di capra, chi quello ad alta digeribilità, chi cerca semplicemente un formaggio poco calorico. Alcune indicazioni devono figurare sempre e obbligatoriamente in etichetta.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

- **I fattori d'acquisto del latte fresco in Italia (graduatoria per importanza decrescente)**
- **I Paesi di importazione di formaggi in Italia nel 2005 (tonnellate)**
- **L'import lattiero caseario italiano (quantità e valori)**

**Allegati:**

**Citati:** Assolatte (Ass. italiana lattiero casearia), Direttiva 2000/13/Ce (etichettatura), Inran (Istituto nazionale di ricerca per gli alimenti e la nutrizione), Iss (Istituto superiore di sanità), Romano Ferdinando

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

**Tipologia:** Breve

**Riso Gallo etichetta con il linguaggio Braille**

Finalmente gli ipovedenti e i non vedenti potranno acquistare le confezioni di Riso Gallo leggendo direttamente su di esse con il sistema Braille. L'iniziativa dell'azienda ubicata in Lomellina (Pv), promuove alcuni suoi prodotti, tramite le lettere Braille, affinché anche i disabili della vista (circa 120.000 in Italia) possano "leggere" direttamente sia il marchio sia il tipo di riso, etichettati sul prodotto.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Blond insalate - Riso Gallo, Europa - Riso Gallo, Originario - Riso Gallo, Ribe - Riso Gallo, Riso Blond, Riso Gallo, Riso Gallo - Braille

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 144, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Checkpoint Systems controlla Ads Worldwide**

George Off, ad e presidente di Checkpoint commenta: «L'acquisizione di Ads è in linea con la nostra strategia di far crescere il servizio Checknet per creare un valore aggiunto per i nostri clienti e i nostri azionisti. Questa operazione mette in evidenza l'impegno continuo da parte di Checkpoint nel premiare le soluzioni basate sulla protezione alla fonte nell'industria globale del settore retail dell'abbigliamento.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Ads, Checkpoint, Off George, Winstanley Simon

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2007, n° pagina 0, lunghezza 2 pagine - pubblicato on line

**Tipologia:** Articolo

**Viaggio intorno al codice a barre**

Identificazione: le notizie sull'abbandono del codice a barre a favore delle tecnologie Rfid, lasciano il tempo che trovano. Il suo utilizzo non ha raggiunto il massimo della diffusione e dell'efficienza. Abbiamo infatti assistito a una progressiva affermazione del codice a barre, resa possibile dai vantaggi offerti dalla nuova tecnologia: sistemi di lettura ottica collaudati e affidabili; costi di produzione estremamente bassi, con l'uso di etichette ottenibili con diverse tecnologie..

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Indicod-Ecr, Sistema GS1 (Global standard 1), Woodland Norman Jose

**Proposte editoriali sugli stessi argomenti:**



**Titolo:** **Contraffazioni di prodotto - Codice PL-0307-007**

**Edizione:** 3/2007

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-007.pdf](http://www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-007.pdf)



**Titolo:** **Imballaggio di prodotto - Codice PL-1106-008**

**Edizione:** 11/2006

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/112006/PL-1106-008.pdf](http://www.largoconsumo.info/112006/PL-1106-008.pdf)



**Titolo:** **Differenze inventariali - Codice PL-0606-001**

**Edizione:** 6/2006

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/062006/PL-0606-001.pdf](http://www.largoconsumo.info/062006/PL-0606-001.pdf)

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2007, n° pagina 111, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Eco etichette sotto revisione**

Ecolabel: l'Ecolabel ha avuto una considerevole diffusione (...aziende certificate nel tessile, ...nelle vernici e ...nella ricettività turistica); mentre in altri settori il marchio è notevolmente meno apprezzato. Occorre sottolineare, comunque, che la certificazione Ecolabel è in costante crescita, soprattutto negli ultimi 5 anni.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

- Come si ottiene l'Ecolabel
- I costi dell'Ecolabel

**Allegati:**

**Citati:** Adelphi Consult, Iefe-Bocconi, Ioew di Heidelberg, Università del Sussex, Valor and Tinge, [www.apat.gov.it](http://www.apat.gov.it)

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2006, n° pagina 95, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Allergeni in etichetta**

Sicurezza: Allergie e intolleranze alimentari sono patologie sempre più diffuse: si calcola che oggi soffra di allergie alimentari circa il ...% degli adulti e il ...% dei bambini. Inoltre sono in aumento anche le allergie a più alimenti simultaneamente. In risposta alla necessità di fare chiarezza in merito e di venire incontro alle esigenze del consumatore è stata emanata la direttiva europea 2003/89/Ce, operativa dal 25 novembre 2005. Tale norma prevede l'obbligo...

**Tablette, grafici e box a corredo:**

- **Allergie alimentari: le dimensioni del problema in Europa e in America (in %)**
- Gli allergeni alimentari che è obbligatorio segnalare in etichetta

**Allegati:**

**Citati:** Campagna Food safety, Coop Italia, Danone Italia, Durazzo Giuseppe, Eta meta Research, Gatti Marcello, Indagine Bargiornale, Istituto Allergologico, Neutron, Ortolani Claudio, Ospedale Niguarda Ca' Granda di Milano, Pinto Alessandro, Ramazza Vittorio, Russo Carla, Università La Sapienza di Roma

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, n° pagina 28, lunghezza 3 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Minerali alla carta**

Beverage: Un'acqua minerale per chi fa sport, una per chi vuole perdere peso, un'altra per chi ha difficoltà a digerire o per chi ha la pressione alta, un'altra ancora per combattere i calcoli renali. E ancora: un'acqua particolarmente indicata per l'alimentazione dei neonati, una per facilitare le funzioni fisiologiche degli anziani, un'altra per accompagnare un piatto a base di pesce e una per esaltare al massimo un secondo di carne. Esiste un'acqua per ogni occasione e per ogni palato

**Tablette, grafici e box a corredo:**

- I consumi pro capite di acque confezionate in Europa: 2003 (in litri)
- La classificazione delle acque minerali in base al residuo fisso
- La produzione e il consumo di acque minerali in Italia: 2000-2004 (in milioni di litri)

**Allegati:**

**Citati:** Adam (Associazione degustatori acque minerali), Bisceglia Mario, Buzzegoli Guido, Carta delle acque minerali, Fonti di Vinadio, Fortuna Ettore, Maltese Giuseppe, Mineracqua, Ministero della salute, Monticchio Gaudianello, Norda, Oms (Organizzazione mondiale della sanità), Pessina Carlo, Santa Croce



**Titolo:** Sicurezza, certificazione e tracciabilità della filiera agroalimentare - Codice PL-0407-011  
**Edizione:** 4/2007  
**Editore:** Largo Consumo  
**Link:** [www.largoconsumo.info/042007/PL-0407-011.pdf](http://www.largoconsumo.info/042007/PL-0407-011.pdf)



**Titolo:** Innovation to "free the consumer"  
**Edizione:** 7/2006  
**Editore:** Checkpoint  
**Link:** [www.largoconsumo.info/072006/DOCCheckPointGfKRFID.pdf](http://www.largoconsumo.info/072006/DOCCheckPointGfKRFID.pdf)



**Titolo:** L'etichettatura dei prodotti in commercio  
**Edizione:** 7/2006  
**Editore:** Maggioli Editore  
**Link:** [diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it?subject=Info%20Pubblicazione&body=Tuo\\_Nome?:%0A%0CTitolo?:%0A%0CRi-chiesta?](http://diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it?subject=Info%20Pubblicazione&body=Tuo_Nome?:%0A%0CTitolo?:%0A%0CRi-chiesta?)

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, n° pagina 39, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Sulle tracce del pescato**

Sicurezza alimentare: Indicazioni e notizie sui prodotti vengono fornite secondo due principi: l'etichettatura e la tracciabilità. Il settore della produzione e della commercializzazione dei prodotti ittici è disciplinato da specifiche norme sanitarie di origine comunitaria. A tutela della salute del consumatore alcuni organismi e istituzioni sono quotidianamente impegnati nella vigilanza e nel controllo sanitario.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

- Box: i sintomi di freschezza per il pesce

**Allegati:**

**Citati:** Agroittica Lombarda, Bilardello Gaspare, Cancellieri Sandro, Consorzio pesca di Ancona, Consorzio Pescatori di Goro, Consorzio scirocco 36, Falagiani Barbara, Fredditalia International, Friultrota Pighin, Ministero della salute, Oceanpesca, Pighin Dario, Piva Pierpaolo, Ricciotti Antonio, Spezzina Itticoltura

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, n° pagina 115, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Le etichette per la cosmesi**

Tutele e diritti: in fase di studio la prima norma internazionale che fissa le linee guida per le pratiche di buona fabbricazione da applicare alle aziende che producono cosmetici. L'Esecutivo europeo ha anche avviato una consultazione pubblica per migliorare il sistema di etichettatura dei prodotti solari a partire dal 2007.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, n° pagina 117, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Articolo

**Messaggi in bottiglia**

Packaging: L'imballaggio e design, l'imballaggio e informazioni sul prodotto, l'imballaggio e comunicazione: tutti rapporti che devono essere vagliati e valorizzati per sfruttare un'opportunità di marketing. Riflessioni interessanti quelle uscite dall'incontro "The taste of design" nell'ambito del 32° congresso Pda (Pan european brand design association). Il settore delle bevande alcoliche ed enologico è uno di quelli in cui il brand design può diventare un elemento chiave di differenziazione.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Adi (Associazione disegno industriale), Aliverti Carlo, Brunazzi Giovanni, Brunazzi&Associati, Cantina Lagarina, Cna (Confederazione nazionale artigianato), Coltiva, Frigerio Papi, Pda (Pan european brand design association), Pharmassist, Robilant Associati, Stefanoni Alessio, Vivallis

*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.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n° pagina 125, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Quando il vino contiene solfiti**

Tutele e diritti: La cosiddetta "direttiva allergeni" emanata dall'Ue relativa alla presenza di allergeni nei prodotti alimentari si applica anche al vino. L'obbligo di apporre sulla bottiglia un'etichetta indicante la presenza di zolfo riguarda pressoché tutti i vini in commercio.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n° pagina 158, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Da gennaio 2010 un nuovo codice a barre**

L'1 gennaio 2010 dovrebbe essere avviata l'introduzione di un nuovo codice a barre: Reduced space symbology (Rss), messo a punto da Gs1, l'organizzazione internazionale che coordina la diffusione e la corretta implementazione dell'omonimo standard (già Ean/Ucc) in più di ... Paesi.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Gs1, Haberman Alain

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

**Tipologia:** Breve

**Acque per neonati cambiano etichetta**

Le acque minerali che riportavano le diciture "indicata per l'alimentazione dei neonati" e "indicata per la preparazione degli alimenti per neonati" sono state costrette dal Ministero della Salute a cambiare le etichette perché potevano indurre comportamenti a rischio nelle mamme.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Ministero della Salute

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 117, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Truciolini nel vino: Legambiente dice no**

Legambiente e Città del Vino hanno lanciato una petizione contro la pratica enologica che prevede l'uso dei truciolini di legno per dare ai vini un falso effetto barrique. La Ue, infatti, sembra intenzionata ad approvare questa pratica che simula i processi di invecchiamento dei vini, senza alcun obbligo di indicare in etichetta la differenza tra vini realmente invecchiati in botti di legno e quelli con i tannini stimolati artificialmente.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Città del Vino, Legambiente, Scienza Attilio, Università di Milano

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 127, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Più trasparenza per la cosmesi**

Il consumatore medio acquista gli antirughe sulla base di aspettative indotte da una promessa pubblicitaria, ma non ne conosce gli ingredienti e la funzionalità. Convinto della loro efficacia, non sempre legge le informazioni riportate sulla confezione ma spesso non le capisce. Per favorire una comunicazione trasparente, la Commissione europea ha predisposto e pubblicato sul suo sito una Linea Guida e la direttiva Ce 2003/15 raccoglie le norme a tutela del consumatore.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

- **L'evoluzione del mercato cosmetico italiano: 1995-2005 (in mln di euro)**

**Allegati:**

**Citati:** Ager, Boracchi Silvia, Centro Studi e Cultura d'Impresa Unipro, Marangoni Lorenzo, Pacillo Silvio, Sicc (Società italiana di chimica e scienze cosmetologiche), Studio Legale Astolfi

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 93, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Passata solo da pomodoro fresco**

Tutele e diritti: Una sanzione di ... euro per chi chiamerà in etichetta "passata di pomodoro" il prodotto non ottenuto da prodotto fresco. Lo stabilisce un decreto del Mipaf in attuazione della legge ... La passata deve, inoltre, avere un residuo ottico rifrattometrico compreso tra ... e ... gradi Brix. Vengono fissati anche i limiti del "conteggio Howard".

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** legge 204/2004, Mipaf

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n° pagina 111, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Aqua Italia garantisce la potabile**

L'Associazione Aqua Italia ha lanciato "Sicura by Aqua Italia", un'iniziativa nazionale destinata a tutelare le aziende e a garantire la sicurezza dei consumatori di acqua di rubinetto. Un'indagine svolta da Cra dimostra che sono sempre di più gli italiani che scelgono di bere l'acqua di rubinetto:

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Associazione Aqua Italia, Crai, Sicura by Aqua Italia

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2006, n° pagina 115, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Nomi nuovi per i salumi**

Tutele e diritti: Dall'1 gennaio è entrato in vigore il decreto che disciplina la denominazione di alcuni salumi. In questo modo il consumatore potrà essere più consapevole circa la reale qualità dei prodotti e valutare con cognizione il rapporto qualità/prezzo.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Unc (Unione Nazionale Consumatori)

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 71, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**L'Europa vara l'etichetta di origine**

La Confederazione italiana agricoltori (Cia) segnala la ripresa dei consumi di latte fresco in Italia, il +...% nel 2005 rispetto al 2004: un'inversione di tendenza di fronte ai continui cali di vendite dell'ultimo quinquennio... latte fresco, in particolare di alta qualità (+...%), lo yogurt e i dessert (+...%) e i formaggi (+...%). Yogurt e dessert +...%. Formaggi: spesa complessiva ... miliardi di euro per un totale di ... tonnellate, un un + ...%

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 130, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**In etichetta l'origine del pollo**

Tutele e diritti: l'Unione europea ha chiesto all'Italia di modificare l'ordinanza che ha permesso l'identificazione della carne di pollo italiana con la sigla IT in etichetta e la presenza di codici per individuare l'allevamento di provenienza e lo stabilimento di macellazione. Invece, per Coldiretti la sigla che indica la provenienza del prodotto è un'informazione molto apprezzata dai consumatori,

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Coldiretti, Ispo, Tutto Consumatori



*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 177, lunghezza 5 Pagine

**Tipologia:** Articolo

**Detergenti sostenibili**

Ecologia: dall'Ecolabel alle iniziative varate a livello di associazioni di categoria, alle certificazioni: in rassegna tutte le azioni che formano l'essenza stessa di un detersivo amico dell'ambiente. A gennaio 2006 erano ...le aziende italiane che avevano ottenuto l'Ecolabel Europeo per diversi prodotti detergenti.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

- Le aziende aderenti alla Carta per la pulizia sostenibile Aise
- Le aziende e i prodotti detergenti con l'Ecolabel

**Allegati:**

**Citati:** 3in1 Tabs, Aiab, Aise, Almacabilo "r", Amazzonia, Arco-Chimica srl, Artico, Associazione internazionale per i saponi, detergenti e prodotti , Associazione italiana agricoltura biologica, Biochimica, Biotab ab, Coop, Coop Italia, Deco, Eco, Ecolabel, Emmegi Detergents, Esselunga, Esselunga detergente Casa Limone, Everest, Hedera natur, Henkel, Heto , Icefor, Itasilva, Johnson Diversey, Madel , McBride, Neutral, Oro, Pizzolotto, Procter&Gamble , Puro Lecologico, Reckitt Benkiser, Saci, Sahara, San.Eco.Vit, Scala, Sigma, Spuma di Sciampagna, Sucitesa, Unilever, Werner & Mertz, Winni´s

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2006, n° pagina 87, lunghezza 1 Pagina

**Tipologia:** Articolo

**Principi in etichetta**

Recensione di "Etichette e pubblicità, principi e regole", di Dario Dongo. Ecco un testo indispensabile sia per l'uomo di legge sia per un pubblico consapevole che vuole sapere tutto, sulle normative inerenti alle indicazioni date ai prodotti.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Codex Alimentare, Dongo Dario, Edagricole, Federalimentare, Gazzetta Ufficiale

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n° pagina 18, lunghezza 3,6 Pagine

**Tipologia:** Articolo

**Tutti a tavola: la frode è servita**

Un sondaggio Ires, ha rivelato che l'..% dei consumatori italiani è preoccupato per quello che mangia e che il ..% nutre una limitata fiducia sull'affidabilità dei cibi e bevande che consuma a tavola. I Nas hanno riscontrato che su .. cartellini riportanti le informazioni al consumatore in .. banchi di pesce circa il ..% non ha esposto i dovuti, chiari e completi cartellini informativi. A che punto siamo con la tracciabilità?

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Ires, Ministero delle Politiche agricole e forestali, Movimento di difesa del cittadino.

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n° pagina 90, lunghezza 2,3 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Bugie in etichetta**

Packaging: cosa dicono, cosa non dicono e cosa non dovrebbero dire questi importanti strumenti di scelta e di acquisto. Ecco una panoramica della situazione.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

- Il rapporto con le etichette
- l'etichetta ideale
- Le caratteristiche auspiccate nelle etichette

**Allegati:**

**Citati:** Astra-Demoskopea, Federconsumatori

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n°pagina 96, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**UnionAlimentari sulle norme di etichettatura**

In base alla direttiva .., dallo scorso 25 novembre è stata vietata la commercializzazione di prodotti con etichette non conformi. La direttiva è applicata ai "prodotti alimentari destinati ad essere consegnati come tali al consumatore finale" e "ai prodotti alimentari destinati ad essere consegnati a ristoranti, ospedali e alle collettività in genere", segnalando anche la presenza di eventuali allergeni. Con l'attuarsi della direttiva le aziende avranno l'obbligo... continua...

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** UnionAlimentari

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n°pagina 96, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Poche informazioni sugli elettrodomestici**

Adiconsum ha condotto un'indagine in 35 esercizi commerciali, con l'obiettivo di capire di quali informazioni dispone il consumatore al momento dell'acquisto di un elettrodomestico e quante sono da questo conosciute. La ricerca si è focalizzata su 5 tipi di elettrodomestici (lavatrice, lavastoviglie, frigorifero, condizionatore e forno a microonde) e ha riguardato i luoghi, le etichette e i marchi, relativi al rispetto dell'ambiente, dell'efficienza energetica e della qualità.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Adiconsum

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n°pagina 101, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Per la "passata" solo pomodoro fresco**

Tutele e diritti: Pagherà una sanzione di .. euro chi in etichetta chiamerà "passata di pomodoro" il prodotto non ottenuto da pomodoro fresco. Lo ricorda un decreto del ministro delle Attività produttive comparso sulla Gazzetta Ufficiale il 5 ottobre scorso.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n°pagina 61, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Quei prosciutti stranieri**

Coldiretti prosegue la battaglia in difesa del made in Italy, minacciato da crescenti importazioni. L'allarme riguarda ora i prosciutti, ... su ... dei quali provengono da maiali stranieri senza indicazione di origine, Per l'acquirente l'unica garanzia di autenticità rimane la dop che tuttavia, con ... milioni di kg, rappresenta solo il ...%

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Coldiretti

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n°pagina 104, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**L'importanza delle etichette**

Un europeo su due (in Italia il ...%), controlla regolarmente le etichette dei prodotti confezionati per verificarne il contenuto di grassi, .. su .. verificano invece il numero di calorie e la quantità e zuccheri. A livello globale, gli ingredienti verso i quali i consumatori pongono maggiore attenzione sono...continua...

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** AcNielsen Health & Nutrition Global Consume Survey



*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n° pagina 15, lunghezza 2 Pagine

**Tipologia:** Articolo

**La certificazione nell'alimentare**

Etichettatura dei prodotti alimentari: il consumatore crede di più nelle certificazioni esibite sulla confezione o nella marca? E' crescente la domanda del consumatore di informazione corrette e trasparenti oltre che di genuinità, di garanzia igienico-sanitaria, di affidabilità nel prodotto in sé alimentare. In Italia, a differenza che in altri Paesi, la confidenza nella marca (industriale o privato) prevale sulla certificazione.

**Table, grafici e box a corredo:**

- **I trend evolutivi nel food e le opportunità di certificazione**
- **Le esigenze di mercato e i servizi di certificazione nel food**

**Allegati:**

**Citati:** Brc (British retail consortium), EurepGap, Fipe, Haccp, Ifs (International food standard, Iso 22000, Iso 9001:2000, Ministero della Salute, Npv (Net present value), Osservatorio Food Monitor, Sincert

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n° pagina 47, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Da Conserve Italia pomodoro made in Italy**

Nello spirito del decreto ... sull'identificazione di origine dei prodotti alimentari, Conserve Italia ha deciso di apporre un bollino a garanzia della qualità e rintracciabilità delle materia prime utilizzate nelle proprie conserve a marchio Valfrutta, Cirio, e De Rica...continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Cirio, Conserve Italia, De Rica, Valfrutta

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n° pagina 91, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Molta l'ortofrutta d'importazione**

Origine non italiana di molti alimentari in vendita nel nostro Paese. E' soprattutto la grande distribuzione a commercializzarli, in una quota del...% che scende al...% nei negozi al dettaglio. Irregolarità sono state rilevate sul...% dei prodotti controllati, oltre...! In particolare l'etichettatura è assente nel ....% dei casi, incompleta nel...% e con indicazione false nel...%.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n° pagina 121, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Etichetta per i polli**

Tutele e diritti: Il Ministero della Salute ha emanato un'ordinanza con validità fino al 31 dicembre del 2007 che impone l'etichettatura obbligatoria per il pollame. In particolare le etichette dovranno riportare la sigla It seguita dal numero identificativo di registrazione presso la Asl...continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Ministero della Salute, Tutto Consumatori

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n° pagina 121, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Solforosa in etichetta**

Tutele e diritti: L'anidride solforosa è una sostanza allergenica, ma nei vini ha una funzione antisettica: serve a limitare lo sviluppo dei batteri e prevenire l'ossidazione e il deperimento del prodotto. Visto che l'anidride solforosa può dare luogo a episodi allergici come l'asma, a partire dal ... sarà obbligatorio indicarne la presenza in etichetta sia per i vini italiani sia per quelli comunitari...continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Movimento Consumatori

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n° pagina 121, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**"Extra" con prudenza**

Tutele e diritti: cosa significa "extra" su un alimento? E quali sono gli alimenti che se ne possono fregiare? L'olio extravergine di oliva, ottenuto solo dalle olive e con un'acidità massima dello ...%. Per il cioccolato che è "extra" se contiene non meno del ...% di cacao e del ...% di burro di cacao. Per le uova che si possono anche chiamare "extra" fresche, termine che può essere usato fino al 9° giorno dalla data di deposizione.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Sicurezza alimentare

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n° pagina 137, lunghezza 3 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Marcatura ad alta tecnologia**

Etichettatura: Contrassegnare il prodotto non è un fatto estetico, ma incorpora un numero sempre maggiore di informazioni. Le aziende devono competere su un terreno difficile.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

- **Il mercato delle materie prime per etichettatura in Italia:2002-2004**
- **L'andamento del settore della pesatura: 2002-2005 (in milioni di euro)**
- **La ripartizione delle aziende del settore dell'etichettatura per fatturato (in %)**

**Allegati:**

**Citati:** Bitasi Marco, Chersoni Riccardo, Cooperativa Bilanciai, De Ferrari Davide, Etipack, Finat, Francalanci Gianni, Ghiotto Alberto, Gipea, Irplast, Lejeune Jules, Markem, Quartieri Gino, Tradex

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 117, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Stop al falso made in Italy**

Tutele e diritti: La legge ... sanziona i prodotti contenenti "fallaci indicazioni di provenienza o di origine". La nuova legge aumenta anche la sanzione nel caso di dichiarazioni mendaci, facendola passare dai ... euro precedenti fino a un massimo di ...

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 117, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Detergenti con ecolabel**

Tutele e diritti: Gli uffici Ecolabel dell'Unione europea hanno messo a punto un documento che stabilisce i requisiti per ottenere il marchio su detersivi per capelli e detersivi in generale. In particolare, non potranno esporre il marchio Ecolabel i prodotti che contengono sostanze pericolose come...

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Uffici Ecolabel Unione Europea

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 93, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Etichetta più chiara per un latte di qualità**

È ormai in vigore il decreto ministeriale del ... scorso, che prevede per il latte fresco un'etichettatura comprensiva della sede dello stabilimento e della provenienza del prodotto. Con l'introduzione della nuova etichetta, Cia ritiene di avere vinto una prima importante battaglia a difesa dei consumatori e degli allevatori italiani, che puntano sempre di più sulla qualità.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Cia - Confederazione Italiana Agricoltori

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 95, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Obbligo di informazione per il legno**

Anche i prodotti in legno, così come gli alimentari, i tessili e i farmaci, devono riportare composizione e modalità di uso, con tutte le denominazioni dei materiali utilizzati. Così, dalle scale ai pavimenti in parquet, dalle persiane ai portoni, fino ai mobili, una maggiore informazione "diventa un biglietto da visita sia per il produttore sia per il rivenditore, oltre che una garanzia per il cliente".

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Federlegno-Arredo, Lombardi Paolo, Ministero dell'Industria

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 99, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Etichette sulle uova sciolte**

Tutele e diritti: Anche le uova vendute sciolte dovranno avere un'etichetta sotto forma di un avviso esposto al pubblico che indichi la categoria di qualità e di peso, il codice del produttore, la data di scadenza e le modalità di conservazione dopo l'acquisto. Per ciò che riguarda la categoria di qualità le uova possono essere chiamate "extra" e cioè freschissime fino al ...° giorno dalla data di imballaggio o fino al ...° [...] Per il peso le categorie sono: ...

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** sicurezzalimentare.it

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 99, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Scheda per mobili**

Tutele e diritti: Dall'8 febbraio 2005 i prodotti in legno, e si intendono mobili, complementi d'arredo e qualsiasi manufatto realizzato con l'impiego di legno, dovranno portare con sé una sorta di carta di identità o scheda prodotto che indicherà obbligatoriamente [...]. Confconsumatori chiederà l'applicazione delle sanzioni previste a carico di coloro che non daranno le informazioni e le garanzie di legge.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Confconsumatori

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 99, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Etichette cosmetici**

Tutele e diritti: a partire da marzo tutti i prodotti cosmetici, dalle saponette alle creme, dallo shampoo al dentifricio dovranno riportare in etichetta una serie di importanti informazioni per il consumatore come l'elenco degli allergeni e poi il PaO che significa "period after opening", indicazione obbligatoria se il prodotto ha una vita di oltre 30 mesi. Diversamente la casa produttrice deve indicare... continua...

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Confcommercio, Confconsumatori

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2005, n° pagina 117, lunghezza -

**Tipologia:** Breve

**Patate Natural Selenium**

Pubblicità ingannevole e comparativa: Il Consorzio dei produttori della patata Selenella ha segnalato la presunta ingannevolezza e illiceità comparativa del messaggio rinvenibile sulla confezione della patata Natural Selenium prodotta da PG Mec Srl commercializzata da giugno 2004. Per l'Autorità non sussistono le premesse di pubblicità comparativa illecita, mentre ve ne sono per la pubblicità ingannevole in etichetta, relativa al contenuto di selenio.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** PG Mec

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2005, n° pagina 118, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Etichette contro i furti**

Packaging: è noto ormai che il taccheggio procura perdite consistenti agli operatori del retail. Per contrastare il fenomeno ecco gli ultimi ritrovati tecnologici ancora allo studio o già in applicazione.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

- **I vantaggi dell'etichettatura all'origine**
- **La classifica dei prodotti più rubati nei supermercati**

**Allegati:**

**Citati:** Adt, Asda, Baldo Florindo, Bolchini Massimo, Brian Subirana, Constance Carroll cosmetics, Dunham's sports, Hafner Kay, Hickie Gerard, Indicod-Ecr, Inditex, Massachussets institute of technology (Mit), McKenna Judith, McNutt Alex, Smith John P., Subirana, Tyco, Wal-Mart, Wanke Keith

## COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, n° pagina 72, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Pubbl. Tabellare

**Società Cooperativa Bilanciai - Pesiamo con occhi diversi**

Perché diverse sono le esigenze di pesatura e diversificate sono le nostre risposte. Perché unica è la nostra cura per il prodotto e personalizzato il nostro servizio post-vendita.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2006, n° pagina 67, lunghezza 2/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Società Cooperativa Bilanciai - Peso/prezzatrici ed etichettatrici a marchio**

**Cigiemme: il top per il settore salumi**

Focus: I reparti di confezionamento di salumi sono in costante sviluppo. Le tecniche di lavorazione e di confezionamento sono in costante evoluzione, aumentando la vita media dei prodotti, curandone la presentazione e riducendo i costi di lavorazione. Soc. Coop. Bilanciai, si colloca al top dei prodotti offerti a questo comparto produttivo.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- **Scarica questa Comunicazione di impresa**

**Citati:** Cigiemme, Cigiemme MX500, Cigiemme MX500 BL, Cigiemme MX500 TB, Cigiemme serie Venus, CTRL (sistema di controllo statistico del peso), Dpr 391/80, legge 690/78, Mercury Plus, Società Cooperativa Bilanciai, Terminale D430

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2006, n° pagina 120, lunghezza 2/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Checkpoint Systems Italia - Prodotti senza barriere: li richiede l'83% dei consumatori europei**

Focus: Checkpoint Systems, leader mondiale nelle soluzioni per la gestione delle differenze inventariali basate sulla tecnologia, rende noti i risultati di uno studio condotto con la società di ricerca GfK Custom Research.. Questo studio rivelando che l'...% dei consumatori europei desiderano avere libero accesso ai prodotti prima della scelta dell'acquisto, provando che le vetrinette espositive chiuse impediscono il loro acquisto.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- **Scarica questa comunicazione di impresa**

**Citati:** Checkpoint Systems Italia, GfK Custom Research, Tecnologia RF

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 55, lunghezza 2/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Pilot Italia - Customer Labelling: un'innovazione radicale nelle etichette autoadesive**

Focus: Customer Labelling. Con questa definizione si vuol prendere in esame non solo la tradizionale fase di stampa, ma tutta la vita dell'etichetta, a partire dalla scelta dei materiali fino alla vestizione finale dell'oggetto da etichettare, quindi l'applicazione presso il cliente. L'azienda propone così un'autentica partnership tra cliente e fornitore.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Award Finat, Customer Labelling, Oscar dell'Imballaggio, Pilot Italia, Word Label Award

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n° pagina 91, lunghezza 2/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Ro.Ma - Minifyer: tante informazioni in poco spazio, su carta e su file**

Focus: Comunicare al meglio le caratteristiche e le qualità di un prodotto richiede spesso molto spazio, e per questo Ro.Ma ha creato l'etichetta multipagina Minifyer, unica perché senza limiti di spazio.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Minifyer, Ro.Ma. (Roma)

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

[diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it](mailto:diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it)

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840