

Percorsi di lettura
 Periodico di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo
 Reg. Trib. Mi. n. 268 del 24/04/08
Tamburino - www.largoconsumo.info



Documento in **versione interattiva:**
www.largoconsumo.info/042009/PL-0409-004.pdf

PULIZIA E DETERGENZA DOMESTICA



Costi del Percorso di lettura:

€ 231,00 (comprensivo iva) - non abbonati
 € 181,50 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo 04/09 e supplementi

Rif: PL-0409-004

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

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

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:

I CONTENUTI EDITORIALI:

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2009, n°pagina 32, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Brilla solo chi non è banale

Nel . . . l'aumento dei prezzi e la contrazione generale dei consumi hanno condizionato praticamente tutti i settori del largo consumo. A rispondere a *Mercato&Imprese* è questa volta Giacomo Sebastiani, vicepresidente di Madel.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Detergenti per la casa a marchio del distributore - Quote % di mercato
- Dimensione / Trend del mercato - Detergenti bucato
- Dimensione / Trend del mercato - Detergenti generici
- Dimensione / Trend del mercato - Detersivi stoviglie e lavastoviglie
- Profilo dei consumatori di detergenti domestici

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Fiera Plma, GfK-Iha, Gruppo Nielsen, Madel, *Mercato&Imprese*, Nielsen Trade*Mis, Pulirapid, Sebastiani Giacomo

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n°pagina 42, lunghezza 1/2 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Letti a prova d'allergia

Materassi, mobili imbottiti, tappeti, cuscini e coperte di lana, i materiali tessili cioè non facilmente lavabili, sono infatti facilmente colonizzati dagli acari i cui scarti (feci, frammenti vari) liberandosi nell'aria, vengono inalati provocando la tipica sintomatologia allergica. E' necessario lavare i rivestimenti dei mobili imbottiti e dei materassi, oltre ovviamente a federe e lenzuola con frequenza e a temperatura superiore ai 60 gradi.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Questa è un'estrapolazione, vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n°pagina 45, lunghezza 2 e 1/3 di pagina

Tipologia: Articolo

La selezione dell'igiene in casa

Detergenza: Anche nel settore della pulizia domestica crescono le vendite dei prodotti di primo prezzo e delle private label, effetto della crisi dei consumi. Ma, a differenza di altri, il settore dell'igiene domestica ha a suo favore l'importanza attribuitagli dai consumatori. La cura del benessere personale, in cui rientra anche quella per l'ambiente domestico – dai prodotti per la pulizia di superfici, ai lucidanti per pavimenti, ai deodoranti– rimane una priorità.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: Scegliere la sostenibilità
- [Il comparto casa in relazione ai macrosegmenti del largo consumo: 2007-2008](#)

Allegati:

- [Leggi questo articolo](#)



Titolo: Igiene persona - Edizione PL-1008-002

Edizione: 10/2008

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/102008/PL-1008-002.pdf



Titolo: Prodotti monouso - Codice PL-0508-005

Edizione: 5/2008

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052008/PL-0508-005.pdf



Titolo: Casalinghi tavola e cucina - Edizione PL-0708-003

Edizione: 7/2008

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/072008/PL-0708-003.pdf

Citati: Aise - association internationale de la savon, de la détergence et des produits d'entretien, Assocasa, Benckiser Reckitt, Biochimica, Bordini Carolina, Camoirano Lucia, Chlabe, Cillit Bang, Deox, Emulsio, Galante Cetti, Gallo Andrea, Madel, Nielsen, Pulirapid, Quasar, Scapoli Marco, Sebastiano Giacomo, Stambazzi Chiara, Sutter, Use Ipoallergenici, Vitelli Vincenzo, Winnis

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 87, lunghezza 1/10 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

I settori nei quali la pubblicità informa di più (in %)

Considerati i settori: alimentari, telefonia, auto/moto, detersivi/detergenti, cosmetici/prodotti cura corpo, energia (luce, gas), prodotti bancari/assicurativi. Informazione contenuta nell'articolo "Pubblicità sul maxi schermo".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Questa è un'estrpolazione, vai all'articolo che contiene questa informazione](#)**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 91, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Un aquilone nell'identità Benckiser

È un aquilone il nuovo logo destinato a comunicare la corporate identity di Reckitt Benckiser, il leader mondiale dei prodotti per la pulizia della casa e per la cura della persona. È molto di più che un semplice messaggio grafico frutto di restyling: un segno visibile e immediato in grado di declinare con chiarezza ed essenzialità i valori e la mission di un'azienda ai vertici dei vari comparti in cui opera.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa notizia](#)**

Citati: Becht Bart, Benckiser Reckitt

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 64, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Un consorzio di specialisti

Comas, un nome e un marchio che identificano una realtà produttiva e distributiva fondata sull'idea consortile. Una rete di negozi specializzati, oggi ... in tutto, che collocano il Consorzio al quarto posto nella graduatoria nazionale degli "specialist drug" con il ...% di quota di mercato, cui contribuiscono per il ...% i prodotti toiletries e per l'...% quelli per la cura della casa.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Comas

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 90, lunghezza 4 pagine

Tipologia: Articolo

Il venditore silenzioso

Materiali: A colpire la fantasia del consumatore è l'immagine dei flaconi, tanti di forme e colori diversi. Ormai il packaging plastico identifica detersivi e detergenti. All'interno del comparto della cura della casa, uno dei settori più dinamici e che ha fatto registrare le migliori performance è il lavaggio stoviglie. Accanto ai tradizionali detersivi liquidi per il lavaggio a mano, con tappi push and pull o similari per un più agevole utilizzo, lo scaffale è dominato dalle cosiddette tabs.

Table, grafici e box a corredo:

- Box: Etichetta non solo per informare
- Box: Il ruolo del design
- **[La composizione del mercato grocery in termini di vendite: settembre 2008 \(in % sul valore a prezzi correnti\)](#)**
- **[La ripartizione del comparto cura della casa: settembre 2008 \(% di vendite a valore prezzi correnti\)](#)**

Allegati:

- **[leggi questo articolo](#)**



Titolo: Contratti fornitori-Gdo: perchè in Italia manca una normativa sul modello adottato da diversi Paesi Ue?

Edizione: 3/2009
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link: www.largoconsumo.info/fixed/largoconsumo/pagine/copertina03_09.asp



Titolo: L'industria di marca controbatte le private label con una grande campagna collettiva. Basterà?

Edizione: 1/2009
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link: www.largoconsumo.info/fixed/largoconsumo/pagine/copertina01_09.asp



3M
 Awarded for quality, reliability and distinction
 BUSINESS Superbrands

Citati: Ajax Professional, Bernasconi Fabrizio, Cellografica gerosa, Colgate-Palmolive, Deox, Fabuloso, Fairy, Finish, Foto: Kitch Bain, Foto: Sorin Popa, Fresco System, G Nova, Gerosa Fabrizio, Goglio, Landor, Lumen, Madel, Marsiglia, Nielsen, Orlandi Daniela, Riva Laura, Sacmi Labelling, Smith Drew, Stevenazzi, Versari Cristian, Volpi Giuseppe

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Reckitt Benckiser, impulso anche dall'ambiente

Iniziative per l'ambiente anche in Italia, presso lo stabilimento di Mira (Venezia), dove già nel era stato realizzato l'impianto di cogenerazione in grado di coprire il ...% del fabbisogno di vapore e energia con risparmi energetici pari al ..% e dove lo scorso anno si aggiunto un impianto fotovoltaico. Costituiscono punti di vanto del Sustainability report che la multinazionale pubblica ogni anno.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Parchi per Kyoto, Reckitt Benckiser, Sustainability report

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 105, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Reckitt Benckiser finanzia il parco del Po

Realizzato da Federparchi e Kyoto Club, in collaborazione con Legambiente e AzzerCO., Parchi per Kyoto è un progetto di forestazione finalizzato al raggiungimento degli obiettivi del protocollo di Kyoto. Al progetto ha deciso di aderire Reckitt Benckiser, numero uno al mondo nei prodotti per la pulizia della casa, che ha finanziato un intervento di forestazione di alberi nel Parco regionale veneto del delta del Po.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: AzzerCO2, Federparchi, Kyoto Club, Legambiente, Reckitt Benckiser

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 99, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Premiata l'operazione salva energia di Dash

La giuria del Premio Assorel (Associazione delle agenzie di relazioni pubbliche), promosso in collaborazione con Citroën, il gruppo Il Sole .. Ore e il mensile L'Impresa, ha attribuito il premio per la migliore campagna all'agenzia Peliti Associati per Procter & Gamble con "Dash operazione salvaenergia". La cerimonia di premiazione ha dato spunto per tracciare una fotografia del mercato delle relazioni pubbliche in Italia e dei suoi scenari futuri.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Assorel, Citroën, Dash operazione salvaenergia, Furio Garbagnati, Il Sole 24 Ore, L'Impresa, Peliti Associati, Premio Assorel, Procter & Gamble

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n° pagina 2, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Andamento lento per un consumatore sfiduciato

Prodotti per la casa: Considerando nel dettaglio le variazioni in termini percentuali rispetto all'anno mobile precedente per i prodotti per la casa e toiletries, esse sono rispettivamente +.,.% e -.,.%. Il comparto drug (che si compone di casa+toiletry) mostra dunque una leggera flessione (-.,.%), in quanto a una modesta crescita del comparto casa si accompagna la discreta perdita realizzata dal toiletries.

Table, grafici e box a corredo:

- [Il comparto casa e toiletries](#)
- [Il prossimo futuro in Europa \(in %\)](#)

Allegati:

Citati: Bce - Banca centrale europea, Benckiser, Nielsen, Nielsen Worldwide Consumer Confidence Survey, Procter&Gamble, Raid Night & Day



Titolo: Ricerca sul mercato europeo dei rotoli da cucina

Edizione: 6/2007

Editore: European Tissue Symposium

Link:

www.largoconsumo.info/062007/BRLC0607-StuRice.pdf



Titolo: Igiene e sicurezza domestica

Edizione: 10/2008

Editore: ASSOCASA

Link:

www.largoconsumo.info/102008/BRLC1008-DocImpresa.pdf



Titolo: Progettata per crescere. Rapporto di Sostenibilità 2007.

Edizione: 2/2008

Editore: Procter and Gamble

Link:

<http://www.largoconsumo.info/022008/BRL0208-DocImpresa.pdf>

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 8, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La produzione dei diversi settori grocery non alimentare: 1999-2007 (in mln)

Cosmesi e cura persona, igiene casa, scope, spazzole e pennelli, carta tissue, casalinghi tavola e cucina, giocattoli, cartoleria e cancelleria.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [visualizza questo elemento](#)

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

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 12, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli scambi commerciali nel settore scope, spazzole, pennelli: 1999-2007 (in mln di euro)

Scope, spazzole, pennelli: Import, export e saldo commerciale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [visualizza questo elemento](#)

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

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 12, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli scambi commerciali nel settore detersivi e saponi: 1999-2007 (in mln di euro)

Detersivi e saponi: Import, export e saldo commerciale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [visualizza questo elemento](#)

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

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 14, lunghezza 1/2 di pagina

Tipologia: Breve

Risponde Vincenzo Vitelli, presidente di Assocasa (Associazione nazionale detersivi e specialità per l'industria e per la casa)

Presidente la crisi lava più bianco o è vero il contrario? In uno scenario di generale flessione dei mercati, come si comporta il vostro settore? Dobbiamo pensare a un discount che trionfa e alle grandi marche che battono in ritirata?

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [scarica questa intervista](#)

Citati: Assocasa, Charter A.I.S.E. per una pulizia sostenibile, Vitelli Vincenzo

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 14, lunghezza 1/8 di pagina

Tipologia: Breve

Unilever: i risultati dei principali gruppi grocery 2007

Le vendite totali sono state di ... miliardi di euro (+..%, a pari perimetro +.%). Su questi risultati ha pesato l'importanza delle attività in America, diminuite a ... miliardi di euro (-..%, a pari perimetro e cambi +.%). I profitti netti sono diminuiti a ... miliardi (-..%) a causa dei costi di ristrutturazione.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Unilever



Titolo: Sutter. 150 di storia, valori e innovazione
Edizione: 1/2009
Editore: Sutter
Link:
www.largoconsumo.info/O12009/BRLC0109-DocImpresa.pdf

Titolo: Aderisci alla community dei manager dell'industria, della distribuzione e dei servizi su Viadeo.
Edizione: 2/2009
Editore: Viadeo
Link:
www.viadeo.com/hub/af/fichehub/?hubId=00267uwn1c3rdk1

Spazio pubblicitario disponibile

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

Servizio Pubblicità e Comunicazione di impresa
 E.mail:
pubblicita@largoconsumo.it

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 15, lunghezza 1/8 di pagina

Tipologia: Breve

[Henkel: i risultati dei principali gruppi grocery 2007](#)

Il fatturato è aumentato a .. miliardi di euro (+.,.%). Le vendite di detersivi sono rimaste sostanzialmente stazionarie a .. miliardi di euro (+.,.%). La divisione cosmetica/ igiene personale ha fatturato quasi . miliardi di euro (+.,.%). La divisione adesivi e tecnologie ha aumentato le vendite a .. miliardi (+.,.%).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Henkel, Morris

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 15, lunghezza 1/15 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[I canali di vendita dei prodotti per cura casa: 2006-2007 \(% sul totale\)](#)

Relativamente i canali: ipermercati, supermercati, libero servizio, discount, specialisti casa, tradizionali.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[visualizza questo elemento](#)**

Citati: Assocasa, Nielsen

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 17, lunghezza 1/9 di pagina

Tipologia: Breve

[Comital Saiag: i risultati dei principali gruppi grocery 2007](#)

Ha chiuso l'esercizio con un fatturato di ... milioni di euro (+.,.% a pari perimetro). È stata dichiarata una perdita di .. milioni. I prodotti finiti di largo consumo hanno fatturato ... milioni (+.%), con una redditività lorda del .,% delle vendite. I prodotti Tonkita, che hanno realizzato vendite per .. milioni di euro. Le fibre tessili speciali prodotte dalla controllata Fts hanno fatturato .. milioni, con una redditività lorda del .,% delle vendite.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Comital Cofresco spa, Comital Saiag, Cuky, Domopack, Europak, Fts, Management&Capitali, Patelec, Tonkita

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 18, lunghezza 1/9 di pagina

Tipologia: Breve

[Freudenberg: i risultati dei principali gruppi grocery 2007](#)

Il gruppo tedesco Freudenberg nel ha consolidato ricavi complessivi per .. miliardi di euro (+.,.%), con profitti di ... milioni (+.%). Le vendite dei prodotti per la pulizia della casa (il marchio più noto è Vileda) sono aumentate a ... milioni di euro (+.,.%), con addetti.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Freudenberg, S. Marini Manufacturing, Vileda

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 20, lunghezza 1/12 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[Il media mix del grocery non-food: 2006-2007](#)

Tv, radio, newspaper, magazine, outdoor, cinema, internet.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[visualizza questo elemento](#)**

Citati: Nielsen

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 21, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti pubblicitari netti: 2007 (in migliaia di euro)

Azienda e spesa per singolo mezzo, su dati Nielsen.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [visualizza questo elemento](#)

Citati: Acraf Angelini, Bayer, Gillette Group It., Henkel-Div. Detersivi, Johnson & Johnson, L'Oréal Saipo, Manetti & Roberts, Procter&Gamble, Reckitt Benckiser, Unilever Italia

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 23, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Il Roi nei maggiori comparti grocery non food: 2006(in %)

La media del ritorno sull'investimento nei principali mercati grocery non food - Automedicazione, Toiletry, Cosmetici, Cancelleria, Detergenti, Pulizia Casa, Giocattoli, Casalinghi, Pentole/Posate, Carta casa - in base alle rilevazioni Largo Consumo su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Eurorating

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 23, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Le prime 50 imprese per Roi nei comparti grocery: 2006(in%)

Ecco le aziende che hanno espresso il miglior ritorno sull'investimento (ROI in %) nell'industria grocery non food.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: 3.M.C. srl, Acme srl, Alberto Culver Products srl, Anya Cosmetiques srl, Apparatebau srl, Artsana Sud spa, B.B.R. Exclusive Car Models srl, Biacchè Laboratori Cosmetici srl, Bic Italia spa, Biokolor Make Up srl, Carpe Diem Pubblicità srl, Cartindustria Eurocarta srl, Ceramiche Toscane Soc coop, Chanel srl a socio unico, Colomer Italy spa, Corcos srl, Derbe srl, Digma srl, È Così srl, Egan srl, Ekokemica srl, Eredi Crotti srl, Eurorating, Everton srl, Fas spa, Glaxosmithkline Consumer Healthcare spa, Grani & Partners spa, Idea spa, Il Rovere srl, Imaging Display srl, L'Erbolario srl, La Cartella 2 srl, Linea Stradale srl, Mazzuccato srl, Meda - Vita spa, New Matic srl, Novarex srl, Officina Profumo Farmaceutica, Orsini Group Divisione Imballaggi, Papermon srl, Pentamedical srl, Poptar srl, Professional By Fama srl, S.A.C.I. spa, S.I.Cell spa, Shiseido Cosmetici Italia spa, Stilolinea srl a socio unico, Tabor srl, Tonkita spa, Vebo srl, Witt Italia spa

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 23, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La durata del magazzino nei maggiori comparti grocery non food: 2006(in giorni)

Quanti giorni resta ferma la merce all'interno dei magazzini nei principali comparti grocery non food - Toiletry, Cosmetici, Cancelleria, Detergenti, Pulizia Casa, Giocattoli, Casalinghi, Pentole/Posate, Carta casa - in base alle rilevazioni Largo Consumo su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Eurorating

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 24, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[La durata dei crediti clienti nei maggiori comparti grocery non food: 2006\(in giorni\)](#)

Il numero di giorni medi concessi ai clienti per i pagamenti nei principali comparti del grocery non alimentare: Cosmetici, Toiletries, Detergenti, Pulizia casa, Cancelleria, Giocattoli, Casalinghi, Carta casa, Pentole/posate.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Eurorating

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 24, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[La durata dei debiti fornitori nei maggiori comparti grocery non food: 2006\(in giorni\)](#)

Il numero di giorni medi riconosciuti ai fornitori per i pagamenti nei principali comparti del grocery non alimentare: Cosmetici, Toiletries, Detergenti, Pulizia casa, Cancelleria, Giocattoli, Casalinghi, Carta casa, Pentole/posate.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Eurorating

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 24, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[Le prime 50 imprese per durata crediti clienti \(grocery non alimentare\): 2006\(in giorni\)](#)

Ecco le aziende con minori tempi concessi di pagamento ai clienti (in giorni) nei comparti del grocery non food secondo le rilevazioni Largo Consumo su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Alfa Metal Corporation spa, Antica Erboristeria srl, Apell spa, Aries srl, Avon Cosmetics srl, Biacrè Laboratori Cosmetici srl, Big Paper srl, Bristol-Myers Squibb srl, Cartiera di Conselice srl, Cartiera di Ferrara spa, Cartiera di Rivignano spa, Cartiera Kartocell srl, Cartiere Panigada srl, Colgate-Palmolive, Contardi srl, Cosmetique Active Italia, Cosmint spa, D. V.T. Sistemi srl, Dermofarma Italia srl, Domovip Italia srl, Dulcop International spa, Eurobed srl, Euromat srl, Eurorating, Ferro Murano srl, Flonal S.P.A. spa, Gi.Otto Group srl, Grp Gandini Racing Production srl, Henkel spa, Idema srl, Interglass srl, L´Oreal Saipo Industriale spa, Metal - F.A.R. srl, Metallurgica Italo Ottinetti srl, Meyer Europe srl, New Matic srl, Officina Profumo Farmaceutica, Ompagrill srl, Pillo srl, Procosmet srl, Reckitt Benckiser, Riviera Giochi srl, Romagna Giochi srl, S.I.S.A. spa, Sintesi srl, Smavit spa, Stilolinea srl, Super Slot srl, Tds srl, Vetreria Pavesi - In Liquidazione srl, Witt Italia spa

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 24, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[Le prime 50 imprese per durata debiti fornitori \(grocery non alimentare\): 2006 \(in giorni\)](#)

Ecco le aziende con minori tempi di pagamento verso i fornitori (in giorni) nei comparti grocery non alimentare secondo le rilevazioni Largo Consumo su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Atas srl, Avantgarde spa, Cartiera Alto Milanese spa, Cartiera Artem In Fabriano srl, Cartiera di Monfalcone spa, Cartiera Kartocell srl, Cartiera Lombarda spa, Ceramiche Barbetti srl, Christian Dior Italia srl, Comet spa, Creare Italia srl, Delicarta spa, Edding Italia srl, Edigadget srl, Eurorating, Fabbro Teresa srl, Fiori Paolo srl, Floriani Astucci srl, Freudenberg spa, Gi-Gas srl, Golden Games srl, Grani & Partners spa, Idema srl, International Fragrance spa, Jafra Cosmetics spa, Jolly Joker srl, Kaufgut spa, Labocos srl, Laboratoires Dolisos Italia, Lecce Pen Verona srl, Linpaper srl, Magic Dreams srl, Masking srl, Novartis Consumer Health, Nuova Roger Carta srl, Pezzetti Caffettiere srl, Pfizer Consumer Health Care srl, Quality Flex srl, Rate Italia spa, Ready System srl, Reds srl, Sanika srl, Sartica Cartindustria srl, Sela Cars srl, Solana srl, Super Slot srl, Teodomiro Dal Negro - Fabbrica Da Gioco spa, Ve.S.P.A. - Veneta Spazzole Affini srl, Venus International srl, Wmf Italia spa, Zambiasi Commerciale srl

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 33, lunghezza 1,5 pagine

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali imprese del settore detergenti in Italia: 2005-2006

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 detergenti con fatturato minimo di 2 mln, su dati Bureau Van Dijk.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: 3.M.C. srl, A. Sutter spa, Actimex srl, Alca Chemical srl, Amato & De Simone srl, Atas srl, Bellinzoni srl, Bettari Detergenti srl, Biochimica spa, Bolton Manitoba spa, C.A.M.P.I. - Centro Applicazione Moderni Prodotti Industriali srl, Caiazzo Industria Detergenti srl, Caputo Saverio & Figli srl, Chimica Sarda srl, Chimiplast srl, Chlabe srl, Cleary Italia srl, Coppem Italia srl, Corcos srl, Coswell spa, D.I.M. - Detergenti Industriali Milano srl, Dasty Italia spa, Deco Industrie, Deisa Ebanò spa, Detergenti Tik srl, Dianòs srl, Donal srl, Drago - In Liquidazione srl, È Così srl, Ecochem srl, Ekokemica srl, Emmegi Detergents spa, Euromop spa, Eurorating, F.P. srl, Fabe srl, Fila Industria Chimica spa, Firma srl, Genber srl, Germo spa, Gfl spa, Gruppo Rhochem srl, Henkel spa, Hollu International srl, Hygan srl, I. C.E. For spa, I.D.A.S. srl, Industrialchimica srl, Italchim srl, Johnson Wax spa, Johnsondiversey spa, Kemeco srl, Kemika spa, Kemper srl, M.D. International srl, Ma-Fra spa, Madel spa, Marka srl, Miranda srl, Nesti Dante srl, New Madras srl, Nuncas Italia spa, Orsi srl, Packaging Imolese spa, Pierpaoli srl, Polychim srl, Prochin Italia-Prodotti Chimici Industriali srl, Procter&Gamble, Procter&Gamble Italia spa, Profoam srl, Raro srl, Ready System srl, Reckitt Benckiser Italia spa, René e Blanche srl, Rentokil Initial Italia spa, S.A.C.I. spa, S.I.S.A. spa, Saponerie Mario Fissi spa, Saponificio Gianasso srl, Saponificio Rondinella srl, Saratoga Int. Sforza spa, Sepca srl, Si.Ste.M. spa, Sidap srl, Sintesi e Ricerca spa, Sintesi srl, Spiga Nord spa, Stabilimenti Italiani Gavarry spa, Synt Chemical srl, Uni.Ra. srl, Uniters spa, Vegetal-Progress srl, Vircol srl, Zeolite Mira spa

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 38, lunghezza 1/2 pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali imprese del settore pulizia casa in Italia: 2005-2006

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 toilettries con fatturato compreso tra 115 e 2 mln, su dati Bureau Van Dijk.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Ar-Co Chimica Prodotti e Attrezzature per la Pulizia srl, Brozzi srl, C.C.A.G. - Crotti srl, C.S.C. Soc coop a resp limitata per azioni, Demolli spa, Deterplast spa, Eredi Crotti srl, Europennelli spa, Eurorating, F.Ili Salviato srl, Falpi srl, Fass spa, Favagrossa Edoardo srl, Filmop srl, Freudenberg Politec srl, Freudenberg spa, Gamma Pennelli spa, Goisa srl, H. Krull & C. spa, I.P.P.A. - Industria Padovana Pennelli e Affini, Igap spa, Lincon Italiana spa, Linea Stradale srl, Mapa Spontex Italia spa, New Hermes Europe spa, Oskar srl, Pennelli Cinghiale spa, Pennelli Faro srl, Pennelli Tigre srl, Pennellificio Bulova srl, Pennellificio Gava & C. spa, Pennellificio Omega spa, Pennellificio Zenit srl, Ponzini spa, Rosa Enzo & Figli srl, S.I.T. - Società Italiana Tecnospazzole spa, Simoni srl, Sorini e Migliavacca spa, Spazzolificio Piave spa, Spival spa, Tonkita spa, Toscana Spazzole Industriali srl, Trani & Giacometti spa, Tre Colli spa, Tuttoscope S. Francesco srl, Ve.S.P.A. - Veneta Spazzole Pennelli Affini

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2008, n°pagina 3, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Il contributo all'innovazione espresso dai settori: Cura casa, cura persona e food & beverage.

Valori in mld di euro, trend di sviluppo dei reparti in %, trend di sviluppo in assenza di nuovi prodotti in % e quota di nuovi lanci sul totale della crescita del reparto, su dati Iri.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2008, n°pagina 32, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

L'ottimizzazione della filiera

Igiene domestica: L'anno in corso, trainato dalle stesse dinamiche di penetrazione della lavastoviglie e innovazione di prodotto, segnerà ancora una crescita sia a valore che a volume. *Mercato&Imprese* si è confrontato con Enrico Cavallari, marketing director di Reckitt Benckiser Italia.

Table, grafici e box a corredo:

- Detersivi a marchio del distributore - Quote & di mercato
- Dimensione/Trend del mercato - Detersivi indumenti fini - Totale Italia
- Dimensione/Trend del mercato - Lavastoviglie - Totale Italia
- I fenomeni di consumo più rilevanti nella detergenza

Allegati:

- [Scarica questo articolo](#)

Citati: AcNielsen, Assocas, Cavallari Enrico, Colgate-Palmolive Italia, Commissione Europea Energia, Federparchi, Fiera Plma, Finish, Nielsen TradeMis, Progetto Galileo, Reckitt Benckiser Italia, Save energy and water, Sustainable energy Europe 2005-2008, Università di Bonn

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n°pagina 134, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

I futuri manager secondo Henkel

"Visione: proietta un marchio Henkel nel futuro" è il tema scelto per l'edizione di Henkel Innovation Challenge, il campus game che per il secondo anno il gruppo promuove a livello internazionale per individuare i manager del futuro tra gli studenti dei principali atenei. I gruppi partecipanti si devono proiettare nell'anno e studiare, mettendo in gioco fantasia e conoscenze, un prodotto Henkel particolarmente innovativo, capace di soddisfare le esigenze di consumo di domani.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Citytape, Henkel, Henkel Innovation Challenge, Liceo artistico L.B.Alberti di Firenze, Pattex colla, Pattex Power Tape, Politecnico di Milano, Università Cattolica, Università degli Studi di Parma, Università Federico II di Napoli, Università L.Bocconi

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 57, lunghezza 1/10 di pagina

Tipologia: Breve

Variazioni di sede: [FHP di R.Freudenberg](#)

FHP di R.Freudenberg sas si è trasferita a ottobre nella nuova sede aziendale che concentra tutti gli uffici al .. di via Valtorta a Milano, indirizzo anche della sede legale della società.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: FHP di R.Freudenberg

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 149, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

In forte crescita [Reckitt Benckiser](#)

Primo semestre in crescita per Reckitt Benckiser e per i suoi marchi come Finish, sole, Ava, Calfort, Napisan, Cillit Bang, Vanish, Veet, Benagol e Nurofen, presenti anche in Italia. Il fatturato netto è aumentato del ..% a cambio corrente e dell'..% a cambio costante raggiungendo il totale di milioni di sterline e con un utile netto di ... milioni di sterline incrementato del ..% ovvero rispettivamente del .% a seconda del parametro di cambio utilizzato.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Adams, Air Wick Symphonia, Ava, Benagol, Calfort, Cillit Bang, Cillit Bang candeggina, Finish, Finish Max in One, Napisan, Nurofen, Reckitt Benckiser, Sole, Vanish, Vanish Intelligence, Veet

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 141, lunghezza 1/3 di pagina -
estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Madel: ["I due motivi che ci hanno indotto al noleggio delle attrezzature logistiche"](#)

I due motivi principali che ci hanno indotto ricorrere al noleggio – ha detto Maurizio Ricci, responsabile della logistica – sono stati l'eliminazione dell'investimento e la conseguente possibilità di avere costi certi di gestione e di spesarli nel conto economico. Attualmente... Informazione contenuta nell'articolo "Quanto conviene il noleggio".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: Bormioli Luigi, Fabi Alessandro, Madel, Ricci Maurizio

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 187, lunghezza 1/8 di pagina -
estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Il costo della spesa nella gdo per reparti: 2008 (in %)

Il costo della spesa nella gdo per reparti: 2008 (in %) riguardanti i prodotti per la cura della casa, la cura della persona e la cura degli animali domestici su dati Unioncamere. Informazione contenuta nell'articolo "Vendite gdo".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: Unioncamere

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n°pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

[Shopville Le Gru, Carrefour distribuisce "detersivi alla spina"](#)

Notizie in corso: L'iniziativa 'detersivi self-service nella grande distribuzione organizzata' promossa dall'Assessorato dell'Ambiente della Regione Piemonte e realizzato dall'Ecologos, ente di ricerca ambientale, viene inaugurata al Carrefour di Shopville Le Gru.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n°pagina 61, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[Variazione di sede: Reckitt Benkiser Italia](#)

Reckitt Benkiser Italia, dal maggio scorso, si è trasferita nella nuova sede legale e amministrativa di via Spadolini . a Milano. Rimangono invariati gli altri dati societari.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Reckitt Benkiser

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n°pagina 155, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[Alla spina anche i bio detersivi](#)

Detersivi ecologici certificati alla spina. E' la novità presentata a settembre da Ecor all'ultimo Sana di Bologna, progetto di eco-riciclo finalizzato al risparmio: il ..% in meno sul prezzo finale e con la possibilità di ridurre l'..% di plastica destinata al confezionamento. I detersivi, da vendere sfusi tramite dispenser, risultano certificati Aiab e saranno disponibili da novembre negli oltre ... negozi specializzati bio serviti in tutta Italia da Ecor in . referenze.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Aiab, Ecor

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n°pagina 141, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[Talenti in gara per la cura della casa](#)

Barcellona ha ospitato la finale dell'"Henkel Innovation Challenge" il business game internazionale rivolto agli studenti universitari [...] Oltre .. studenti hanno presentato i loro progetti e la migliore squadra di ciascun Paese è stata invitata dalla società a prendere parte alla finale internazionale.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Esade business school di Barcellona, Henkel, Henkel innovation challenge, Università Bocconi di Milano

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n°pagina 155, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[Bilanci in sintesi: Lavorwash](#)

Annunciata un'opa volontaria per il delisting della società che produce e vende idropultrici domestiche. Il prezzo per azione è fissato a ... euro. E' la conseguenza di un mercato in cui si inasprisce la concorrenza, contesto in cui i ricavi Lavorwash si fermano a ... milioni (-...%) a seguito del calo delle vendite sia delle idropultrici a ... milioni (-...%), sia delle altre attrezzature per la pulizia che fatturano ... milioni (..%) conseguenza dell'indebolimento delle promozioni

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [I conti di Lavorwash](#)

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Lavorwash

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n°pagina 14, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

La crescita mondiale dei prodotti per la casa

Analisi globale: Gli acquisti di prodotti per la pulizia della casa sono cresciuti nel mondo in valore del .% nel E' il principale risultato di uno studio condotto in .. Paesi. In termini di sales location, l'Europa rappresenta circa il ..% del totale delle vendite in termini di valore, il Nord America il ..%, l'Asia Pacifico il ..%, i Paesi emergenti il .% e l'America Latina il .%. In Europa la crescita rilevata corrispondente al +.% è un dato leggermente inferiore alla media.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Il "sales location" value dei prodotti per la casa: gennaio-giugno 2007 (totale categorie)**
- **Le categorie con più elevati tassi di crescita**

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: AcNielsen, Adweek, Billboard, NetRatings and BuzzMetrics, Nielsen Media Research, The Hollywood Reporter, The Nielsen Company, Wal-Mart

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n°pagina 15, lunghezza 1/6 di pagina – Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Le categorie con più elevati tassi di crescita

Le categorie di prodotti per la casa con i più elevati tassi di crescita sono rispettivamente gli insetticidi (..%), rotoli di alluminio (..%), additivi per bucato (..%), detersivi e cere per pavimenti (..%), sacchetti per l'immondizia (..%) e per alimenti (..%). Info contenuta nell'articolo "La crescita mondiale dei prodotti per la casa".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Visualizza questo elemento**
- **Questa è una estrapolazione. Vai all'articolo originale che contiene questa informazione**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n°pagina 16, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Guaber-Ballerina

Fusioni e acquisizioni: Guaber ha rilevato il marchio Ballerina (marchio europeo di accessori per la pulizia della casa) dal gruppo Unilever per un prezzo di circa . milioni di euro. Nel Ballerina ha generato in Europa un fatturato di circa .. milioni di euro, di cui . in Italia. L'acquisizione si inserisce nella strategia Guaber di consolidamento della propria posizione nel canale mass market e in particolare per i prodotti per la casa.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Le principali operazioni 1 quad 2008**

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Ballerina, Guaber, Unilever

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n°pagina 49, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

L'exploit del Gallo del Pulito

Real Chimica, uno dei protagonisti del mercato dell'igiene della casa, specie da quando ha rilevato nel Chanteclair, lanciando tre anni dopo il celebre sgrassatore universale: un marchio che ne rappresenta il ..% del fatturato, con lo sgrassatore passato dal al dai .. ai .. milioni di flaconi venduti. L'azienda conta peraltro oggi .. tipologie di prodotto in oltre .. varianti di profumo e .. diversi formati che si inseriscono nei segmenti della detergenza domestica e dei tessuti.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Chanteclair, Real Chimica

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 51, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Nomine: [Vitelli Vincenzo](#)

L'associazione nazionale dei detergenti per l'industria e per la casa Assocasa ha rinnovato gli organi direttivi, chiamando al vertice in qualità di presidente Vincenzo Vitelli, presidente e amministratore delegato di Henkel Italia.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Assocasa, Henkel Italia, Vitelli Vincenzo

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 51, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Nomine: [Cavallari Enrico](#)

Nuove responsabilità al vertice di Reckitt Benckiser per Enrico Cavallari, promosso a global category director fabric treatments con responsabilità a livello mondiale del brand Vanish.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Cavallari Enrico, Reckitt Benckiser, Vanish

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 92, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Gli acquisti in mano alle donne

Attitudini: La spesa resta una competenza in maggior parte femminile, soprattutto per i prodotti alimentari. Solo nel toiletry cresce in modo decisivo la componente maschile. Per i prodotti alimentari, il quadro generale mostra un decisore femmina pari al ..% e maschio al ..%; stesse percentuali per prodotti per l'igiene e la pulizia della persona (..% maschi e ..% femmine); sensibile flessione della componente maschile nel caso dei prodotti per la pulizia della casa: ..% uomini e ..% donne.

Tablette, grafici e box a corredo:

- [Il responsabile degli acquisti per tipologia e genere \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Cra, Cra-Research

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 139, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Henkel premia l'innovazione

Come il mondo del cinema ha l'Oscar, Henkel ha il Premio Fritz Henkel per l'innovazione, il riconoscimento più ambito dai dipendenti dell'azienda (..... in tutto il mondo, in Italia) ogni anno assegnato ai team di ricercatori, sviluppatori di prodotti e esperti di marketing le cui idee, insieme a un alto contenuto di innovazione, riescono a avere successo sul mercato. Lo scorso marzo sono state premiate le innovazioni vincitrici per il

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Henkel, Linea Taft Volume Power, Premio Fritz Henkel, Terokal Adesivi strutturali

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n°pagina 155, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Indumenti: tutti i tipi di macchie

Detergo, la rivista italiana di lavanderia, pulitura a secco e tintoria, ha intervistato un campione rappresentativo di pulitori per elencare i tipi di sporco che macchiano gli indumenti. Dei .. tipi classificati, i più importanti sono polvere, sebo umano, sudore, unto e grasso, smog, urina, cosmetici, sporco della strada. Inoltre è stato accertato che lo sporco non si accumula uniformemente, ma di più in punti precisi: collo, polsini, ascelle, cavallo e patta dei pantaloni, fodere.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Detergo

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n°pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Conferenza IFMA Italia: Il Facility Management nel settore Chimico-Farmaceutico

Notizie in corso: IFMA Italia organizza un appuntamento per illustrare le modalità con cui le aziende chimico-farmaceutiche stanno adottando i principi del Facility Management e disegnare gli scenari futuri.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n°pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

Utili in su per Reckitt

Reckitt Benckiser archivia un con una decisa crescita. Il leader mondiale dei prodotti per la pulizia della casa e l'igiene personale ha chiuso l'esercizio con un fatturato netto di milioni di sterline, il +.% che diventa il ..% a cambio costante, e un utile che ha raggiunto i ... milioni di sterline in incremento del .. ovvero del ..% a cambio costante. E' un risultato messo a segno grazie al successo dei power brand, dei nuovi prodotti come Finish Quantum, Air Wick Freshmatic.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Air Wick Freshmatic, Finish Quantum, Reckitt Benckiser, Vanish Magnets

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n°pagina 103, lunghezza 2 e 2/3 di pagina

Tipologia: Articolo

La salute comincia in casa

Comportamenti: La casa è il luogo in cui veniamo più frequentemente a contatto con germi e batteri. Per difendersi in sicurezza basterebbe applicare delle semplici regole di igiene. Qual è il livello medio di informazione sulla reale importanza di una corretta igiene domestica? Sembrerebbe piuttosto carente, a giudicare da uno studio commissionato dall'Hygiene Council e condotto internazionalmente interpellando oltre cittadini residenti in .. Paesi.

Table, grafici e box a corredo:

- Dieci suggerimenti per una casa sana e pulita
- E' efficace lavarsi accuratamente le mani per non diffondere germi in casa?

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Hygiene Council

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 151, lunghezza 1/6 di pagina – Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Le certificazioni Ecolabel per settore produttivo

Ci sono .. certificazioni Ecolabel per il settore detersivi per piatti, .. per detersivi per lavastoviglie, .. per il comparto calzature, .. per i prodotti vernicianti, .. per il settore carta. Info contenuta nell'articolo "Una mano di colore ecologico".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Fiera della mia casa

Torna "Fiera della mia casa", la grande iniziativa promozionale Reckitt Benckiser che unisce i brand più famosi del suo portafoglio: Vanish, Napisan, Lip Woolite, Air wick, Sole e Calfort. L'iniziativa prevede un premio per le consumatrici: basterà acquistare . prodotti di marche diverse da scegliere tra i grandi brand Reckitt Benckiser per vincere subito un film a noleggio nella catena di distribuzione Blockbuster.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Air Wick, Blockbuster, Calfort, Fiera della mia casa, Lip Woolight, Napisan, Reckitt Benckiser, Sole, Vanish

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 122, lunghezza 2 e 2/3 di pagina

Tipologia: Articolo

Pulizie profumate

Chimico casa: E' un mercato maturo che oggi punta tutto sulla ricchezza dell'assortimento e su prodotti sempre più specializzati. Le vendite nel di prodotti chimici per la casa sono ammontate a circa un miliardo di euro sell in con una flessione del ..% nei confronti del; il mercato sell out ha raggiunto i milioni di euro. Solo i detersivi per superfici valgono circa ... milioni di euro sell in e i deodoranti per ambiente circa ... milioni di euro.

Table, grafici e box a corredo:

- Box: La metodologia e il campione
- [La conoscenza spontanea e sollecitata di famiglie e trade: 2007 \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: 5Abravit, Ace, Acetificio Varvello, Acquazzurra, Acti, Aernova, Agisco, Aiax, Air Wick, Alba, Ambipur, Ambra, Ammoni, Anitra Wc, Antiquax, Ariasana, Ask, Atlas, Aurora, Autan, Bacter, Batuffolo, Bayer, Baygon, Baysan, Bio Eco, Biogrey, Blik, Bliz, Bolton Manitoba, Bref, Brillite, Brixan, Calinda, Calzanetto, Candes, Candidalba, Candil, Candoflor, Candor, Candoson, Casapol, Cento, Cera Liù, Cera nova, Ceramica bella, Certo, Chanteclair, Cif, Cillit, Class, Clean, Colgate, Compo, Consulmarketing, Coop, Cristal, Damina, Day, Denso, Deobloc, Deoflor, Deogen, Deonet, Desto, Dexal, Dolce Casa, Drago, Dueci, Ekol, Elle, Emmegi, Emulsio, Energy, Eureka, Expo, Fabuloso, Fila Clean, Filacotto, Filador, Fiorello, Fito, Flic, Floi, Fontanella, Fornet, Forni, Fornolindo, Forza Blu, Fresco Water, Gesal, Glade, Glassex, Godor Wat, Gran Classe, Granforte, Grey, Guaber, Harpic, Help, Henkel, Hg, Hoover, Il Cavaliere, Io Splendo, Johnson Wax, Jolly, Joy, Juwet, K, Kaltol, Kebly, Kiwi, Klor, Koko, Lady, Last, Lesto, Lever Fabergè, Lincon, Livax, Lola, Lui, Madel, Magic water, Man, Masnata, Mastro Lindo, Mister Verde, Nature, Nelsen, Net Fix, Neutral, Niagara, Nielsen, Nitos, Nokal, Nova, Nuovo candeggio, Off, Omio Bianco, One, Orphea, Oust, Overlay, Parket, Passa e brilla, Perlynnett, Pino magico, Pizzolotto, Procter&Gamble, Puliforn, Pulikal, Pulinet, Pulirapid, Pull, Quattro e Quattr'otto, Raid, Reckitt Benckiser, Rinnova, Rio, Royal, Sai, Sane, Sara Lee, Sator, Scala, Scansafatiche, Seimio, Selene, Si, Silvan, Smac, Solex, Speedy, Spic e span, Spira, Splendiforno, Splendor, Splendybagno, Spluff, Steffer, Supercrema, Sutter, Synclor, Tacchino, Ter, Tergex, Tex, Tixe, Tot, Tul, Tuo, Turbo, Tuttiusi, Tuttocasa, Universal, Vape, Vedo Chiaro, Veleca, Vetril, Viakal, Vim, Vince, Viping, Volé, W5, Wash fresh, Waterlux, Wc 2000, Wc Block, Wc Clean, Wc Fresh, Wc Magic, Wc Net, Wc San, Winni´s, Zetaspray

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 185, lunghezza 1/6 di pagina – Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Il costo della spesa nella GDO per reparti

Nel 2007 il costo della spesa per la cura degli animali è stato nel VI bimestre del ..%, nel V bimestre del ..% e nell'anno del ..%. Per la cura della casa è stato nel VI bimestre del ..%, nel V bimestre del ..% e nell'anno del ..%. Per la cura della persona è stato nel VI bimestre del ..%, nel V bimestre del ..% e nell'anno del ..%. Info contenuta nell'articolo "Vendite GDO".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Un premio alla cura domestica

Fiera della mia casa è l'iniziativa promozionale che unisce i brand più prestigiosi del portafoglio Reckitt Benckiser: Vanish, Napisan, Lip Woolite, Air Wick, Sole e Calfort, protagonisti di un concorso che regala un premio immediato alle consumatrici. Basta acquistare . prodotti di marche diverse fra questi brand per vincere un film a noleggio nella catena Blockbuster. Lo si potrà scegliere e noleggiare presentandosi nel mese di marzo con lo scontrino e i . tagliandi nei negozi Blockbuster.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Air Wick, Blockbuster, Calfort, Fiera della mia casa, Lip Woolite, Napisan, Reckitt Benckiser Italia, Sole, Vanish

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 87, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Prima boutique Nuncas a Milano

L'aiuto della più moderna tecnologia al servizio della ricerca e sviluppo di un'azienda, come Nuncas, specializzata dal in prodotti per la pulizia della casa. Situato nel cuore di Brera, in via Madonnina ., il primo punto vendita monomarca Nuncas è un luogo riservato dove le signore potranno immergersi con calma nel piacere di scoprire come anche le faccende domestiche possano avere un risvolto estremamente piacevole. Il profumo all'entrata è quello fresco di una casa accogliente.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Nuncas

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 151, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Le richieste del super pulito

Cleaning: La pulizia professionale coniuga la spinta tecnologica, per risolvere casi sempre più complessi, a richieste prestazionali elevate verso il mondo dei servizi. Nel 2006 il fatturato italiano del comparto è stato di oltre un miliardo di euro (. miliardi con l'indotto delle imprese di pulizia), un +..% rispetto al 2005. Un settore con un export tecnologicamente all'avanguardia, pari al ..%. In dettaglio (dati Afidamp) le macchine rappresentano in valore il ..%, con .. euro.

Table, grafici e box a corredo:

- [Il fatturato del cleaning professionale: 2006 \(in euro e in %\)](#)
- [Il mercato delle pulizie professionali in Italia: 2006](#)
- [L'export italiano nel settore delle pulizie professionali: 2006](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Afidamp, AfidampFab, Carrefour, Catalano Enrico, Coop, Felloni Laura, Gnech Alessia, Gum Buster, Il Gigante, Johnson Diversey, Natale Roberto, Nilfisk-Advance, Pedriali Veronica, Pessina Davide, Pulire 2007, Sutter Professional, Swingo XP, Veronafiore

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n°pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

Reckitt Benckiser al rialzo

I primi . mesi del assegnano risultati superiori alle aspettative Reckitt Benckiser, il leader mondiale dei prodotti per la pulizia domestica e cura della persona. Nel terzo trimestre ha fatturato di milioni di sterline, il +.% ovvero +.% a cambio costante, con l'utile operativo a ... milioni di sterline (+..%) e l'utile netto a ... milioni (+..%).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Reckitt Benckiser

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n°pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

Aequa ecologica doc

L'eco-progetto Aequa è il primo ad aver ottenuto la certificazione Icea per lo sviluppo di detergenti ecologici ed equo-solidali. La gamma di prodotti Aequa comprende un detersivo liquido concentrato per bucato a mano e lavatrice, un detersivo concentrato per piatti e un detersivo universale per tutte le superfici lavabili. Il progetto è stato sviluppato dalla cooperativa di Ferrara Commercio Alternativo in collaborazione con Officina Naturae.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Acquisto Solidale, Aequa, Commercio Alternativo, Icea, Officina Naturae, Spadoni Alessandro

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n°pagina 12, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Più nuovo e più bianco con Dash

Procter & Gamble fattura nel nostro Paese . miliardi l'anno investendo ... milioni in advertising. Di qui la decisione di ammodernarne gli impianti, che comprendono gli stabilimenti di Pomezia, vicino Roma, quello di Capodichiaro in Molise in provincia di Reggio. I due centri di ricerca di Pomezia e di Pescara. Proprio Pomezia sarà interessata da investimenti per oltre .. milioni nei prossimi mesi: un piano funzionale all'obiettivo di crescita globale fra il . e il .% annuo del giro di affari.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Ariel, Dash, Gillette, Oral-B, Pampers, Procter&Gamble, Tampax

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n°pagina 137, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

Un manager al rilancio di una linea per la casa

Profili e carriere: BBS, l'azienda modenese leader del mercato del party e titolare del marchio dei prodotti per la pulizia domestica Casallegra, ha deciso di rilanciare quest'ultimo brand in un'ottica finalizzata al presidio del mercato vincente e ha studiato perciò un piano marketing messo a punto con la collaborazione di Giorgio Cerantola, manager di grande esperienza grazie ai suoi trascorsi di gestione di brand di successo nel settore specifico cui BBS ha accordato la propria fiducia.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: BBS, Casallegra, Cerantola Gorgio

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 167, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[I settori che necessitano di maggiore concorrenza \(in % sulle risposte\)](#)

Carta Casa, Chimica per la casa e per la Persona: Il livello di concorrenza di questo settore in Italia secondo il punto di vista dell'industria, della Gdo e del commercio all'ingrosso raccolto dall'Osservatorio Indicod-Ecr.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)**
- **[Visualizza questo elemento](#)**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

[Ecologici ed equo-solidali: ICEA certifica i primi detergenti ecosostenibili](#)

Notizie in corso: Questa è l'etica produttiva alla base dell'eco-progetto ÆQUA: il primo ad aver ottenuto la certificazione ICEA, garanzia di eticità e rispetto dell'ambiente, per lo sviluppo di detergenti ecologici ed equo-solidali.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Leggi questa notizia](#)**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 114, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[Scalata nella classifica dei prodotti per la casa](#)

La crescita nel primo semestre dell'anno porta Sara Lee a sesta tra le aziende del mercato per la cura della casa e persona. La multinazionale ha registrato un incremento del fatturato del ..% in tutti e sei i comparti del largo consumo in cui opera, con i tassi più rilevanti nel beverage internazionale, nella manutenzione casa e cura della persona, nel pane e specialità da forno e in quest'ambito sia a livello internazionale sia nordamericano.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Ambi Pur home, Sara Lee

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 157, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

[Inventori di nuovo alla prova con Henkel](#)

Tutti gli inventori desiderosi di realizzare le proprie idee hanno una possibilità: "Henkel Innovation Trophy – Partners in innovation" è la seconda edizione del concorso organizzato da Henkel, gruppo da sempre impegnato nell'innovazione, che intende dare visibilità e opportunità commerciali all'inventore in grado di avanzare la proposta più geniale e creativa. Tutti gli inventori indipendenti possono proporre design registrati, modelli di utilità e brevetti per prodotti e sistemi produttivi.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Henkel, Henkel Innovation Trophy - Partners In Innovation

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/4 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

[Lavorwash, in crisi le idropulitrici](#)

Le idropulitrici domestiche Lavorwash non riescono a compensare con la ripresa dei margini operativi la contrazione del fatturato e il deficit finale Le vendite di queste macchine sono calate a ... milioni e non sono sufficienti i ... milioni ricavati dagli altri apparecchi per la pulizia, in crescita del ..%, a sostenere il giro di affari sceso a ... milioni. L'ebitda a ... milioni raggiunge il +..% scontando cambi sfavorevoli, costi di materie prime e per la promozione.

Table, grafici e box a corredo:

- **[Il bilancio Lavorwash: 2005-2006 in migliaia di euro](#)**

Allegati:

Citati: Il Sole 24 Ore, Lavorwash

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

Sanificare le spugnette mettendole nel microonde

Ricercatori americani, preoccupati dei rischi di tossinfezioni domestiche, hanno scoperto che le spugnette per lavare i piatti e pulire le superfici di cucina sono potenziali nemici per la salute. Infatti, . cm quadrati di una spugna ben strizzata possono contenere germi, compresi salmonelle, virus, spore batteriche provenienti da uova crude, carni, verdura.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Università della Florida

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 119, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

A Henkel 4 premi al Mercury Awards

Henkel, azienda leader a livello mondiale nel settore dei detersivi e prodotti per la pulizia della casa, cosmetici e igiene personale e adesivi ha ottenuto quattro importanti riconoscimenti alla ..° edizione dell'International Mercury Excellence Awards. Dal il Mercury Awards premia ogni anno le aziende che si sono distinte in diversi settori della comunicazione professionale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: 20° edizione dell'International Mercury Excellence Awards, Henkel

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 166, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Il risparmio lo fa il bucato

Procter & Gamble e Indesit Company, per favorire l'abbattimento dei consumi energetici domestici e sensibilizzare il consumatore, hanno deciso di operare insieme. La loro partnership si articola in una campagna rivolta ai consumatori finali, denominata Dash Operazione Salvaenergia, che mette insieme Dash Impeccabile a Freddo, la proposta evoluta del marchio che permette di ottenere ottimi risultati anche lavando con acqua fredda e risparmiando fino al ..% di elettricità, e Aqualtis di Ariston.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Aqualtis, Ariston, Dash, Dash Impeccabile a Freddo, Indesit Company, Operazione Salvaenergia, Procter&Gamble

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 32, lunghezza 1/5 di pagina -
Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Le previsioni 2007 per i principali settori di investimento pubblicitario (var. %)

Informazione contenuta nell'articolo "Fino all'ultimo spot" su LC 6/2007, relativamente i settori: Abbigliamento, Automobili, Bevande/Bibite/Soft drink, Editoria, Farmaci, Medicinali e Farmacie, Igiene persona o Toiletries, Pubblicità o Advertising, Pulizia e igiene casa, Superalcolici, Spiriti e Amari, Telefoni/Cellulari/Telefonia.

Table, grafici e box a corredo:

- **[Visualizza questo elemento](#)**

Allegati:

Citati: -

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2009, n° pagina 87, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Madel

L'azienda ha riorganizzato la divisione vendite, trade e marketing, completando nel contempo la distribuzione dei prodotti in tutta la distribuzione moderna italiana. Le linee-guida del team che vi opera sono l'attenzione all'ambiente, l'utilizzo di materiali non dannosi, la riduzione degli scarti di lavorazione. Madel è attenta anche alla comunicazione, cercando di puntare sempre sulla tv e di sperimentare altri mezzi, come la radio e Internet.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- La costante crescita del fatturato (in milioni di euro)

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Biondi Luigi, Della Cuna Maurizio, Deox, Giannetti Angelo, Madel, Mambelli Maurizio, Pulirapid, Sebastiani Giacomo, Smacchiotutto, Versari Cristian, Winni's, www.madel.net

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 47, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Reckitt Benkiser Italia - SOLE: finalmente tutti i capi colorati in un solo lavaggio

Focus: La famiglia SOLE si arricchisce di due nuove proposte pensate per permettere di lavare tutti i capi colorati insieme, rispondendo così a un'importante esigenza dei consumatori: SOLE Proteggicolore e SOLE Lana e Delicati e Tutticolori.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Airwick Symphonia, Ava, Benagol, Benckiser Reckitt, Calgon, Cillit Bang, Finish, Finish Max in 1, Finish Quantum, Lutsine, Napisan, Nureflex, Nurofen, Sole, SOLE Lana e Delicati Tutticolori, SOLE Proteggicolore, Vanish, Veet, www.reckittbenckiser.it

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n° pagina 42, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Chlabe

Le schede aziendali: iniziata negli anni Ottanta in un piccolo laboratorio di Massa, la storia di Chlabe è quella di un'azienda familiare dalle solide radici. Chlabe si è affermata nella produzione di articoli per la pulizia e l'igiene della casa. I prodotti Trigger rappresentano la linea di punta. Le ottime prestazioni e l'elevato rapporto qualità/prezzo dei Megadetergenti Quasar continuano a soddisfare sia i buyer del retail, sia i consumatori.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Il trend del fatturato

Allegati:

- [scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Bianchini Giovanna, Bordini Raoul, Bordini Renzo, Cedas-Sinergo, Centrale Conad Leclerc-Interdis, Chlabe srl, Di per Di, Dr. Belletalla Pierpaolo, Esselunga, Gartico, Gruppo Coop Italia, Gruppo Pam, Gs-Carrefour, Lazzeri Roberto, Linea Casa, Linea Trigger, Linea Vetri, Megadetergenti Quasar, Panorama, Quasar pavimenti, Quasar Sgrassatore universale, Quasar Vetri, Quasar Vetri Spray

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n° pagina 43, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Corazzi Fibre

Le schede aziendali: la storia della Corazzi Fibre, produttore nel campo delle fibre abrasive utilizzate nella pulizia domestica, professionale e industriale, ha inizio nel Tutt'oggi leader del settore, l'azienda è presente in oltre .. paesi in tutto il mondo, con un fatturato generato per il ..% dal mercato italiano e per l' ..% da mercati internazionali. I suoi impianti – che coprono una superficie totale pari a mq, di cui ..mila coperti – sono tra i più grandi e moderni d'Europa.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- La segmentazione geografica del fatturato

Allegati:

- [scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Corazzi Fibre, Corazzi Paolo, Iso 14001:2004, Iso 9001:2000

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 46, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

I.P.P.A.

Le schede aziendali: nata nel dall'iniziativa dei due fratelli Zecchin, I.P.P.A. spa ha iniziato a produrre scope, spazzole e articoli per la pulizia impiegando materiali e macchinari innovativi e affermandosi come punto di riferimento per tutti i competitors che si sono affacciati nel mercato durante questo lungo periodo di attività. L'azienda opera in un impianto all'avanguardia tecnologica su un'area di mq.

Tablette, grafici e box a corredo:

- La segmentazione del fatturato per linee di prodotto

Allegati:

- [scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Antonello Claudio, Antonello Gianni, Bazzato Fernando, Boreal, I.P.P.A. - Industria Padovana Pennelli e Affini, Zecchin, Zecchin Mario

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2008, n°pagina 94, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Reckitt Benckiser

Le schede aziendali: L'innovazione, unita al successo conseguito dall'integrazione del business farmaceutico Boots Healthcare, si è rivelata la chiave dei risultati del Gruppo nel: +..% di fatturato e +..% di profitti (crescite a cambio costante). Sono in corso progetti di Category Management e di Joint Business Plan con tutti i principali retailer.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Un'eccezionale performance del fatturato in Italia

Allegati:

- [Scarica questo articolo](#)

Citati: Airwick Symphonia, Benagol, Boots Healthcare, Cillit Bang, Finish Quantum, Lumin'Air Air Wick, Reckitt Benckiser

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n°pagina 103, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Procter&Gamble Italia - "Dash non si cambia": nove ministorie in un'inedita commistione cinema-pubblicità

Focus: Nove ministorie della durata di un minuto e mezzo. La sfida di Dash Sitcom non è solo alla fedeltà delle donne italiane, ma anche al mercato. È un investimento importante e coraggioso, quello della nuova campagna pubblicitaria di Dash.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Archinto Manfreda, Canale 5, Cattleya, Chi vuol essere milionario?, Dash, Dash Sitcom, De Luigi Fabio, Ferrari Paolo, Guajardo Taide, Lucini Luca, Media Italia, Procter&Gamble Italia, Rai 1, TG1

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n°pagina 177, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

BBS - I profumatori arricchiscono la linea Casallegra

Spot: Con il lancio di Home Care, la linea Casallegra di BBS si arricchisce di una gamma di fresche e avvolgenti fragranze, racchiuse in pratici profumatori adatti ai piccoli ambienti.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: BBS, Casallegra, Home Care

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 56, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Reckitt Benkiser Italia - I "superpulitori" Cillit Bang: quattro anni di successi per un progetto innovativo premiato dai consumatori

Le Innovazioni Produttive: Cillit Bang è uno dei più importanti lanci della multinazionale inglese in questi ultimi anni: un successo merito di una formula particolarmente efficace e di un mix di elementi fatto di un pack impattante, un nome e una comunicazione memorabili e un prezzo al pubblico superiore alla media.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Bathroom Design Progettare spazi privati in luoghi pubblici, Cillit Bang, Consorzio del Politecnico di Milano, POLI.design, Reckitt Benkiser, Super Pulitore Macchie e Pavimenti, Super Pulitore Macchie e Superfici, Super Pulitore Macchie e WC

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 106, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Elettrocasa - "Total Hygien" è la grande novità per igienizzare e sanificare con efficacia e sicurezza

I Profili: Specializzata nella produzione di sacchetti in carta filtro per aspirapolvere delle migliori marche, Elettrocasa lancia "Total Hygien", un prodotto spray assolutamente innovativo antiacaro, antiodore, non tossico, perfetto per igienizzare e sanificare al meglio le mille superfici e oggetti di uso quotidiano.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Aegerter, Alfatec, Daewoo, De'Longhi, Electrolux-Progress, Elettrocasa, Hoover, Iso 9002, Miele, Moulinex, Philips, Rowenta, Siemens-Bosch, Tefal, Total Hygien, Vision 2000, Vorwerk Folletto

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 164, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Madel - L'innovazione, la qualità e la versatilità guidano lo sviluppo di un protagonista dell'home e personal care

I Profili: Grazie al suo orientamento all'innovazione, alla versatilità nella produzione a marchio proprio e per i maggiori retailer italiani ed europei, Madel si conferma protagonista nella detergenza, pulizia casa e igiene persona.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Aise Charter, Assocasa, Bucato, Centromarca, DeoDetersivi, Deox, Disinfettanti, Igiene Personale, Iso 9001, Love, Madel, Madel Curalavastoviglie, Manutenzione Ambiente, Ministero della sanità, Nielsen, Pulirapid Casa con Ammoniaca, Pulirapid Disinfettante, Pulirapid Extra, Pulirapid Sgrassa Tutto, Pulirapid Splendi Acciaio, Smacchiotutto, Smacchiotutto Spray Smacchiatore a Secco, Sprizzo Piatti, Stoviglie, Winni

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 125, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Unilever Italia - Unilever vince il Premio Product Stewardship 2007

Spot: Unilever si è aggiudicata il premio Product Stewardship ..., prestigioso riconoscimento assegnato da Federchimica al rilancio della linea Coccolino.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Coccolino Puro, Federchimica, Premio Product Stewardship 2007, Unilever

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 139, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

BBS - Casallegra, il pulito si colora di allegria

Spot: La linea Casallegra di BBS si è completamente rinnovata nel segmento scope, spazzole e accessori, adottando un design innovativo con modelli adatti ad ogni tipo di superficie.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: BBS, Casallegra, Nuova Giada, Nuova Zaffiro, Perla

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 102, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Reckitt Benckiser Italia - Ava diventa più smacchinate, torna in tv con Calimero e lancia un grande concorso

Focus: Ava rappresenta da più di cinquant'anni la storia del pulito italiano e apre il 2008 con una grandissima novità: Nuovo Ava Formula "Più 25% di scaglie di sapone".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Calimero, Citroen Grand C4 Picasso, Nuovo Ava Formula "Più 25% di scaglie di sapone", Pagotto Sara, Reckitt Benckiser Italia

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 103, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Chlabe - Quasar Vetri Spray: è nata una stella

Spot: E' nata una nuova stella nell'universo Quasar: parliamo di Quasar Vetri Spray: un nuovo prodotto ancora più pratico e veloce per una pulizia splendente in una confezione da 400 ml.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Chlabe, Quasar Vetri Spray, UNI EN ISO 9001:2000

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 89, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Fratelli Re - Disney Cleaning Line, la novità per la pulizia di Apex by Fratelli Re

Focus: Apex by Fratelli Re propone un nuovo modo di pensare alla gestione dell'ambiente domestico: Disney Cleaning Line, un progetto innovativo capace di declinare in forme e volumi accattivanti idee che rappresentano il meglio del made in Italy.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Apex by Fratelli Re, Disney Cleaning Line, Fratelli Re, Mickey Broom, Mickey Mouse, Mickey String Mickey String Mop Set, Minnie, Minnie Sweep Set, Winnie the Pooh

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 45, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

BBS - Casallegra rilancia la strategia di marketing

Spot: La linea Casallegra si rinnova e si rilancia sulla base di un piano marketing studiato con la collaborazione di Giorgio Cerantola, manager di grande esperienza nel settore.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: BBS, Casallegra, Cerantola Giorgio, VeloMagico

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 106, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Reckitt Benckiser Italia - Innovazione costante, category management, e una crescita sostenibile guidano un grande successo](#)

Le interviste: Amministratore delegato di Reckitt Benckiser Italia dal Duemila, Paolo Cavallo ci illustra i motivi strategici alla base del successo di una società che è un modello vincente di business, non trascurando un forte impegno sociale.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Airwick, Airwick Frashmatic, Ava, Benagol, Boots Healthcare, BSH, Calfort, Cavallo Paolo, Cillit Bang, Clerasil, Electrolux, Finish, Glassex, Gruppo Candy, Hygiene Council, Indesit Company, Lip Woolite, Lumin´AiBrandt Italia, Lutsine, Napisan, Nurofen, Optrex, Progetto Galileo, Reckitt Benckiser, Save the Children, Smeg, Sole, Vanish, Vanish Magnets, Veet, Whirlpool, Zanussi

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 130, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

[Henkel - Bio Presto Baby, la grande novità studiata appositamente per i più piccoli](#)

I profili: detersivi per abbigliamento bambino. Sulla scia di una crescente attenzione delle neo mamme per l'igiene e la sicurezza dei propri piccoli, Henkel lancia un detersivo innovativo, che unifica l'efficacia sulle macchie alla delicatezza sulla pelle e alla sicurezza, clinicamente testate, indispensabili per un prodotto destinato ai bambini.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Bio Presto Baby, Bio Presto sensitive, Henkel, Ibm, Project big green, Stronati Francesco

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 60, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Henkel - I 50 anni di Dixan, un traguardo che premia ricerca, innovazione e consumer satisfaction](#)

Le interviste: Mara Panajia è direttore marketing Laundry care di Henkel Italia. Dixan rappresenta un vero e proprio fiore all'occhiello del portafoglio brand della multinazionale tedesca, che impiega 2.700 dipendenti in ricerca e sviluppo e nel solo 2006 ha investito 340 milioni di euro (ovvero il 2,7% del fatturato del Gruppo) in questo ambito. "Da 50 anni il pulito che ami" è il claim scelto per la campagna e i festeggiamenti per il compleanno di Dixan.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Scarica questa comunicazione di Impresa](#)**

Citati: Cenere Attiva, Dixan, Henkel, Panajia Mara

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 122, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Reckitt Benckiser - Lip Woolite presenta MixNoir](#)

Spot: La famiglia Lip Woolite si arricchisce di un nuovo detersivo pensato per gli indumenti più difficili: quelli scuri e scuri con parti chiare. Il nuovo Lip Woolite MixNoir toglie ogni preoccupazione: mantiene infatti i colori scuri brillanti anche dopo molti lavaggi e impedisce il trasferimento del colore scuro sulle parti chiare di indumenti scuri.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Scarica questa comunicazione di Impresa](#)**

Citati: Lip Woolite, MixNoir, Reckitt Benckiser

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 160, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Coop Italia - Premiato il fardello termoretrato dell'ammorbidente concentrato

Vincitore dell'Oscar dell'Imballaggio 2007: Motivazione della giuria "Grazie a un percorso progettuale di interventi sia sul flacone, sia sull'imballo secondario, appare sul mercato della detergenza il primo esempio di fardello termoretrato come imballaggio da trasporto, che vanta un risparmio di materia del 19,5% e consente un aumento di volume sul pallet del 49%".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questa Comunicazione d'Impresa](#)

Citati: Coop Italia

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 97, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

BBS - Le scope Casallegra: pulire bene, vivere bene

Spot: Eleganti, morbide, resistenti, efficaci, sono gli aggettivi che si possono attribuire alle scope Casallegra. Inconfondibili nei colori giallo e blu, ora col nuovo packaging, appendibili, le scope Casallegra sono disponibili con taglio di fibre basso per la pulizia di pavimenti lisci e parquet, oppure alto per pulire balconi e terrazzi e ancora con fibre incrociate per un pulito più profondo su pavimenti in cotto o pietra naturale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di Impresa](#)

Citati: BBS, Casallegra

Direttore responsabile: Armando Garosci

Editore: Editoriale Largo Consumo Srl, via Bodoni 2 Milano

Service Provider: Mc Link Spa, Roma

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

diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840

INDICE DEI PERCORSI DI LETTURA DI LARGO CONSUMO

Per assistenza e richieste di disponibilità di **Percorsi di lettura personalizzati**, puoi rivolgerti al servizio [Diffusione e Abbonamenti](#) di Largo Consumo.

Se non sai cosa siano e come si usino i Percorsi di lettura di Largo Consumo vai su www.largoconsumo.info/percorsi

PRODUZIONE

Mercati alimentari

[Visualizza tutti i PL dell'area "Alimentare"](#)

Beverage: La produzione, la distribuzione e i consumi del mercato delle bevande

[Visualizza tutti i PL dell'area "Beverage"](#)

Alimentari freschi: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Alimentare fresco"](#)

Grocery Persona: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Grocery Persona"](#)

Grocery Casa: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Grocery Casa"](#)

Tessile, abbigliamento, calzature, pelletteria e accessori

[Visualizza tutti i PL dell'area "Abbigliamento"](#)

Beni durevoli per la casa e la persona

[Visualizza tutti i PL dell'area "Beni durevoli"](#)

DISTRIBUZIONE

Moderna Distribuzione: canali, formati e contesti di acquisto

[Visualizza tutti i PL dell'area "Distribuzione"](#)

CONSUMATORI

La propensione alla spesa e umore rispetto ai consumi

[Visualizza tutti i PL dell'area "Consumatori"](#)

COMUNICAZIONE

Comunicazione: Promozioni, Fidelizzazione del cliente, Pubblicità e PR.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Comunicazione"](#)

LOGISTICA

Logistica: sistemi e servizi collegati alla filiera dei beni di consumo

[Visualizza tutti i PL dell'area "Logistica"](#)

RISORSE UMANE

Risorse umane: La loro valorizzazione nella filiera dei beni di consumo.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Risorse umane"](#)

AMBIENTE ED ENERGIA

Ambiente ed energia: implicazioni economiche e di marketing nel largo consumo

[Visualizza tutti i PL dell'area "Ambiente ed energia"](#)