

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-0407-010.pdf](http://www.largoconsumo.info/042007/PL-0407-010.pdf)

## SNACK E FUORI PASTO

### Costi del Percorso di lettura:

€ 105,00 (comprensivo iva) - non abbonati  
 € 75,00 (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-0407-010

### 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.

#### Mercato Italia - Agroalimentare

**Rapporto sullo stato delle imprese**

I **risultati finanziari** delle principali imprese nazionali, la **produzione** industriale e le **esportazioni**, i **consumi** interni e principali **competitor** internazionali di questo comparto.

#### 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 43, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**All'ora dell'aperitivo**

Snack: Nel 2005 le patatine sono rimaste stabili a valore, crescendo dello ...% in termini reali. Sono cresciute le varianti classiche (tipo caserecce a sfoglia e a fiammifero) e soprattutto quelle in confezioni da 250-500 grammi in buste trasparenti. Anche gli estrusi, pellets e pop corn, sono cresciuti del ...% a valore. Nel segmento degli sgusciati si è avuta una crescita del ...% a valore e nei salatini si è riscontrata una espansione del ...%

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

- Box: Parigi val bene uno snack
- **I salatini secondo i dati di sintesi 2005**

**Allegati:**

**Citati:** AcNielsen, Cartoon Network, Crik Crok, Crik Crok Extreme, Datrabank, European Sandwick & Snack Show, Finestauri Emanuele, Full Mix & Twister Tower, Fumagalli Elisa, Gaudenzi Massimiliano, Ica Foods, Le Contadine, Looney Tunes, Mister Nut, Mitica Food, New factor, Pai, Puff, Rapporto Competitors, Salati Preziosi, San Carlo, Tortilla Nueva, Unichips

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2007, n° pagina 166, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**A Kraft Food i salatini Ritz**

Ritz, marchio dei salatini tradizionalmente fra i più apprezzati dai consumatori italiani per il loro particolare gusto fra il dolce e il salato, entra a far parte della compagine Kraft Food Italia,

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

**Allegati:**

**Citati:** Chips Ahoy!, Kraft Foods, Nabisco, Oreo, Saiwa, United Biscuit

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 92, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Ricordi quali prodotti alimentari ti è capitato di acquistare presso distributori automatici?**

Informazione contenuta nell'articolo "Un consumo molto gettonato": prodotti alimentari acquistati presso distributori automatici ( in % - risposte multiple )

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

**Allegati:**

- **Scarica questo elemento**

**Citati:** Nextplora

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 4/2006, n° pagina 19, lunghezza 1/8 di pagina

**Tipologia:** Breve

**I principali gruppi alimentari italiani. Ferrero: i risultati 2004-2005**

Il gruppo Ferrero nel 2004-2005 ha consolidato ricavi per ... miliardi di euro (+...%). Le vendite in Europa hanno rappresentato l'...% di quelle totali. In Italia il fatturato è aumentato a ... miliardi di euro (+...).

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

**Allegati:**

**Citati:** Ferrero, Rocher, Tic Tac

**Proposte editoriali sugli stessi argomenti:**



**Titolo:** Distribuzione automatica - Codice PL-0506-001

**Edizione:** 5/2006

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/052006/PL-0506-001.pdf](http://www.largoconsumo.info/052006/PL-0506-001.pdf)



**Titolo:** Pasticceria e biscotteria - Codice PL-0307-002

**Edizione:** 3/2007

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-002.pdf](http://www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-002.pdf)



**Titolo:** Bambini e comunicazione alimentare  
Codice PL-0307-017

**Edizione:** 3/2007

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-017.pdf](http://www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-017.pdf)

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 4/2006, n° pagina 19, lunghezza 1/8 di pagina

**Tipologia:** Breve

**I principali gruppi alimentari italiani. Barilla: i risultati 2004-2005**

Barilla Holding nel 2004 ha consolidato ricavi per ... miliardi di euro (+...%). Le vendite dei primi piatti hanno rappresentato il ... del totale. Per il 2005 è previsto un fatturato di... miliardi, con un incremento del ...%. Barilla controlla il gruppo tedesco Kamps, che nel 2004 ha fatturato ... miliardi di euro /-...%).

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

**Allegati:**

**Citati:** Barilla, Kamps

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 4/2006, n° pagina 28, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Gli investimenti pubblicitari netti del settore alimentare: prime 10 classi di prodotto investimenti netti**

Le prime 10 classi di prodotto inv.netti nei periodi: gennaio-dicembre 2005 vs 2004-2003 (in mgl di euro)relativamente ai comparti: brioches/merendine, yogurt, gelati impulso, formaggi altri, snack dolci, cioccolatini/misti, chewing gum, biscotti, surgelati primi/snack/paste, bevande base, latte fermentato, altri

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

**Allegati:**

**Citati:** -

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 4/2006, n° pagina 38, lunghezza 2 Pagine

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**I risultati delle principali imprese agroalimentari in Italia: 2003-2004: Dolciario**

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 ad aziende di settore con un fatturato compreso tra i 1.865 e i 5 milioni di euro.

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

**Allegati:**

**Citati:** A. Loacker spa, Akellas srl, Amaretti Virginia srl, Artebianca Natura & Tradizione srl, Babbi srl, Bag Snacks srl, Balconi spa, Barbero srl, Barry Callebaut Manuf. Italia spa, Battistero Parma scarl, Bauli spa, Beniamino srl, Biscotteria Tonon spa, Biscottificio Baroni spa, Biscottificio Grondona spa, Bistefani spa, Brioche Pasquier Brescia spa, C.R.M. srl, Cabrioni Biscotti srl, Caffarel srl, Cameo srl, Campiello srl, Casa del Dolce srl, Chimab spa, Cleca spa, Colussi Perugia spa, Corsini Biscotti srl, Crispo srl, D+F srl, D. Lazzaroni & C. spa, D.I. Industria Dolciaria Italiana srl, Dal Colle spa, Debora srl, Delgrossi srl, Dileo Pietro srl, Dino Corsini srl, Dolber spa, Dolcezza Savini srl, Dolciaria Acquaviva srl, Dolciaria Val D'Enza srl, Dolcissimo srl, Doria spa, Elahdufour spa, Euro Cakes spa, Fabbr. Riunite Torrone Benevento spa, Ferrero spa, Fida srl, Foodco srl, Forneria Gaetano srl, Forneria Galbusera srl, Forneria Gusparo spa, Forno D'Asolo srl, Freddi Dolciaria srl, Fresystem spa, Galbusera Dolciaria srl, Galup spa, Gelco srl, Ghiott Dolciaria spa, Giampaoli Industria Dolciaria spa, Gilardi Italia spa, Granmilano srl, Grissin Bon spa, Gruppo Buondi spa, Gruppo Saltari srl, Gum Base Company srl, I.D.B. Industria Dolciaria Belpasso srl, I.D.P. srl, I.D.U. Piselli Junior srl, Icam spa, Il Vecchio Forno Artigiano srl, In.Do.R. - Ind. Dolciaria Romana srl, Ind. Dolc. Fraccaro - Spumadoro spa, Ind. Dolciaria Alim. Vesuviana srl, Ind. Riunite Panforte di Siena spa, Irca srl, Ist. Biochimico Farmaceutico Fassi srl, Kellogg Italia srl, Kerry srl, La Donatella srl, La Giulia Ind. srl, La Svizzera srl, La.For. In Liquidazione srl, Laica spa, Le Gourmand Patissier di Cirio Ezio srl, Leaf Italia srl, Liking spa, Lindt & Sprungli srl, Linea Alimentare Aresu srl, Lucky Dolciaria srl, Luigi Zaini spa, Magus spa, Maina Panettoni spa, Majani spa, Malgara Chiari & Forti spa, Mangiar Sano spa, Mangini srl, Melegatti spa, Mongelo srl, Montebianco srl, Montebovi Industrie Roma srl, Nestlé Italiana srl, Nord Dolciaria srl, Nuova Industria Biscotti Crich spa, Nuova Santa Rosa srl, Nutkao srl, Oscar Industria Dolciaria spa, Paluani spa, Pasticceria Leonardo srl, Pasticceria Torino srl, Pastiglie Leone srl, Pata spa, Perfetti Van Melle spa, Pernigotti spa, Piovesana Biscotti spa, Prodotti Stella spa, Prontofoods spa, Quality Food Group spa, Real Frutta srl, S.I.R.E.A. srl, Saiwa spa, San Carlo Mantova srl, Sapori Veri srl, Sebaste spa, Secondo Vergani spa, Socado srl, Solo Italia srl, Soremartec Italia srl, Stabinger srl, Sweet spa, The Lorenz Bahlsen Snack-World Italy, Valledoro spa, Venchi spa, Veneta Alimenti Innovativi srl, Vicenzi Biscotti spa, Witor's srl



**Titolo:** Barilla e la rilevanza dell'alimentazione

**Edizione:** 5/2007

**Editore:** BARILLA

**Link:**

[www.largoconsumo.info/052007/DOCBarillaDietMediterranea0507.pdf](http://www.largoconsumo.info/052007/DOCBarillaDietMediterranea0507.pdf)

**Spazio pubblicitario disponibile**

Per la segnalazione di Report, Studi, Documenti d'impresa e Comunicazioni aziendali di prodotto in questa rubrica:

**Servizio Pubblicità e Comunicazione di impresa**

E.mail:

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

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 55, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Nestlé entra nell'equo-solidale**

Nestlé punta sul commercio equo-solidale decidendo di diventare azionista di una società britannica indipendente che opera nel comparto distribuendo cioccolato, la Day chocolate company, che produce anche snack e dolci. Il mercato etico, in crescita, comincia a far gola ai grandi gruppi.

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

**Allegati:**

**Citati:** Body Shop International, Cadbury-Schweppes, Day chocolate company, FairTrade, Green & Black, L'Oréal, Maya Gold, Nestlé

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 62, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Merendine d'insegna**

Il mercato delle merendine è fortemente presidiato dalle marche: le prime due aziende detengono oltre il ..% del mercato e con le private label si arriva a oltre il ..%. Con una quota di mercato inferiore al ..%, il discount non ha ancora portato a sconvolgimenti epocali negli stili di consumo.

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

- **La segmentazione del mercato: fine 2005 (in %)**
- **Le referenze di merendine**

**Allegati:**

**Citati:** Antonelli, Bauli, Bellotti Flavio, Casalini, Conad, D'Andrea Raffaele, Dal Colle, Di Fabio Giusto, Dolciaria Val d'Enza, Gallotto Giorgio, Giusto Di Fabio & Partners, Key Solution, Mercadona, Montebovi, Mulino Bianco, Nordiconad, Pasquier, Selex GC, Vicenzi

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

**Tipologia:** Breve

**Frutta secca senza colesterolo**

Studi scientifici hanno rilevato che il consumo di frutta secca riduce del ..% il rischio di infarto del miocardio, del ..% l'insorgenza di patologie vascolari, del ..% quella di patologie coronariche; inoltre, la frutta secca agirebbe anche sul metabolismo, innescando un aumento nel consumo energetico.

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

**Allegati:**

**Citati:** Lst, Lst: Zero % colesterolo, Pennazzi Maurizio

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 53, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Un centro ricerche per i prodotti Ferrero**

La creatività è al centro di un'iniziativa di Ferrero che ad Alba ha creato Soremartec (Société de recherche de marketing et technique) raccogliendo un pool di oltre ... fra esperti biologi, nutrizionisti, agronomi e ingegneri, con un budget di investimenti a disposizione di quasi ... milioni l'anno.

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

**Allegati:**

**Citati:** Ferrero, Soremartec (Société de recherche de marketing et technique)

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n° pagina 11, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**A tavola tra dovere e piacere**

Lo studio di AcNielsen ha evidenziato un incremento del ...% nel 2005 dei consumi extradomestici. La ricerca ha evidenziato due tipologie contrapposte di alimentarsi fuori casa: il cibo diurno ispirato ai criteri della dieta equilibrata ("Apollo" ...milioni di italiani narcisisti e ansiosi) e i cibi notturni ("Dionisio", 27 milioni, gaudenti e ondivaghi) che cedono alle lusinghe e ai piaceri della tavola e della trasgressione.

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

- **I nuovi cluster alimentari (in %)**
- **Il numero dei pasti fuori casa (in milioni di euro)**

**Allegati:**

**Citati:** AcNielsen, fiera: Mia Rimini

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n°pagina 72, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Snack in partnership tra Germania e Italia**

Intersnack è il leader tedesco degli snack salati, secondo in Europa in questo segmento con i marchi Wolf, Chio e Pom Bear. Nata a Colonia nel 1995 dalla fusione di Convent Group, titolare dei marchi Chio e Funny Frisch, con Wolf Bergstrasse, è presente in oltre ... Paesi, con ... filiali in Europa e ... stabilimenti in cui sono occupati oltre ... dipendenti, fatturando quasi ... mld. di euro. In Italia distribuisce in partnership, con esclusive affidate a Cida di Milano.

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

**Allegati:**

**Citati:** Campari, Chio, Cida, Convent Group, Funny Frisch, Intersnack, Pluswert, Pom Bear, Porsche Cayman S, Wolf, Wolf Bergstrasse

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2006, n°pagina 65, lunghezza 1/4 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Gli utilizzatori di Ssp sul luogo di lavoro in (%)**

Informazione contenuta all'interno dell'articolo "Distribuzione automatica al bivio" (Lc 2/2006). Il grafico è relativo alle vendite di caffè, bibite, acqua minerale, snack dolci, snack salati, merendine e tortine dolci, bevande a base di frutta, panini e tramezzini, energy drink, pastigliaggi e gelati attraverso il canale della distribuzione automatica sul luogo di lavoro.

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

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n°pagina 67, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il pistacchio etneo, qualità più ricercata**

Le pendici dell'Etna sono la principale area di produzione di pistacchi italiani. In circa .. ettari si concentra il ..% del raccolto nazionale. Le varietà prodotte nel territorio etneo sono la napoletana in particolare e, in misura minore, le agostana e notarola: la produzione raggiunge i ... qti di sgusciato per biennio. Fortissimo l'export, l'..% che raggiunge principalmente i mercati di .., .., .. e ...

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

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n°pagina 69, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Mulino Bianco dà impulso a Barilla**

Quest'anno la società chiuderà l'esercizio con ... miliardi di fatturato, un ebitda tra il ... e il ...% a quota ... milioni e con una posizione finanziaria netta in attivo di ... milioni a fine 2005 dopo il passivo di ... milioni alla fine dello scorso anno. Le strategie di commercializzazione internazionale sono oggi al centro dei programmi societari.

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

**Allegati:**

**Citati:** Barilla, Barilla G.e R. Fratelli, Mulino Bianco, Pavesi, Voiello, Wasa

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n°pagina 36, lunghezza 2 Pagine

**Tipologia:** Articolo

**Salati che passione**

Snack: Il ...% dei ... milioni di italiani che mangiano abitualmente fuori casa, consumi sandwich e snack al mattino mentre il ...% preferisce farlo nel pomeriggio o prima di cena, all'ora dell'aperitivo. Nel 2004 i fuori pasto salati risultano cresciuti complessivamente del ...% a volume con pezzi. Il format supermercato concentra il ...% delle vendite.

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

- **Dimensioni e i trend del mercato degli snack salati: al 01/2005 (vendite in euro, in kg e var.%)**
- **L'allocazione degli snack salati per canale e per area: anno terminante a gennaio 2005 (in %)**

**Allegati:**

**Citati:** AcNielsen, Barilla, Ferrero, Finestauri Emanuele, Fox Italia, Heinekeng, Ica Foods, Iri-Inforesources, Karlsberg, Mintel, Pavone & Partners, Pavone Massimo, Peroni, Procter & Gamble, Rimini Fiera, Tuborg, Unichips

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n° pagina 162, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Bauli si espande con le merendine**

Bauli indica in ...mln di euro il proprio fatturato al 30 giugno scorso, con una crescita di ...mln rispetto all'anno prima dopo il consolidamento conseguito con l'acquisizione di Fbf che produce merendine e croissant, mentre il margine operativo lordo è stato pari al...% dei ricavi e sono stati ottenuti utili netti per ... milioni. Bauli, con i suoi 700 dipendenti....continua...

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

**Allegati:**

**Citati:** Bauli, Fbf, La Buona Croissanteria

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 29, lunghezza 2 Pagine

**Tipologia:** Articolo

**In cerca di strategie fresche**

Frutta secca: Trend positivo per quella confezionata, venduta nelle superfici moderne. Ma per incrementare il consumo complessivo bisogna destagionalizzare e puntare più su qualità e servizio.

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

- **Il mercato della frutta secca nella gdo per format e per area di vendita: 2004-2005**
- **La segmentazione della frutta secca nel canale moderno: 2005 (in % sul valore)**

**Allegati:**

**Citati:** AcNielsen, Alfano F.Ili, Almavede Bio, Besana, Blue Diamonds, Diamond, Eurocompany, Fatina Murano, Food and drugs administration (Fda), Iri Infoscan, Ismea, Life, Madi Ventura, Mister Nut The Americans, New Factor, Noberasco, Nuove antiche bontà, Ora Puoi, Parisi, Saratoga, SoleLuna, Sunsweet, Sunsweet Ones, Viva la Prugna

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2005, n° pagina 145, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Dagli snack bilanci da record per Ferrero**

Gli snack danno slancio a Ferrero, che chiude l'esercizio con un risultato di gruppo (... società operative, ...stabilimenti, .... dipendenti in tutto il mondo) di .... miliardi di euro, +...% sul precedente: A sostenere la crescita, le performance di Nutella, Tic Tac, prodotti da forno ed Estathé, nonché il lancio di nuovi prodotti come Kinder Pan e Cioc, frutto degli investimenti in ricerca che hanno raggiunto i ... milioni di euro. L'utile netto è salito a ... milioni...

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

- **La crescita di Ferrero nel mondo: 1998-2004 (in mln di euro)**

**Allegati:**

**Citati:** Estathé, Ferrero, Kinder, Nutella, Pan e Cioc, Tic Tac

*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

**Tablette, 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

**COMUNICAZIONE DI IMPRESA:**



*Largo Consumo*, fascicolo 4/2007, n° pagina 26, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Pubbl. Tabellare

**Mc Cain Alimentari Italia- Il peccato di gola dorato.**

McCann Bros presentano: a casa, retail, al ristorante, food service...

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

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2007, n° pagina 42, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Pubbl. Tabellare

**San Carlo Gruppo Alimentare. Wacho's chios e nacks mattakkioni.**

Grandi risultati... Massima notorietà... Gamma innovativa... Comunicaine tv... nuovi espositori...

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

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2007, n° pagina 45, lunghezza 2/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**DiCo - Arriva in Italia la qualità delle pattine e snack del leader svizzero Zweifel**

Focus: Stanno per entrare nel mercato italiano le patatine e gli snack a base di patate e frumento prodotti dalla Zweifel, storica società svizzera market leader nella Confederazione elvetica. A importarli e distribuirli nel nostro Paese sarà la società veronese DiCo Group. Fondata nel 1950, Zweifel ogni anno lavora circa 22.500 tonnellate delle migliori patate rigorosamente prodotte dai coltivatori svizzeri:

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

**Allegati:**

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Cractive (patatine), Dico Group, Lemongrass&Ginger (Secrets), Mostrada (Secrets), Patatine Curry (linea Cractive), Patatine Mexican (linea Cractive), Patatine Nature (linea Cractive), Patatine Papikra (linea Cractive), Secrets (gamma snack), Servizio Fresco Zweifel, Spicy Tai (linea Secrets), Zweifel

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2007, n° pagina 56, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Kellogg's Italia - L'innovazione costante si conferma motore di sviluppo anche per il 2007**

Le interviste: La filiale italiana del colosso statunitense è cresciuta per il terzo anno consecutivo a doppia cifra, mettendo a segno importanti performance in tutti i segmenti del mercato. C'è grande attesa per il lancio di Optivita, prodotto che apre un nuovo segmento nel mercato dei cereali per la prima colazione. Ne parliamo con il managing director Antonio Posa.

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

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Choco Tresor, Iri-Infoscan, Kellogg Italia, Kellogg's All Bran, Kellogg's Coco Pops, Kellogg's Delissima, Kellogg's Extra, Kellogg's Optivita, Kellogg's Rice Krispies, Kellogg's Special K, Posa Antonio

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 4/2006, n° pagina 74, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**DS Food**

Le schede aziendali: DS Food nasce nel 2002 in seno all'azienda leader europea nel mercato dei generi alimentari dietetici privi di glutine, la Dr. Schär. I prodotti DS Foods si suddividono tra surgelati, con i piatti pronti, e secchi con una ricca varietà di snack e dolci.

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

- DS foods in sintesi

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** As you like it, Creative Cooking, Dr. Schar, DS Food, Fresh From the Oven, Ministero della Sanità, Pellegrini Giuseppe, Prast Hansjorg, Ready to Eat, Salone del Gusto di Torino, Tocca Elisabeth

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 4/2006, n° pagina 79, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Maitre Prunille**

Le schede aziendali: Maitre Prunille è il primo produttore e trasformatore europeo di frutta secca e il terzo, a livello mondiale, di prugne, con il ...% della raccolta francese di prugne d'Ente. I suoi ... siti produttivi impiegano ... dipendenti e ... linee di reidratazione delle prugne d'Agen, albicocche, fichi, uva e altra frutta. Completano la struttura una molto importante unità di denocciolamento delle prugne con ... macchine denocciolatrici Ashlock e ... aree di denocciolamento manuale.

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

- Maitre Prunille in cifre

**Allegati:**

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Ashlock, Bourguet Philippe, Charlet Frederic, Ferlazzo Ermanno, Maitre Prunille, Martin Christine, Pagotto Patrice, Popescu Stéphane

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 4/2006, n° pagina 84, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Probios**

Le schede aziendali: Probios è una delle aziende leader sul mercato italiano degli alimenti biologici che propone circa ... prodotti. Di questi, molti sono alimenti adatti per chi soffre di intolleranze e allergie. Le Merendine di riso 100% senza glutine sono una novità assoluta per l'Italia. La pasta di riso e di riso e mais senza glutine è un prodotto davvero speciale.

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

- La segmentazione del fatturato di Probios per linee di prodotto

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Bartolozzi Rossella, Biofach Norimberga, Biostock, Favilli Fernando, Il Nutrimento, Leitner Elizabeth, Mayorice, Probios, Probios Deutschland, Sana Bologna, Tiseo Vincenzo, Tonini Lorenzo, Viva Mais

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2006, n° pagina 92, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Kellogg Italia - Una nuova sede e nuovi vertici: le recenti tappe di un costante sviluppo**

I profili: Protagonista da sempre del mercato dei cereali per la prima colazione e degli snacks, Kellogg Italia chiude un 2006 caratterizzato non soltanto da una confortante crescita in termini di business, ma da numerose e significative novità dal punto di vista della struttura e dello stesso management. La nuova struttura, ampia e moderna, ospita una società che in questi anni è cresciuta incessantemente: oggi vi lavorano 115 persone.

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

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Calderoni Ottavio, Kellogg's, Mobsby Tim, Posa Antonio, Rouilly Francois

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n° pagina 40, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Madi Ventura - I nuovi BB Mix: bontà e benessere in un sapiente mix di frutta secca**

I profili: BB Mix Colazione, BB Mix Insalata, BB Mix Macedonia – confezionate in pratici sacchetti alluminati da 150 grammi, in cartone espositore per scaffale Madi Ventura è uno dei principali conoscitori della frutta secca, ne ha studiato le caratteristiche organolettiche e le valenze specifiche. Non a caso, BB Mix Ventura è il risultato della perfetta conoscenza della frutta secca tradotta in mix, al fine di garantire un importante apporto nutrizionale.

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

**Allegati:**

**Citati:** BB Mix Colazione, BB Mix Insalata, BB Mix Macedonia, BB Mix Ventura, Calvini Giovanni, Madi Ventura, Sunsweet



*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n° pagina 102, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Dolcitalia - Dinamismo, efficienza, consulenza personalizzata per il mercato dolciario. E non solo**

I casi aziendali: Dolcitalia è oggi leader nella distribuzione dolciaria nel normal trade. Con un fatturato 2005 di circa 400 milioni di fatturato, vanta 204 affiliati e una presenza capillare su tutto il territorio nazionale di circa 200.000 esercizi commerciali serviti, tra cui 100.000 bar e 40.000 negozi alimentari e 120 fornitori. Ha rafforzato la propria struttura con 4 area manager tra la sede di Agrate Brianza e gli affiliati, raccogliendo una mole di preziose informazioni sul campo.

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

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Dolcitalia, Ferrero, Kraft, Lindt, Nestlè, Panini Modena, Perfetti, Saiwa

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n° pagina 118, lunghezza 1

**Tipologia:** Pubbl. Tabellare

**American Peanut Council - Ci sono noccioline e noccioline**

Quando si parla di noccioline è la qualità che fa la differenza. Le arachidi americane in guscio sono sicuramente buone, naturalmente bionde, nutrienti, sempre fresche e con una lunga conservabilità. Sono arachidi di qualità superiore che deliziano i consumatori di tutto il mondo con un sapore più ricco e più gustoso. Venendo al nocciolo: arachidi molto gustose con una provenienza affidabile.

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

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2006, n° pagina 134, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Ferrero - Struttura manageriale per affrontare le nuove sfide del mercato globale**

Il management aziendale: La riorganizzazione manageriale dello scorso autunno ha segnato l'uscita da incarichi operativi di Delio Fabbri e Roberto Dorigo, che mantengono comunque una collaborazione sul fronte dei progetti speciali. Allo stesso tempo, nella struttura si è registrato il potenziamento di funzioni per alcuni manager e diversi nuovi ingressi.

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

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Addezio Giuseppe, Capurso Marco, Cardelus Arturo, Do Antonio, Dorigo Roberto, Fabbri Delio, Fassinotti Antonello, Ferrero, Ferrero Giovanni, Ferrero International, Ferrero Maria Franca, Ferrero Michele, Ferrero Pietro, Ferrua Magliani Filippo, Fulci Francesco Paolo, Lugli Gino, Marano Giuseppe, Maza Stefano, Moncada Lino, Paesi dell'area Nafta, Sony, Soremartec sa, Vanoli Antonio

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 111, lunghezza 2/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**LST - Gemme di bontà**

Focus: la salute al centro di una scelta aziendale. Lst-Gemme di Bontà, leader nella produzione e nella commercializzazione di frutta secca e snack salati, lancia la linea "Zero % colesterolo". Una gamma completa di prodotti che punta a unire strategia di marketing e corretta informazione al consumatore.

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

**Allegati:**

**Citati:** Lst, Lst - Gemme di Bontà, Lst: Zero % colesterolo, Pennazzi Marco, Pennazzi Maurizio

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 113, lunghezza 2/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Saiace - Andros presenta Fruit Pocket, la prima mousse di frutta tascabile**

Focus: Fruit Pocket, il nuovissimo prodotto Andros, distribuito in Italia dalla filiale Saiace, è una mousse di frutta tascabile shelf stable, in formato da ... grammi, con oltre il ...% di frutta, senza conservanti, coloranti e aromi artificiali e con solo 85 calorie. Rappresenta lo snacks alternativo, gustosa pausa...acquistato presso bar e distributori automatici. Occasione di vendita per grande distribuzione, dettaglio tradizionale, bar, vending.....

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

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n° pagina 10, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Barilla - Imballo ottimizzato per il Saccottino**

Finalista dell'Oscar dell'Imballaggio 2006: Il progetto è un caso di ottimizzazione delle dimensioni degli imballaggi di trasporto e un aumento del loro contenuto al fine di rendere massima la saturazione logistica. L'intervento ha riguardato l'imballaggio terziario del Saccottino Mulino Bianco di Barilla. Il sistema pregresso prevedeva l'utilizzo di un'unità di vendita costituita da 8 unità di acquisto, cioè da 2 strati di 4 confezioni di Saccottino in una cassa americana.

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

**Allegati:**

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

**Citati:** Barilla, Mulino Bianco, Saccottino

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