

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/052008/PL-0508-005.pdf

PRODOTTI MONOUSO



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 5/2008 e supplementi
Rif: PL-0508-005

Aggiornamenti:

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

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

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

Largo Consumo

Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo

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

Mercato Italia – Grocery non alimentare

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.

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.

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:

I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 111, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Duracell Audio Survey: vincono i lettori mp3

La Duracell Audio Survey conferma che i lettori mp. hanno raggiunto un elevato livello di diffusione: tra tutti i lettori portatili il ..% dei ragazzi intervistati possiede un lettore mp.. I maschi sono i maggiori acquirenti di lettori musicali e spesso li regalano. Tra gli aspetti presi in considerazione nell'acquisto di un lettore portatile, il ..% indica la qualità del suono. Interessante notare come il prezzo non sia discriminante: solo il .% sceglie un lettore in base al prezzo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- I dispositivi musicali portatili preferiti in Italia e in Europa

Allegati:

Citati: Apple, Bose, Duracell Audio Survey, Go + Play, iPod Nano, JVC, QuietComfort 2, Sony Italia, Walkman

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 165, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Guerra mondiale ai sacchetti di plastica

Il Governo cinese, in nome della tutela ambientale, ha costretto Suiping Huaqiang Plastic a chiudere la produzione. Si trattava del più grosso produttore di sacchetti di plastica, con una capacità produttiva annua di tonnellate, dipendenti e un fatturato annuo di .. miliardi di yuan (oltre ... milioni di euro). La scelta da quando Pechino ha deciso di mettere al bando tutti i sacchetti di plastica sottile (utilizzati nei supermercati) a partire dal primo giugno

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **Il consumo medio annuo di borse in plastica e le normative in vigore: 2007 (in miliardi)**

Allegati:

Citati: Suiping Huaqiang Plastic

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 165, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Posate, naturali e biodegradabili

L'ente belga Aib Vincotte ha rilasciato alle stoviglie monouso in Mater-Bi, realizzate in collaborazione tra Novamont ed Ecozema, la certificazione "OK Compost". Tramite il Mater-B, bioplastica che utilizza componenti vegetali, completamente biodegradabile e compostabile naturalmente, Novamont contribuisce a ridurre le emissioni di gas a effetto serra. L'importanza di questo prodotto trova riscontro in uno studio Lca (Life cycle assessment) realizzato da Novamont.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Aib Vincotte, Ecozema, Novamont, OK Compost



Titolo: Casalinghi tavola e cucina - Codice PL-0307-013

Edizione: 3/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-013.pdf



Titolo: Imballaggio di prodotto - Codice PL-0507-002

Edizione: 5/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-002.pdf

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Contro le buste di plastica anche la Cina

Il Governo cinese ha annunciato il divieto ai negozi di fornire in omaggio sacchetti di plastica per la spesa. La decisione è stata assunta perché, secondo le autorità, le buste di plastica provocano un eccessivo consumo di energia, problemi di inquinamento e inadeguate possibilità di riciclaggio. Considerato l'elevato consumo di buste di plastica, la norma è un passo in avanti sulla strada dell'impegno nel combattere il crescente inquinamento che ha accompagnato il boom del Paese asiatico.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 14, lunghezza 1/2 di pagina

Tipologia: Breve

Più profitti per Kimberly-Clark

Particolarmente positivo il quarto trimestre sul piano delle performance realizzate a livello mondiale da Kimberly-Clark, che ha infatti chiuso i conti del periodo con un totale di .. miliardi di dollari di fatturato, il +...%: un nuovo record trimestrale. E' stato in particolare lo sviluppo dei mercati dei Paesi emergenti a avere assunto un ruolo di traino per quanto riguarda la crescita complessiva dei profitti con vendite aumentate del ..%. La crescita organica ha raggiunto il +.%.
Table, grafici e box a corredo:

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Kimberly Clark

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 65, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

L'Italia va a rotoli?

Carta tissue: Con una produzione di ... milioni di tonnellate nel, l'Italia rappresenta il ..% della produzione europea, ma il settore è in calo. L'Italia è quindi il primo produttore europeo di carta tissue. I dati forniti da Assocarta rivelano che, nonostante questi grandi risultati, dal l'industria cartaria nazionale attraversa una crisi, aggravata anche dall'aumento dei costi energetici e dai rincari delle materie prime fibrose.

Table, grafici e box a corredo:

- **La produzione mondiale di carte e cartoni (in %)**
- **Le carte per uso domestico igienico e sanitario: 1997-2006 (in migliaia di tonnellate e in %)**

Allegati:

Citati: AcNielsen, Assocarta, Campio Roberta, Cartiera Lucchese, Ets (European tissue symposium), Eurovast, Fao, Fiore Gianni, Guerrini Silvia, Istat, Kimberly-Clark, Panarelli Filomena, Pasquini Sandro, Soffigen

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 175, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

L'alternativa al mater-bi

Anche l'Italia ha deciso di mettere al bando le buste di plastica e il divieto dovrebbe scattare dal primo gennaio, Ma il condizionale è d'obbligo: la norma della Finanziaria approvata un anno fa che dovrebbe mandare in pensione il polietilene ha solo valore di indirizzo. La Finanziaria ha sancito il principio secondo il quale si usa solo il mater-bi, un polimero biodegradabile ricavato dall'amido di mais, brevettato e prodotto da Novamont, con sede a Novara e stabilimenti a Terni.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Novamont, Varriale Massimo, Wwf



Titolo: Filiere del recupero:
Carta e Cartone - Codice PL-0707-004

Edizione: 7/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/072007/PL-0707-004.pdf



Titolo: Filiere del recupero:
Plastica - Codice PL-0607-005

Edizione: 6/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/062007/PL-0607-005.pdf



Titolo: Cartoleria,
Cancelleria, Articoli per la scuola- Codice PL-0706-009

Edizione: 7/2006

Editore: Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/072006/PL-0706-009.pdf

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Londra vieta i sacchetti di plastica

Gran Bretagna: I leader dei .. quartieri di Londra hanno approvato una mozione che vieta l'uso dei sacchetti di plastica come forma di tutela ambientale: «Dobbiamo ridurre il volume di rifiuti che finisce nelle discariche e per dare il buon esempio la città di Londra ha deciso di prendere questa ambiziosa iniziativa», ha dichiarato Merrick Cockell, presidente di London Councils. Secondo le i Councils, entro .. mesi sarà vietata la distribuzione gratuita di sacchetti di plastica in ogni negozio.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: London Council, Merrick Cockell

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 105, lunghezza 2 e 2/3 di pagina

Tipologia: Articolo

Quando la durata fa la differenza

Pile: Maggiore varietà e soprattutto autonomia: un plus, quest'ultimo, ma anche causa di una certa flessione di mercato. Il marchio più conosciuto è Duracell con un'incidenza del ...%. La prima marca citata da famiglie e trade è Duracell con il ...% seguita da Energizer con il ...% e Philips con il ...%. Nelle dichiarazioni di riacquisto primeggiano ancora Duracell (...) e Energizer (...) seguite da Philips (..) e Panasonic (...). Il livello di concentrazione del mercato si consoliderà.

Tablelle, grafici e box a corredo:

- Box: La metodologia e il campione
- **I canali distributivi: 2006 (in valore)**
- **I fattori di successo: 2006 (indice 0-100)**
- **La conoscenza spontanea e sollecitata di famiglie e trade: 2006 (in %)**

Allegati:

Citati: Accu, Airam, Beghelli, C.Fery, Carrefour, Citipower, Consulmarketing, Duracell, Eastpower, Eforce, Energizer, Energizer Ultra+, Energy, Gillette, Gp Batteries, Kodak, Maxell, Mazda, Movida, Nilox, Novacell, Panasonic, Philips, Philips Multilife, Procter & Gamble, Sony, Varta

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 158, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Gli shopper nel sistema Conai

Il Tribunale di Roma, in merito a una contro-versia nata tra Conai-Corepla e Polieco, ha stabilito che i sacchetti in polietilene per la spesa sono imballaggi e come tali rientrano nel sistema di gestione dei rifiuti di imballaggio affidato a Conai e a Corepla anziché in quello di Polieco (Consorzio riciclaggio rifiuti in polietilene) dalla cui competenza sono esclusi (fra gli altri) gli imballaggi. La sentenza consente di individuare univocamente in Conai il soggetto percettore del contributo.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Conai, Corepla, Polieco

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n° pagina 8, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Carta casa: consumi e produzione industriale

Dopo anni di incrementi, tutti gli indicatori del sono stati negativi. La produzione è diminuita a ... milioni di tonnellate (-.%), le importazioni sono calate del ..% e le esportazioni del ..%.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Assocarta



Titolo: Perini Journal - da oltre 20 anni la principale fonte di informazione dedicata all'Industria del Tissue e attività connesse.
Edizione: 2/2008
Editore: Fabio Perini Spa
Link:
www.perinijournal.com



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: Cartiera-Lucchese-Indirizzo Industriale Centrale Diecimo
Edizione: 12/2006
Editore: Cartiera Lucchese
Link:
www.largoconsumo.info/122006/DOCCartieraLucchese49-1206.pdf

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 10, lunghezza 1/8 di pagina

Tipologia: Breve

I principali gruppi grocery: Kimberly Clark

Nel Kimberly Clark ha fatturato ... miliardi di euro (+.%), con profitti netti di ... miliardi (-.%). Le vendite al di fuori degli Stati Uniti hanno rappresentato il .. % del totale, quelle in Europa il ..%. I prodotti personal care (assorbenti donna, bambini, anziani) hanno costituito il ..% delle vendite totali (+.%), quelli tissue il .. % (+..%).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Kimberly Clark, Wal-Mart

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 10, lunghezza 1/5 di pagina - Estrapolazione

Tipologia: Breve

Carta Tissue: l'iniziativa di P&G

Nel marzo ha annunciato la cessione a [...] delle attività europee nel settore dei prodotti di carta, comprendenti i marchi [...] Tali attività hanno rappresentato l'..% delle vendite totali. Sono stati ceduti anche . stabilimenti produttivi in [...]. Continueranno invece le stesse attività in America.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Procter & Gamble

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 12, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli scambi commerciali nei diversi settori: 1998-2006 (in mln di euro)

Carta per uso domestico e sanitario: Import, export e saldo commerciale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 14, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La produzione nei diversi settori grocery non alimentare: 1998-2006

Carta uso domestico e sanitario: il valore della produzione in mln di euro correnti

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 16, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I principali gruppi grocery: Sca

Il fatturato è aumentato .. miliardi di euro (+..%), con profitti netti di ... milioni, oltre .. molte di quelli dichiarati nel .., grazie all'incremento dei prezzi, conseguenza dell'aumento della domanda. I prodotti per l'igiene personale hanno rappresentato il ..% delle vendite totali (+..%) con un'eccellente redditività.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bounty, Charmin, Godrej, Procter & Gamble, Sca, Tempo

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 19, lunghezza 1/2 di pagina

Tipologia: Breve

Risponde Marco Omboni, presidente di Gruppo produttori in plastica monouso

Quali sono le principali tendenze del mercato nazionale e di quelli internazionali nel segmento delle stoviglie monouso in plastica?

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Federazione Gomma Plastica, Gruppo produttori in plastica monouso, Omboni Marco



Titolo: Rapporto ambientale dell'industria cartaria italiana 2006
Edizione: 1/2007
Editore: Assocarta
Link:
www.assocarta.it/it/assocarta/RapportoAmbientale_2007Media.pdf

Spazio pubblicitario disponibile

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

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

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 20, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti pubblicitari netti nei comparti grocery non alimentare: 2005-2006 (in %)

Toiletries, Igiene orale, Prodotti per capelli, Pulizia della casa, Pulizia dei tessuti, Giocattoli, Igiene prima infanzia, Utensileria, Giardinaggio, art. monouso su dati Adex Nielsen media Research.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Adex, Nielsen Media Research

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 25, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

II Roi nei maggiori comparti grocery non food: 2005 (in %)

La media del ritorno sull'investimento nei principali mercati 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.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 25, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La durata del magazzino nei maggiori comparti grocery non food: 2005 (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.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 26, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La durata dei crediti clienti nei maggiori comparti grocery non food: 2005 (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.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 28, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali imprese del settore carta casa 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 alle imprese del settore carta casa con fatturato compreso tra 523 e 2 mln, su dati Bureau Van Dijk.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Carind, Cart Oran, Cartemani, Cartiera Bonati e C, Cartiera Bormida, Cartiera Ca-Ma, Cartiera Capostrada, Cartiera Carma, Cartiera Confalone, Cartiera Del Chiese, Cartiera Del Lete, Cartiera Del Maglio, Cartiera Del Vignaletto, Cartiera Dell'Adda, Cartiera Della Basilica, Cartiera Della Madonnina, Cartiera di Bosco Marengo, Cartiera di Carbonera, Cartiera di Carmignano, Cartiera di Cologno, Cartiera di Conselice, Cartiera di Ferrara, Cartiera di Galliera, Cartiera di Germagnano, Cartiera di Mandello Lario, Cartiera di Modena, Cartiera di Momo, Cartiera di Monfalcone, Cartiera di Nave, Cartiera di Nebbiuno, Cartiera di Porporano, Cartiera di Rivignano, Cartiera di Varo, Cartiera di Voghera, Cartiera Fenili, Cartiera Fornaci, Cartiera Francescantonio Cerrone, Cartiera Giacosa, Cartiera Gic & F, Cartiera Giorgione, Cartiera Italiana, Cartiera Kartocell, Cartiera Lombarda, Cartiera Lucchese, Cartiera Lucchesi Leonello, Cartiera Magnani 2000, Cartiera Mantovana, Cartiera Marchigiana, Cartiera Ondulato Umbro, Cartiera Partenope, Cartiera Pieretti, Cartiera Ponte D'oro Anscalcarta, Cartiera Ponte Strona, Cartiera Romanello, Cartiera Rossi - In Liquidazione, Cartiera S Felice, Cartiera San Giorgio, Cartiera San Martino, Cartiera SROcco, Cartiera Torre Mondovi, Cartiera Verde Romanello, Cartiere Cariolaro, Cartiere Del Garda, Cartiere Del Polesine, Cartiere Della Valtellina, Cartiere di Guarcino, Cartiere di Trevi, Cartiere Etruria, Cartiere Fedrigoni & C, Cartiere Modesto Cardella, Cartiere Panigada, Cartiere Paolo Pigna, Cartiere Rodolfo Reguzzoni, Cartiere Saci, Cartiere Villa Lagarina, Cartindustria Eurocarta, Cartograf, Cartoplast Sud, Cartotecnica Favini, Cartotecnica Santa Caterina, Cdm Group, Cdm Paper Group, Celtex, Cip 4, Cipassorbenti, Cipeco, Comital Saiag, Daina, Decordolce, Delicarta, Deni, Dispotech, Diva - International, Erre, Eurofil, Europrosan, Fabbri, Fas, Fato Italia, Fedrigoni Cartiere, Fippi, ICA Industria Contenitori Alimentari, Idea Tissue Igiene Per Consumer & Catering, Imbalpaper, Infibra, IpCart, Kartogroup, Kimberly-Clark, Magic, Moncart, Novacart, Nuova Elleci, Okay, Oran, Paper Divipac, Paper Service, Papergroup - Trascarta, Papermon, Pierrot, Polifra, Pro Sanit In Liquidazione, Quality Flex, Roto-Cart, Sacma, Sanigen, Sartica Cartindustria, SCEA, SICell, SICI, Simply Cart, Soffigen, Stenago, Zappelli Gfc Tissue Paper Company

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/4 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Kimberly-Clark premiata al Djsi World

Solo il ..% delle compagnie più importanti al mondo, selezionate in base a criteri di sostenibilità, entra a far parte della lista di aziende dei Djsi World, e Kimberly-Clark ha ottenuto la valutazione più alta nel suo settore in numerosi parametri, fra cui quelli di customer relationship management, risk e crisis management, strategia per i mercati emergenti, impatto dei prodotti, procedure lavorative, alti standard richiesti ai fornitori e attività filantropica performance ambientale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Djsi World, Kimberly-Clark, Thomas J. Falk

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 9/2007, n°pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

Dagli Stati Uniti arrivano le batterie allo zucchero

L'uso del glucosio come produttore di energia non è una novità, più originale il fatto che alcuni scienziati della St. Louis University siano riusciti ad alimentare dispositivi elettrici utilizzando un nuovo tipo di accumulatore basato sullo zucchero. La batteria allo zucchero è un dispositivo a celle di combustibile, simili a quelle che sfruttano composti chimici come il metanolo o l'idrogeno; a differenza di queste, però, viene alimentata e ricaricata con un prodotto ecologico.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Ministero della Difesa americano, Minter Shelly, St.Louis University

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n°pagina 147, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Kleenex e Scottonelle eletti Superbrand

Kleenex e Scottonelle hanno ricevuto il titolo di Superbrand, assegnato ai marchi simbolo del mercato consumer italiano. Il premio ha come scopo la valorizzazione di quei marchi che hanno ottenuto una forte identità e familiarità nel Paese in cui sono presenti. La doppia premiazione di Kimberly-Clark fra i Superbrand riflette l'impegno dell'azienda nell'innovazione e nella ricerca per garantire la qualità che contraddistingue i suoi marchi, e la sua strategia di marketing e comunicazione.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Kimberly-Clark, Kleenex, Scottonelle, Superbrands Council nazionale

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

Tipologia: Breve

Bicchieri in plastica: soluzione per smaltirli

Una soluzione pratica, funzionale e innovativa di raccolta e riciclaggio dei bicchieri in plastica usati nei distributori automatici arriva da Cami di Volpiano (Torino), che propone ai gestori un servizio, pensato e realizzato inizialmente per la ristorazione scolastica. Si chiama Riccio ed è un piano ambientale che permette di non disperdere il polistirolo essenziale per realizzazione di imballaggi e contenitori per alimenti frigoriferi, cassette (video-audio), vasi, cavi, strumenti medicali.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Cami, Riccio

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n°pagina 76, lunghezza 2 e 1/3 pagine

Tipologia: Articolo

Le stilo a caccia di promozioni

Pile/Batterie e Private label: Per le alcaline la quota di mercato si attesta intorno al ..%; ma l'analisi comportamentale del consumatore dice che cerca soprattutto durata e affidabilità a un giusto prezzo per cui anche il brand può giocare un ruolo fondamentale. Il mercato si caratterizza per l'eterogeneità di lay out, politiche di vendita, dinamicità, presenza della marca commerciale. Per un focus mirato rispondono i category manager Conad e Sigma e il Responsabile gd-do Energizer Italia.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- I due tipi di consumatori di batterie: alto utilizzo e basso utilizzo
- **Il mercato delle pile in funzione del posizionamento commerciale**

Allegati:

Citati: Agnus Veenstra, Conad, Energizer Italia, Key Solution, Nielsen, Rossi Massimiliano, Sigma, Terni Stefano

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 94, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Concluso il progetto Duracell a favore del saper scientifico

Si è concluso il progetto "Duracell per le scuole", il programma educativo realizzato da Duracell in collaborazione con il Museo nazionale della scienza e della tecnologia Leonardo da Vinci di Milano, che nel corso del ha coinvolto bambini sensibilizzandoli all'importanza del sapere scientifico e tecnologico. La prima parte del progetto sponsorizzato da Duracell è passata attraverso la riqualificazione degli spazi espositivi del laboratorio di elettrochimica del museo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Duracell, Museo nazionale della scienza e della tecnologia Leonardo Da Vinci di Milano

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

Tipologia: Breve

Novamont, dove la plastica è naturale e biodegradabile

Novamont produce plastica e pneumatici utilizzando Mater-Bi ottenuto da sostanze naturali e biodegradabili. È leader mondiale nella sintesi agricoltura/plastica, con un fatturato di .. milioni di euro, tonnellate di bioplastica prodotte annualmente da materie prime vegetali e ettari di terreno da cui ricavare ... tonnellate di olio riutilizzabile. La produzione riguarda vaschette per alimenti, stoviglie monouso, shopper, pannolini, giocattoli, prodotti per agricoltura e imballaggi.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bmw, Goodyear-Dunlop, Mater-Bi, Montedison, Novamont

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 113, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Una normativa europea per gli accendini sicuri

Nell'Unione europea ogni anno l'uso improprio degli accendini da parte dei bambini causa da a infortuni gravi e circa .. decessi. Questi incidenti possono essere sensibilmente ridotti mediante l'adozione di misure appropriate a garantire standard elevati di protezione della salute e della sicurezza dei consumatori. La Commissione europea ha prescritto a ciascuno Stato membro di adottare provvedimenti affinché siano immessi sul mercato accendini a prova di bambino.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Commissione Europea, Uni En 13869:2003

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 167, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I prodotti italiani con marchio Ecolabel: febbraio 2007

Relativamente i comparti: Arredamento, Calzature, Carta e Carta Tissue, Detergenza casa, Detergenza bucato, Detersivi piatti, Tessili, Vernici. Informazione contenuta nell'articolo "Sostenibilità sulla carta" su LC 6/2007.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **Visualizza questo elemento**

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 171, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Sacchetti biodegradabili: nuovo business ecologico

Si tratta di un business con grandi aspettative ma con poche imprese in grado di parteciparvi. Novamont.... Biotec.....

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Biotec, Conset, Frio, Novamont

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 175, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Il Treno verde di Legambiente

Chinet (la gamma monouso di piatti, ciotole, bicchieri e posate completamente biodegradabile e compostabile perché prodotta con materiali riciclati o derivati da sostanze vegetali) partecipa come sponsor al Treno verde, il primo progetto europeo, promosso da Legambiente di analisi e informazione sull'inquinamento nei centri urbani.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Chinet, Legambiente, Mater-Bi

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 173, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Gli shopper di plastica non saranno più legali

Coldiretti è soddisfatta dell'accoglimento nel maxi emendamento alla Finanziaria della proposta, sostenuta dall'organizzazione degli imprenditori agricoli, di introdurre il divieto di utilizzare, a partire dal ... , i sacchetti della spesa in plastica non biodegradabile...

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Coldiretti

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 0, lunghezza 3 pagine, pubblicato online

Tipologia: Articolo

Pubblicità in rotolo

Strategie: Il settore del tissue è un mercato più affollato di marchi rispetto agli altri Paesi europei e molto competitivo. L'aspetto economico risulta spesso quasi prevalente e non a caso i discount, le private label e le promozioni assumono una grande valenza. Pur con una sofferenza dovuta alla crisi generalizzata dei consumi e alle problematiche legate all'aumento del costo delle materie prime, è un mercato dinamico, alla ricerca di nuove soluzioni nel rapporto qualità/prezzo.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Le agenzie di comunicazione in breve
- Le aziende in breve

Allegati:

Citati: Benadi Marco, Campio Roberta, Cartiera di Varo, Dolci communication group, Foxy, Grundy Jonathan, Kimberly-Clark, Lowe Pirella, Marelli Luisella, Paper group, Poli Giuseppe, Saatchi & Saatchi, Soffass, Sofidel, Trascarta, Verderosa Gianluca

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 104, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Energizer Lithium: le preferite dai tedeschi

Germania: Da un sondaggio è emerso che la pila Energizer ultimate Lithium è stata votata come uno dei prodotti preferiti nella categoria "non-food" seconda solo dietro alla notissima colla "Uhu".

Tablette, grafici e box a corredo:

- I plus riconosciuti dai consumatori alle pile Energizer Lithium

Allegati:

Citati: Energizer Lithium, Lebensmittel Praxis, Progetto: Prodotto dell'anno 2007, Uhu

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n° pagina 62, lunghezza 1,3 Pagine

Tipologia: Articolo

Performance di valore

Mercato&Imprese ha intervistato Andrea Gaeta, marketing & category manager di Varta Batterie su alcuni aspetti che caratterizzano, e hanno caratterizzato, il settore delle pile. Il consumatore ha ridotto gli acquisti dei prodotti di marca che hanno perso dai ... ai ... punti, mentre le marche commerciali hanno guadagnato..... Futuro positivo per le pile ricaricabili, destinato a progredire del ...-...% anno su anno.....

Tablette, grafici e box a corredo:

- Pile: allocazione geografica e per tipologia negozio (2004-gennaio 2005)
- Pile: i formati e le marche private
- Pile: L'importanza dei segmenti (% in volume) (ottobre 2004)
- Pile: le imprese del mercato italiano: Duracell, Energizer, Philips, Panasonic,
- Una riflessione sulle pile: alcaline, zinco-carbone, ricaricabili. Le imprese produttrici in Italia

Allegati:

- [Visualizza questo articolo](#)

Citati: AcNielsen, Duracell, Energizer, Gaeta Andrea , Ibm, Palmolive, Panasonic, Philips, Procter&Gamble, Unilever, Varta Batterie

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n° pagina 48, lunghezza 2 pagine e 1 colonna

Tipologia: Articolo

Lusso in rotolo

Innovazione: la carta igienica è un prodotto di uso comune così come i fazzoletti e i rotoli di carta assorbente. Dai dati del mercato tissue emerge una situazione dinamica: a parità di penetrazione del prodotto c'è una notevole differenziazione delle vendite. Gli Stati Uniti e il Canada hanno un pro capite di .. Kg, alcuni Paesi dell'Europa Occidentale sono allineati ai consumi americani e altri mercati raggiungono la metà del consumo. Si parla di un'opportunità di crescita del ..% in Europa.

Tablette, grafici e box a corredo:

- [L'evoluzione del segmento maxi nel mercato italiano \(in % sul valore\)](#)
- [La crescita potenziale teorica del segmento premium in Europa](#)

Allegati:

Citati: AcNielsen, Alex Pickering, Andrex, Andrex aloe vera, Charmin, Edet, Ets (European tissue symposium), EU Consulting, Georgia Pacific, Hakle, Kimberly-Clark, Metsa Tissue, Moltonel, Renova, Renova Black, Rotoloni Regina, Sca, Sofidel, Uutela Esko, Zewa

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 58, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Una crescita a colori

Usa e getta: il mercato delle stoviglie usa e getta in plastica esprime attualmente un fatturato Italia di circa .. milioni di euro con un incremento che, nel 2005, viene valutato intorno al ..%. Esso rappresenta il comparto prevalente del settore arrivando a coprire una quota corrispondente a circa l'..% del totale. Il restante .. % del mercato in analisi risulta rappresentato da prodotti in cartoncino.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Allegro, Alta Sfera, Auchan, Bbs, Benzi Roberto, Bibo, Bri-Rex, Brio, Carrefour, Cavalli Ivano, Chinet, Coop, Dia, Dinamic Italia, Disney, Elite, FrescoFresco, Gaia, Giano, Gold Party, Granata Luciano, Hormigos, Huhtamaki, Invito, Jet set, Legambiente, Lupo Alberto, Macef, Mattel - Barbie, Nonna Isa, Olè, Paif, Party, Pick-Up, Pollicione, Praticopp, Primia, Primo, Primocasa, Punto D., Rainbow/Winx, Roppo Manuela, Sadoch-Brizzolari, Simonetti Giuseppe, Suragni Monica, Tolo, Tulipe, Warner Bros

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n°pagina 175, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

L'italiano che suona bene sulla carta (da The Grocer)

Rassegna stampa internazionale: Arrivato da Torino nel Regno Unito per assumere l'incarico di presidente di Kimberly-Clark a livello europeo con la responsabilità delle linee Andrex e Kleenex, Alberto Cappellini punta tutto sull'innovazione per rivitalizzare il mercato dei tessuti igienici da toilette e per la pulizia facciale. La strategia per riprendere slancio competitivo è basata sull'introduzione di nuovi prodotti, come una nuova gamma Kleenex su disegni Disney.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n°pagina 59, lunghezza 2, 03 pagine

Tipologia: Articolo

Una spolverata di successi per panni e spugne

Nel 2005 buone performance per il mercato degli strumenti di pulizia per la casa, (+ ... % a volume e +...% a valore) Incremento del ...% dei prezzi. Boom degli assorbipolvere e monouso, che da soli coprono circa il ...% a volume... calo dei prodotti tradizionali. Per ottenere un posizionamento solido in questo mercato: capacità di innovazione, consolidamento della rete distributiva (nel canale della gdo quota del...% degli ipermercati, seguiti dai grandi super (...% circa) e dai super piccoli (...%))

Table, grafici e box a corredo:

- **I canali di vendita in volume e in valore degli strumenti per pulizia casa (in%)**
- **La ripartizione delle vendite in volume di strumenti per pulizia domestica (in%)**

Allegati:

Citati: Bbs, Benzi Roberto, Bergamaschi Matteo, Bianco Riccardo, Bijou, Candido, Carezza, Casallegra, Chiti Claudio, Clean&Go, Doppiouso, DuActiva, Fhp di R. Freudenberg, Francia Lorenzo, FuturMop, InnovAzione, Iri Infoscan, Itesa, La Briantina, Lavapavimenti, Leggera, Logex, Lugli Paolo, Mocio, P&G, Poli Mauro, Pozzetti Luca, Sbrillo, Sisma, Spongy, Spontex, Spontex Fibra Plus, Spontex Microfibra Cucina, Spugna, Strizzo, Swiffer, Tonkita, Velo magico

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n°pagina 161, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

CIP4 - La nuova forza vendite Cip4: esperta e flessibile

Spot: La missione principale del rinnovato reparto commerciale di Cip4 è quella di essere più vicino ai responsabili acquisti e marketing della distribuzione.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Scarica questa Comunicazione di impresa**

Citati: CIP4

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 54, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

[Dinamic Italia - L'innovazione si conferma il motore dello sviluppo di uno specialista negli articoli per la pulizia, la casa e il party](#)

I profili: L'azienda ha fatto della capacità di creare innovazione di qualità e di ideare prodotti "su misura" delle esigenze del mercato, il proprio punto di forza. Cresce così il successo delle sue linee di articoli per la pulizia, l'ordine della casa e degli indumenti, la conservazione degli alimenti e il party usa e getta.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Dinamic Italia, Gold Party, Iso 9001:2000, Le Teglie, Legaveloce, Sgonfiatutto

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 55, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Legaveloce, il sacco nettezza con il manico](#)

L'azienda emiliana Dinamic Italia con flessibilità, innovazione e servizio produce la gamma dei sacchi per rifiuti. Sacchi in plastica extraforti, monouso, colorati, profumati, biodegradabili, dotati di maniglie per l'igiene domestica e la raccolta differenziata di famiglie o condomini. Info contenuta nella comunicazione d'impresa "Dinamic Italia".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Vai alla comunicazione d'impresa che contiene questa informazione](#)**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 77, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[GP Batteries Marketing Italy - GP Batteries, un brand con le carte in regola per la grande distribuzione](#)

Focus: Presente in Italia da oltre 10 anni operando prevalentemente nel settore industriale, da 3 anni la società ha lanciato la propria gamma di pile e batterie consumer, aumentando la propria presenza in questo mercato. In Italia, con una rete di vendita capillare formata da distributori locali e da agenti, è in grado di assecondare al meglio le esigenze di ogni tipologia di clientela, con una strategia di mercato chiara e coerente orientata sia al trade sia al consumatore finale.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: GP Batteries

Largo Consumo, fascicolo 1/2007, n° pagina 34, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Bbs - I panni catturapolvere VeloMagico di Casallegra](#)

Spot: La linea di panni usa e getta VeloMagico rappresenta un valido aiuto per spolverare, pulire pavimenti, mobili e pareti e per rimuovere lo sporco da molte altre superfici. I panni VeloMagico, imbevuti di una speciale sostanza pulente, sono adatti alla pulizia di tutti i tipi di pavimento e raccolgono anche la polvere invisibile.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Bbs, Bbs Catturapolvere, Bbs Guantissimi, Bbs Spolvero, Bbs VeloMagico, Bbs VeloMagico Original, Casallegra

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n° pagina 43, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Dinamic Italia

Le schede aziendali: Dinamic Italia in questi anni si è affermata nella produzione di un variegato assortimento di articoli per la pulizia, l'ordine della casa e degli indumenti e per la conservazione degli alimenti. In tema di innovazione, il 2006 ha visto il lancio di Dinamic ghiacciopronto: buste autochiudenti, provviste di una valvola brevettata. Nei primi mesi dell'anno, ha lanciato un grande assortimento di articoli per la tavola e il tempo libero in due linee: Goldparty e Goldchef.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Cavalli Cecilia, Cavalli Clara, Cavalli Cristina, Cavalli Ivano, Dinamic Cristal Fresco, Dinamic ghiaccio pronto, Dinamic Italia, Dinamic linea Danet, Dinamic linea Energia, Dinamic linea Goldchef, Dinamic linea Goldparty, Dinamic linea Lilà´c, Dinamic Sgonfiatutto, Legaveloce, Linea Dinamic

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n° pagina 47, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

W.I.P.

Le schede aziendali: W.I.P. è oggi un riconosciuto pioniere del settore dei prodotti igienici biodegradabili. Gli assorbenti Love'N lanciati nel 2005, sono stati i primi al mondo a utilizzare materiali compositi derivati da amidi vegetali, ottenendo l'ingresso nel novero dei finalisti del prestigioso premio Visionary Awards. I pannolini monouso raggiungono l'80% di materiali comportabili; gli assorbenti il 97%. Recentemente si è dotata di un codice etico reso pubblico sul sito dell'azienda.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Benedetti Fabio, Benedetti Marco, Centro Tessile Cottoniero, Certificazione Icea Atab, Clinica Dermastologia Università di Parma, Consorzio Naruraè, Fjwd, Giuntoli Elisa, Ingeo, Laboratori Ats Francia, Love´Baby, Love´n, Lysac, Lysorb, Mater-bi, Naturaè, Natureworks Ilc, Novamont, Visionary Awards, W.I.P.

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n° pagina 127, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Varta

Le schede aziendali: Varta Consumer Batteries GmbH & Co. KgaA è parte del gruppo Spectrum Brands. La divisione Varta Consumer Batteries, sotto la guida della sede centrale europea di Francoforte, produce un giro d'affari annuo di oltre 400 milioni di euro e occupa 1.800 persone in 26 Paesi. una joint venture con la Rayovac Corporation, Usa e si firma con il nome di Varta Consumer Batteries. La Rayovac Corporation diventa poi la Spectrum Brands.

Table, grafici e box a corredo:

- Varta nel mondo... e in Italia

Allegati:

- [Leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n° pagina 49, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Cartiera Lucchese - Nuovi investimenti e prospettive di sviluppo per la Cartiera Lucchese

Focus: La necessità di rilanciare gli investimenti nasce dal fatto che il mercato richiede sempre più carta a uso igienico-sanitario a partire dai maceri, purché tale prodotto sia assimilabile per qualità e costi a quelli in pura cellulosa. Solamente attraverso una maggiore efficienza degli impianti e una riduzione dei costi legati alla gestione dei fanghi di cartiera, sarà possibile mantenere e incrementare la produzione attuale di carta tissue ecologica nei prossimi anni.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Cartiera Lucchese, Pasquini Massimo

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 137, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Extralarge – Grandi spazi per un grande marchio: Movida entra in Gd

Focus: Movida propone una gamma completa di prodotti nel settore energia ed elettronica di consumo; un'offerta che raccoglie e anticipa le esigenze di un mercato in continua evoluzione. Oggi Movida è un marchio solido, che ha raggiunto la fase della maturità ed è pronto a intraprendere una nuova sfida: l'ingresso in grande distribuzione. Questa scelta si pone come naturale conseguenza della crescita che il brand ha vissuto in questi anni.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Movida

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 79, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

BBS - I panni igienizzanti VeloMagico di Casallegra

Spot: VeloMagico rappresenta un valido aiuto per pulire i mobili, lavare i pavimenti, vetri e pareti in ceramica e per rimuovere lo sporco da molte altre superfici. Tutti i prodotti VeloMagico sono stati formulati per minimizzare i rischi di sensibilizzazione cutanea e sono biodegradabili al ...%

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Bbs, Casallegra, VeloMagico

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 75, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

O-PAC - Una grande realtà italiana produttrice di salviette umidificate

Focus: Come produttore, con le gamme di prodotti a propri marchi... come partner, con le sue avanzatissime tecnologie a disposizione dei propri clienti per realizzare salviette umidificate in private label per igiene bimbo, cosmesi, igiene personale, pulizia casa, pulizia auto, pulizia animali.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Iso 9001-Vision 2000, Laura Baumer, O-Pac, Speedy Care, Speedy Clean, Università degli Studi di Pavia

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

diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840