

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



Documento in **versione interattiva:**
www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-016.pdf

ALIMENTI DIETETICI, ANALLERGICI, SALUTISTICI, PROBIOTICI E INTEGRATORI

Costi del Percorso di lettura:

€ 168,00 (comprensivo iva) - non abbonati
 € 118,50 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo e supplementi

Rif: PL-0507-016

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 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.

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 & 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.

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 giornalistici sono sviluppati in forma di interviste, tante quanti sono i settori merceologici presi in esame nel fascicolo.

I CONTENUTI EDITORIALI:

Mercato Italia Agro, fascicolo 5/2007, n° pagina 20, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Il valore della produzione e fatturato dei diversi settori dell'industria alimentare in Italia e all'estero e numero di addetti: 1997-2004

Indici in valore e in percentuale relativamente i comparti: Aceto, Acqua, Alcolici, Analcolici, Birra, Caffè, Carni avicole, Conserve Ittiche, Conserve vegetali, Dietetici, Dolciario, Farine, Gelati, Infanzia, Lattiero caseari, Macellazione, Mangimi, Miele, Olio, Ortofrutticoli, Pane, Pasta, Pet food, Riso, Sale, Salumi, Salutistici, Succhi di frutta, Surgelati, Vino, Zucchero.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Agro, fascicolo 5/2007, n° pagina 21, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Il valore aggiunto e il risultato d'esercizio in % sul fatturato per settore: 2005

Relativamente a pane industriale, gelati, caffè, dolciario, bevande alcoliche, pasta alimentare, bevande analcoliche, dietetici, salutistici, infanzia, acque minerali, birra, sale alimentare, succhi e nettari di frutta, aceto, conserve vegetali, miele, petfood, surgelati, salumi, vino, lattiero casearia, lavorazione ortofruttile, industria molitoria, conserve ittiche, riso, mangimi, zucchero, carni avicole e uova, trasformazione carni, olio.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Agro, fascicolo 5/2007, n° pagina 24, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Dietetici e salutistici: Fatti e cifre salienti del settore in Italia (2006)

Va segnalato l'ingresso in Borsa di Valsoia, nel luglio, il cui fatturato è stato di .., milioni di euro (+.%), di cui oltre un quarto con le bevande vegetali, altrettanto con i gelati, l'..% con i dessert. Le vendite all'estero hanno rappresentato il .% del totale. Gli utili netti sono stati di .. milioni (+.%). Valsoia sta realizzando un interessante progetto, proponendo prodotti innovativi di nicchia nel tradizionale comparto alimentare.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [I risultati delle principali imprese di settore](#)

Allegati:

Citati: Valsoia

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Alimentazione e salute - Codice PL-1206-002

Edizione: 12/2006

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/122006/PL-1206-002.pdf



Titolo: Sicurezza, certificazione e tracciabilità della filiera agroalimentare - Codice PL-0407-011

Edizione: 4/2007

Editore: Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/042007/PL-0407-011.pdf



Titolo: Yogurt e Dessert - Codice PL-1006-013

Edizione: 10/2006

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/102006/PL-1006-013.pdf

Mercato Italia Agro, fascicolo 5/2007, n° pagina 34, lunghezza 1/5 di Pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Il Roi per settore agroalimentare: 2005 (in %)

La redditività degli investimenti (roi) relativamente i comparti: Aceto, Acqua, Alcolici, Analcolici, Birra, Caffè, Carni avicole, Conserve Ittiche, Conserve vegetali, Dietetici, Dolciario, Farine, Gelati, Infanzia, Lattiero caseari, Macellazione, Mangimi, Miele, Olio, Ortofrutticoli, Pane, Pasta, Pet food, Riso, Sale, Salumi, Salutistici, Succhi di frutta, Surgelati, Vino, Zucchero.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Agro, fascicolo 5/2007, n° pagina 34, lunghezza 1/5 di Pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La durata del magazzino per settore agroalimentare: 2005 (in giorni)

La dimensione delle rimanenze ha riflessi sia sullo stato patrimoniale sia sul conto economico. L'efficienza nella gestione del magazzino (prodotti finiti, materie prime e semilavorati) è misurata dal numero di giorni medi di scorta, cioè dal rapporto tra rimanenze e fatturato, moltiplicato per 360 giorni. La durata delle scorte è fortemente influenzata dalle caratteristiche del ciclo produttivo e della filiera.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Agro, fascicolo 5/2007, n° pagina 35, lunghezza 1/5 di Pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La durata crediti clienti per settore agroalimentare: 2005 (in giorni)

La durata media dei crediti ai clienti e dei debiti verso i fornitori, sono due indicatori gestionali che legano stato patrimoniale e conto economico e sono frutto delle scelte di strategia commerciale e finanziaria delle imprese. La durata media dei crediti verso i clienti, espressa in giorni, è calcolata in base al rapporto tra crediti ai clienti (a breve, a lungo termine inclusa la circolazione cambiaria) e fatturato, moltiplicato per 360 giorni.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Agro, fascicolo 5/2007, n° pagina 35, lunghezza 1/5 di Pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La durata debiti fornitori per settore agroalimentare: 2005 (in giorni)

La durata media dei debiti verso i fornitori espressa in giorni relativamente i comparti: Aceto, Acqua, Alcolici, Analcolici, Birra, Caffè, Carni avicole, Conserve Ittiche, Conserve vegetali, Dietetici, Dolciario, Farine, Gelati, Infanzia, Lattiero caseari, Macellazione, Mangimi, Miele, Olio, Ortofrutticoli, Pane, Pasta, Pet food, Riso, Sale, Salumi, Salutistici, Succhi di frutta, Surgelati, Vino, Zucchero.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -



Titolo: Etichettatura -

Codice PL-0407-006

Edizione: 4/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/042007/PL-0407-006.pdf

Mercato Italia Agro, fascicolo 5/2007, n° pagina 43, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Dietetici, salutistici, infanzia: I risultati delle principali imprese agroalimentari in Italia: 2004-2005

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 252 e i 5 milioni di euro.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Visualizza questo elemento**

Citati: Also, Fine Foods NTM, Geovita Functional Ingredients, Humana Italia, Laborest Italia, Mellin, Milupa, Nove Alpi, Nuova Difarco, Nutricia Italia, Nutrition & Santè Italia, Plada Industriale, Plasmon Dietetici Alimentari, Sirc Natural and Dietetic Foods, Startingle, Valsoia

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/3 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

In crescita i prodotti Valsoia

Il progetto di bilancio di Valsoia, approvato dal cda, registra ricavi dalle vendite dei prodotti vegetali a base di soia passati da ..,.... a ..,.... milioni di euro, con oltre il +..% sull'esercizio precedente grazie a una crescita generalizzata di tutte le famiglie di prodotto a tassi superiori ai rispettivi mercati e all'intero comparto alimentare della gdo che secondo dati Ac Nielsen elaborati da Contromarca ha incrementato del ..% nel

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **I ricavi dalle vendite di Valsoia per tipi di prodotti: 2006 (in valore e in %)**

Allegati:

Citati: AcNielsen, Contromarca, Valsoia

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

Tipologia: Articolo

Integratori alimentari in giudizio

Stili di vita: Gli integratori alimentari sono sempre più utilizzati e occupano uno spazio sempre crescente sugli scaffali dei negozi di alimenti salutistici, farmacie e supermercati. Il loro impiego ha lo scopo di ottimizzare gli apporti nutrizionali, fornire sostanze di interesse nutrizionale, migliorare il metabolismo e le funzioni fisiologiche dell'organismo. Il consumo si concentra nella fascia d'età tra i 30 e i 45 anni... Ecco le motivazioni all'utilizzo di integratori alimentari... (%)

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: Vent'anni di qualità (Equilibra)
- La rappresentazione grafica dei cluster di consumatori (Integratori alimentari)
- **Le motivazioni all'utilizzo di integratori alimentari**

Allegati:

Citati: Bianco Franco, Equilibra, FederSalus (Federazione nazionale aziende prodotti salutistici), Ims health, L'Oréal, Laboratoires Innéov, Ministero della Salute, Nestlé

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

Tipologia: Breve

Meglio energy, che drink tradizionali

È quanto ha rilevato Zenith International, le cui valutazioni indicano un mercato in sviluppo continuo negli ultimi 5 anni con un incremento del ...% equivalenti a ... di litri e a un valore di oltre ... di euro. Un ulteriore + ...% e ... di litri è la stima prevista per fine 2006. Oltre la metà del consumo europeo si concentra in Gran Bretagna, Germania e Spagna. In Italia è in aumento, con ... di lattine bevute nel 2005 prevalentemente al Nord (...%) e al Centro (...%).

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Beverfood, Zenith International

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 73, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Lo yogurt guida i trend alimentari

Una ricerca Nielsen indica le bevande integrative delle diete tra quelle del food & beverage in maggiore crescita globale e in particolare lo yogurt da bere in testa alla classifica delle 9 specialità di prodotto con tassi di incremento a ... cifre sul 2005. Questo peraltro in un contesto di sviluppo generalizzato del comparto che ha acquisito nell'insieme il ...% in più con vendite superiori ... di dollari in ... casi su

....

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Nielsen

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 49, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Leggere prima di scartare

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

Table, grafici e box a corredo:

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

Allegati:

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

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 111, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Noci ricche di Omega 3, essenziale per l'organismo

Le principali fonti alimentari di Omega 3 sono i vegetali a foglie verdi, il pesce, quello proveniente dai mari freddi, e soprattutto l'olio di colza e le noci, alimento tipico della dieta mediterranea, alla quale vengono attribuite proprietà benefiche soprattutto per il sistema cardiovascolare.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Ala, Epa, Facoltà di Farmacia di Milano, Nutrition Foundation of Italy, Omega 3

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

Tipologia: Breve

Più vendite di prodotti Valsoia

Valsoia nel 2006 ha conseguito ricavi per un valore di ... milioni di euro contro i ... milioni del 2005, con un aumento percentuale corrispondente a oltre il +...%.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Valsoia

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)

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Scarica questo elemento**

Citati: Nextplora

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 129, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Morsi di salute

Alimenti funzionali: Si ritiene acquisito nel patrimonio delle comuni conoscenze il concetto che l'alimento, o la bevanda, oggi vada ben oltre il suo apporto di zuccheri, di proteine, di lipidi, o di acqua, che pure è il loro fondamentale ruolo. Abbiamo necessità di calorie per produrre energia, di aminoacidi per costruire le cellule o di acqua per riempirle.

Tablette, grafici e box a corredo:

- La comprensione del consumatore verso i messaggi e la conformità delle etichette

Allegati:

Citati: Neutron

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina pubblicato on line

Tipologia: Breve

Energy drink in sviluppo in tutta l'Europa occidentale

Il mercato degli energy drink in Europa occidentale secondo Zenith International ha accelerato il ritmo delle vendite del ...% nel 2005 raggiungendo i ... milioni di euro e un ulteriore +...% è atteso per il 2006. Corrisponde a una crescita in volumi da ... a ... milioni di litri e a un consumo pro capite di ... litri. Tra le singole marche, resta incontrastata la supremazia di ... al ...% dei volumi, e al secondo posto si colloca ..., il ...% delle vendite attraverso il canale outlet.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Gli energy drink nell'Europa occidentale**

Allegati:

Citati: Energy drink, Red Bull, Shark, Zenith International

Largo Consumo, fascicolo 1/2007, n° pagina 52, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Marmellate: quando segnalare l'anidride solforosa

La marmellata industriale si può ottenere da frutta fresca oppure da frutta conservata. In quest'ultimo caso essa è trattata con anidride solforosa perché si conservi meglio e, soprattutto, mantenga il colore. Nelle confetture extra, che devono contenere più frutta, l'anidride solforosa non può essere impiegata e ciò sta a significare che vengono ottenute con frutta fresca.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n° pagina 58, lunghezza 1/4

Tipologia: Breve

Enzimi Biotech contro la celiachia

Notizie dal Biotec: I celiaci potrebbero presto reintrodurre nella loro alimentazione cibi contenenti glutine, grazie a una terapia orale a base di enzimi capaci di scomporre le sostanze allergeniche, rendendole più tollerabili e digeribili

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Chaitan Khosla, Chemistry & biology, Enzima Ep-B2, Università di Stanford (California)

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

Tipologia: Articolo

Allergeni in etichetta

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

Tablette, grafici e box a corredo:

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

Allegati:

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

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 157, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Expandi premia il debutto Valsoia

Valsoia, l'azienda nota per i suoi prodotti naturali e per la dieta, ha debuttato a luglio sul mercato Expandi della Borsa Italiana che ne ha accolto l'ingresso con un significativo apprezzamento delle azioni, quotate a un prezzo ufficiale di .. euro l'una a partire dall'offerta fissata a .. euro.

Table, grafici e box a corredo:

- **Il debutto Valsoia su Expandi (in euro)**

Allegati:

Citati: Expandi, Valsoia

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

Tipologia: Breve

Presto obbligatori i profili nutrizionali

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

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

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

Tipologia: Breve

Quando il vino contiene solfiti

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

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

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

Tipologia: Breve

Colussi più forte nel panificato

Gruppo Colussi acquisisce nuove posizioni strategiche nel settore dei prodotti da forno acquisendo Albea 90, con un accordo grazie al quale si assicura il controllo al 100% del pacchetto azionario della società di Leini (To), considerata tra le più importanti nel campo del panificato industriale, e si apre ulteriori prospettive di crescita in un mercato già presidiato da propri marchi come Misura, per l'area funzionale e Percolassi, per quella relativa al consumo quotidiano.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Albea 90, Colussi, Misura, Percolussi

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

Tipologia: Breve

Le cifre della vendita diretta

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

Table, grafici e box a corredo:

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

Allegati:

Citati: Avedisco, Istat

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 47, lunghezza 4 pagine

Tipologia: Articolo

Un pieno di benessere

Alimenti salutistici: salvaguardare la propria integrità fisica e mentale anche a tavola, questa è una delle richieste del consumatore moderno. Le industrie hanno saputo rispondere molto bene. Gli alimenti salutistici conquistano sempre più consumatori, tanto da spingere la distribuzione moderna ad affacciarsi su un mercato storicamente presidiato da farmacie e negozi specializzati.

Table, grafici e box a corredo:

- **Gli integratori alimentari: i principali indicatori economici: anno terminante a marzo 2006**
- **Il mercato degli alimenti salutistici: 2004-2005**
- **L'andamento dei segmenti degli integratori alimentari: anno terminante a marzo 2006 (in%)**
- **La ripartizione per segmento degli integratori alimentari: anno terminante a marzo 2006 (in%)**

Allegati:

Citati: A&D, Aic (Associazione Italiana Celiachia), Aio (Associazione italiana di omeopatia), Arnaldi Andrea, Astra, Bellini Letizia, Brio, Buontempo Sabrina, Cargill texturizing solutions, Celi, Coop Italia, Doxa, Federsalus, Galbusera, Germinal Italia, Gluten Free, Grana Padano, Il Mangiarsano, Iri, Mangiarotti Marco, Marotta Mariano, Matt&biofunction, Matt&diet, Minasi Renato, Orgran Italia, Pacinotti Ivana, Pam, Parmigiano Reggiano Solo Italia, Peron Diego, Pilo Caterina, Piva Rita, Preto Danilo, Probios, Progetto Benessere, Ricchiuto Giuseppe Maria, Rodriguez Luisa Elena, Sisa, Soldà Maria Angela, Solo Italia, Specchiasol Cosmetica, Specchiasol Erboristica, Specchiasol Farmaceutica, Vita+

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 7/2006, n° pagina 16, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

La salute come stile di vita

Qualcosa di estremamente significativo sta accadendo nel mondo sia delle abitudini, sia delle motivazioni d'acquisto che vedono protagonisti i consumatori europei: secondo quanto osservato dai più attenti analisti di marketing di importanti aziende, si è ufficialmente aperta una nuova fase in cui dal concetto di "life style" si sta passando a quello di "health style" (uno stile di vita principalmente attento e orientato alla cura della propria salute).

Tablette, grafici e box a corredo:

- Prodotti e servizi per lo stile salutistico

Allegati:

Citati: Bosshart David, Emmi, Erich Kienle, GDI (Gottlieb Duttweiler Institute), Good Living, Health Style, life style, Muller Karl, Second european consumer trend conference, Sigrist Stephan, Swiss Masai

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 31, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Articolo

Nel segno del benessere

Secondo i dati forniti da Iri, nell'anno terminante ad agosto 2005 le vendite nel canale iper+super+superette hanno sfiorato i ...milioni di euro, facendo registrare un +...% sul medesimo periodo dell'anno precedente. I primi ... produttori rappresentano più del ...% del mercato. la grande distribuzione ha ancora un peso relativamente ridotto, sebbene risulti in crescita, avendo segnato nell'anno terminante ad agosto 2005 un +...% a valore e un +...% a volume, rispetto all'anno precedente.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Il mercato degli integratori alimentari: 2005 (in euro, in unità e in %)**
- **Le vendite a valore degli integratori, per aree geografiche (in %)**

Allegati:

Citati: A&D, Also Enervit, Iri, Iri Infoscan, Iulita Clara, Matt&Diet, Menegatti Claudio

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

Tipologia: Breve

Arriva la conferma sull'aspartame sicuro

La conferma della sicurezza di questo elemento importante nella lotta contro l'obesità arriva dall'Efsa (Autorità europea di sicurezza dell'alimento), che ha confermato i risultati dello studio della Fondazione europea Ramazzini di Bologna.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Assobibe (Associazione degli industriali delle bevande analcoliche), Dabiankov David, Efsa (Autorità europea garante per la sicurezza alimentare), Fondazione europea Ramazzini di Bologna

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

Tipologia: Breve

L'alta ristorazione e le intolleranze alimentari

Da uno studio emerge che sempre più spesso i clienti hanno problemi alimentari (...%). Nel ...% dei casi si tratta di allergie o intolleranze: al primo posto quella al glutine (...%), poi al latte e derivati (...%), all'aglio (...%), a pesci e crostacei (...%).

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bargiornale, Eta Meta Research

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 87, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Un concentrato di salute

Mutti ha commissionato uno studio, con l'obiettivo di presentare le molteplici valenze nutrizionali nel concentrato di pomodoro. La ricerca ha evidenziato soprattutto l'importante quantitativo di licopene. Il licopene è un betacarotene, ritenuto dagli esperti un reale antiaging indispensabile per combattere i segni del tempo.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Mutti

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 31, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Quando la ricerca è tutto

Tre settori della ricerca: i prodotti tradizionali da innovare, quelli innovativi (salute e benessere dei consumatori) e gli alimenti dedicati a fasce ristrette di popolazione (allergici o i celiaci). I prodotti tradizionali "avanzati" hanno rappresentato nel 2004 il...% del fatturato globale dell'industria europea, contro il...% dei prodotti tradizionali e ...% di quelli nuovi. L'industria di marca investe in r&s, (dati Federalimentare) il ...% del fatturato (circa... milioni di euro).

Tablette, grafici e box a corredo:

- **I numeri della ricerca e sviluppo nel 2004**

Allegati:

Citati: All Bran Focchi & Cioccolato di Kellogg´s, Alpenliebedi Perfetti, Arienti Giuseppe, Astra Demoskopea, Barilla, Baronetti Marco, Bonino Michele, Breath Strips, Coco Pops, Colle Roberto, Cornetti Mulino Bianco, CreaRicette di Barilla, Enea C.R., Federalimentare, Galbusera, Gobbi Mauro, Gocciolate extra dark, Golia Active di Perfetti, I Girasoli, Istituto di Scienze delle produzioni alimentari (Ispa), Kellogg´s, Lavazza, Leonardi Marina, Lodi Roberta, Lonati Angelo, Mibo, New foods industry, Orizzonti, Perfetti Van Melle, Piccolini, Raggiati, Regione Lombardia, Riso Scotti, Rizzo Renzo, Seccamani Giuseppe, Special K di Kellogg´s, Tetra Pak, Tetra PlantMaster, Triangeli Luciano, Vanni Alfredo, W.K. Kellogg institute for food and nutrition research

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 111, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Gratis nei negozi Coop e prodotti per i celiaci

Da febbraio, nei ... punti di vendita di Unicoop Tirreno e negli ... di Unicoop Firenze, sono disponibili gratis gli alimenti senza glutine per i celiaci.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Associazione italiana celiachia, Coop, Regione Toscana, Unicoop Firenze, Unicoop Tirreno

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Naturhouse alla conquista dell'Italia

Franchisor & Franchisee: già presente in Europa e in America con oltre ... centri, la catena spagnola di prodotti dietetici è arrivata anche nel nostro Paese, dove conta di replicare i risultati ottenuti all'estero. Dopo l'apertura del negozio pilota di Bologna e le successive inaugurazioni a Padova e Modena, la società è intenzionata a proseguire l'espansione, per raggiungere i ... punti di vendita entro il 2010.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Naturhouse

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:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2005, n° pagina 46, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Articolo

Nell'ottica del benessere

Mercato & Imprese ha interrogato Stefano Sacchi, direttore generale di A&D e una delle aziende leader del settore, sulle dinamiche che stanno interessando il settore degli integratori alimentari.

Table, grafici e box a corredo:

- Il numero medio di referenze presenti a scaffale nei canali Iper, Super e Superette
- Il rank dei primi 3 produttori a valore
- Integratori alimentari (no lecitine): il mercato in valore, volume, prezzo medio nel trade moderno
- Integratori alimentari: una riflessione sul trend dei consumi, sulle vendite, import e previsioni
- Vendite e variazioni % nei canali Iper, Super e Superette
- Vendite in Italia nelle 4 macroregioni

Allegati:

- [Visualizza l'abstract dell'articolo](#)

Citati: A&D, Databank, Distriborg, Equilibra, Iri Infoscan, Sacchi Stefano

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 115, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Il caso Normaline Erbe

Pubblicità ingannevole e comparativa: L'Associazione Altroconsumo e due consumatori hanno segnalato la presunta ingannevolezza del messaggio riguardante l'integratore alimentare Normaline Erbe. L'Autorità, delibera ...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Altroconsumo, Antonetto Marco, D La Repubblica delle Donne, Normaline Erbe, TV Sorrisi e Canzoni

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 114, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Una legge per i malati di celiachia

E' stato recentemente approvato Il nuovo disegno di legge 697 che prevede diagnosi precoce, prevenzione e anche garanzie per la quotidianità a protezione dei malati di celiachia. La normativa prevede... continua...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Disegno di legge 697 per la celiachia

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n° pagina 41, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Articolo

Sulla scia di fragranze e aromi

Gli aromi sono impiegati per migliorare il sapore di alimenti e bevande, le fragranze sono ingredienti per prodotti per la cura della persona. Il mercato crescerà del ...% fino al 2007, con particolare fortuna degli aromi, favoriti tra l'altro dalle nuove formulazioni alimentari dietetiche e anche dai cibi di primo prezzo. Anche le fragranze cresceranno, ma a ritmi piuttosto bassi nel medio periodo.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Le prev. di cons. di fragr. e aromi per segmnti a prezzi correnti e costanti: 2002-2007 (in mln e %)**
- **Le prev. di prod. exprt, imprt e cons. di frag. e aromi a prezzi correnti: 1999-2007 (in mln e in %)**
- **Le prev. di prod. exprt, imprt e cons. di frag. e aromi a prezzi costanti: 1999-2007 (in mln e in %)**
- **Le previsioni dei costi e dei prezzi di fragranze e aromi alla produzione: 2005-2007 (var %)**

Allegati:

Citati: Databank

Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n° pagina 55, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Dieta e servizio, i trend alimentari del mondo

Cambiano i comportamenti dietetici: più spazio ai cibi funzionali e veloci. Bevande a base di soia, yogurt da bere e uova i più dinamici a livello mondiale. La crescita non è omogenea. Le regioni del mondo più dinamiche...continua...

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Le categorie alimentari in più rapida crescita: 2004 (in %)**

Allegati:

Citati: -

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 52, lunghezza 2/3 di Pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Ds Food - Fatturato da leccarsi i baffi!

Freschissima novità da Ds Food: il cono panna e cioccolato. Squisito gelato per tutti coloro che finora dovevano rinunciarci. Dolce al punto giusto, cremosissimo e garantito privo di glutine...

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 55, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Barilla e la rilevanza dell'alimentazione: la strada del benessere

Focus: I prodotti Barilla offrono alle persone momenti di benessere grazie alla loro bontà e salubrità, facilitando l'adozione quotidiana di stili alimentari salutari. Ispirandosi alla dieta mediterranea. come la pasta di semola, più ricca di fibre e di sali minerali, quali fosforo, ferro e magnesio: sono nate così le linee Barilla Integrali e Orizzonti. Ma non c'è solo la pasta: la linea di prodotti da forno Granocereale, composta da biscotti, cracker e cereali al cucchiaio.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Evidenze a sostegno della dieta mediterranea

Allegati:

- **Scarica questa comunicazione di impresa**

Citati: Barilla, Grancereale Mulino Bianco, Healthy Pasta Meal Conference, Liberi per Natura Mulino Bianco, Mulino Bianco

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 72, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Red Bull - Una gestione più efficace nei pdv del trade moderno per fare degli energy drink un business davvero grande

Le interviste: La società, che punta quest'anno ai 100 milioni di pezzi in Italia, è leader assoluta della categoria degli energy drink con l'81,5% del canale iper+super+libero servizio (fonte Ac-Nielsen, a.t. 15 aprile 2007). Presente in oltre 130 Paesi, Red Bull nel 2006 ha venduto nel mondo oltre 3 miliardi di lattine. Sugli obiettivi dell'azienda abbiamo intervistato Pierpaolo Pozzi, sales manager off-premise della filiale italiana.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: AcNielsen, Carrefour, Pozzi Pierpaolo, Red Bull

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 96, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Biscaldi - Cresce l'attenzione per il trade moderno all'insegna di innovazione nella gamma e nel servizio

Le interviste: Dall'inizio del 2007 Biscaldi si sta proponendo al modern trade come fornitore di prodotti innovativi, seppur considerati di nicchia. Oltre a Corona Extra, le sue maggiori proposte sono le birre Asahi e Cobra, l'energy drink Effect e le acque minerali gallesi Ty Nant e Tau. Come spiega il general manager, Claudio Meriggi, l'azienda è alla ricerca di partner disposti ad approfondire le categorie per sviluppare business di valore con prodotti rivolti ai nuovi consumatori.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Birra Asahi, Birra Cobra, Biscaldi, Corona Biscaldi, Corona Extra Biscaldi, Meriggi Claudio, Tau, Ty Nant (acqua minerale gallese), Ty Nant Spring Water Ltd.

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 133, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Red Bull - Il successo di Red Bull si rafforza anche nel canale retail

Focus: Red Bull continua la sua inarrestabile crescita nel panorama internazionale del beverage. Oggi Red Bull è presente in oltre 130 Paesi. Nel 2006 sono state vendute nel mondo oltre 3 miliardi di lattine, pari a un incremento del 26% sul 2005. In Italia, il 2006 ha fatto registrare circa 70 milioni di lattine, con un +47% rispetto all'anno precedente. Si conferma forte l'attenzione dell'azienda per il canale retail. Il progetto coolers continua con performance eccellenti:

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Mateschlit Dietrich, Red Bull, Red Bull 6-pack, Red Bull Flugtag, Red Bull Sugarfree, Soft Drink Funzionale

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

Tipologia: Com. d'impresa

Molino Vigevano - Il Molino di Vigevano presenta Pancor, vera promessa di salute

Focus: uno staff di ricercatori di prim'ordine ha ottenuto un pane unico, unendo alla farina una specifica miscela di fitosteroli: sostanze naturali vegetali che permettono di ridurre, per competizione, l'assorbimento di colesterolo contenuto nella dieta. Si chiama Pancor® ed è un pane fresco a tutti gli effetti, in grado di ridurre il rischio di malattie cardiovascolari.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Commissione Ce, Molino Vigevano, Novel Food Board, Pancor, Università di Pavia, Varvello Francesca

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n° pagina 71, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

San Benedetto - Acqua Minerale San Benedetto il primato della qualità e dell'innovazione

Focus: Acqua Minerale San Benedetto è il primo Gruppo italiano operante nel mercato delle bevande analcoliche, caratterizzato da sempre dalla ricerca di innovazione e qualità. Tra i principali protagonisti nel settore degli integratori salini con il marchio Energade, il Gruppo veneto è presente nel mercato delle acque aromatizzate con Ice, nel settore succhi di frutta con la linea Batik Succoso e nelle bibite gassate. Produce e distribuisce, su licenza di Schweppes International Ltd.,

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Acqua Minerale San Benedetto, Batik Succoso, Easy, Energade, Oasis, Schweppes

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n° pagina 160, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Konsum - La salute buona da mangiare. La salute buona da vendere.

Il successo di Galbusera è speciale. Speciale come i suoi prodotti, pensati per accontentare i gusti di tutti quelli che amano la bontà ma non vogliono rinunciare alla salute. Non a caso Galbusera è azienda leader in questo settore, sempre più in crescita. E se già sono tantissimi i consumatori che scelgono Galbusera, presto saranno ancora di più: è in arrivo una nuova, capillare campagna stampa e radio...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

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

Tipologia: Com. d'impresa

Sial D'Or – Bevande Jeunesse, la formula anti-tensione all'insegna di gusto e innovazione

Gli Speciali tematici: Il Sial d'Or Italia, assegnato al finalista tricolore cui la giuria internazionale ha attribuito il punteggio più alto, è andato quest'anno alle Bevande Jeunesse Parmalat. Il prodotto a base di frutta arricchita con Coenzima Q10 e Vitamina E. Le Bevande Jeunesse si configurano come una linea decisamente distintiva sia per l'innovativo benefit salutistico anti-tensione, sia per la combinazione unica di gusti.

Table, grafici e box a corredo:

- La gamma Jeunesse Parmalat

Allegati:

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

Citati: Bevande Jeunesse, La bontà anti-tensione, Parmalat, Publicis, Sial D'Or, Università di Parma, Università Politecnica delle Marche - Ancona

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 8, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Sial D'Or – Ferrarelle Vitasnella, leggerezza naturale

Gli Speciali tematici: Ferrarelle ha deciso di diversificare, entrando nel segmento delle bibite piatte salutistiche con "Vitasnella Vitamine e Magnesio". La nuova linea comprende una bevanda alla frutta con puro succo di pesca e arancia e un tè freddo al limone con estratti naturali di matè. Le due bevande sono arricchite con vitamine e magnesio e sono senza zuccheri aggiunti né conservanti.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Boario, Danone, Ferrarelle, Vitasnella

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 14, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Gruppo Colussi- Un modello di sviluppo coraggioso e vincente che conferma il valore dell'imprenditoria italiana

Gli eventi aziendali: L'ultima acquisizione della società Albea 90 (panificazione) risponde alla strategia del Gruppo di raggiungere il fatturato di ... milioni di euro entro il 2008. La crescita del Gruppo ha permesso di penetrare nuovi mercati, creando un polo di altissimo livello nel made in Italy. Più coraggio, più innovazione e più volontà di confrontarsi con i mercati internazionali. Attualmente il ... del fatturato del Gruppo Colussi è già collocato sui mercati esteri.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Scarica questa Comunicazione di impresa**

Citati: AGM Colussi, Agnesi, Albea 90, Audisio, Biscolussi, Biscuiterie chabane sa, Bjorg, Colussi, Colussi Angelo, Colussi Milano, CSM, Efficance, Festaiola, Flora, Foodco, Gran Turchese, Heinz, Liebig, Maltagliati, Margherita, Misura, Paesanella, Pancolussi, Panzani, Pepi, Pesce Gianluca, Pizzolotto, Ponte, Rigonat, Riserie Gariboldi, Sapori, Serenissima srl, Tinti, Vergani

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 46, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Colussi

Il vostro nuove "cuore" business! Biscotti, crackers e ciambelline Misura senza colesterolo. Senza grassi. Con ingredienti contenenti steroli vegetali. Misura, vivi di gusto.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

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.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 112, lunghezza 2/3 di Pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Ds Food - Mario ha un debole per la pizza. Ma a lui è proibita

Alcune persone presentano un'intolleranza al glutine, una proteina contenuta nella maggior parte dei cereali. Ciò non significa, però, dover rinunciare alla pizza! DS, un marchio giovane e innovativo nell'alimentazione priva di glutine, offre un vastissimo assortimento di prodotti qualitativamente ottimi.....

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 85, lunghezza 2/3 di Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Gis - expertise produttiva, qualità e flessibilità per un leader nel gelato

Focus: Gis produce e commercializza gelati sin dagli anni Settanta ed è uno tra i principali produttori in Italia. Lo stabilimento di Mosciano Sant'Angelo (Te) ha una capacità produttiva di oltre 300 milioni di pezzi l'anno e produce stecchi, coppe, coni, biscotti, torte, vaschette per il canale bar e per la gdo. L'azienda è anche riconosciuta dal Ministero della Salute come idonea alla produzione di alimenti dietetici o integrati con vitamine.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Scarica questa Comunicazione di impresa**

Citati: Aidi, Bottega del Buon Gelato, Chiquita, Extra G, Gis, Gisoia, I.G.I. (Istituto del Gelato Italiano), Ministero della Salute, Sorbetto Ace, Viviana

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

diffusioneabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840