

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



Documento in **versione interattiva:**  
[www.largoconsumo.info/062008/PL-0608-003.pdf](http://www.largoconsumo.info/062008/PL-0608-003.pdf)

## CAFFÈ



### Costi del Percorso di lettura:

€ 136,50 (comprensivo iva) - non abbonati  
 € 106,00 (comprensivo iva) - abbonati

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

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

**Aggiornato a:** Largo Consumo 6/2008 e supplementi

**Rif:** PL-0608-003

### Aggiornamenti:

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

Se non sai cosa sia un Percorso di lettura, trovi una spiegazione alla pagina [www.largoconsumo.info/percorsi](http://www.largoconsumo.info/percorsi)

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

#### 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

#### 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*

strutture e i sistemi collegati.

### **Mercato Italia – Beni Durevoli**

#### **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.

### **I CONTENUTI EDITORIALI:**

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2008, n° pagina 18, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

#### **I risultati delle principali imprese alimentari: Sara Lee**

Nel .... e .... il gruppo Sara Lee ha rivoluzionato il portafoglio delle sue attività, cedendone numerose in Europa e negli Stati Uniti. A livello internazionale vi sono le bevande che includono il caffè Douwe Egberts (..% del totale), i prodotti da forno (.%), e quelli per la cura della casa e della persona (..%). I prodotti toiletries hanno registrato il maggiore incremento (+.% in volume).

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

**Allegati:**

**Citati:** Douwe Egberts, Sara Lee

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2008, n° pagina 19, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

#### **I risultati delle principali imprese alimentari: Starbucks**

Starbucks ha rilevato che il giro d'affari è aumentato del ..%, ma, al netto delle nuove aperture soltanto dell'..%. Ancora peggio, i profitti netti sono aumentati dell'.,.% , a causa della lievitazione dei costi. È stato perciò deciso di ridurre il numero delle nuove aperture, dalle previste ..... a .....

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

**Allegati:**

**Citati:** Starbucks

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2008, n° pagina 27, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

#### **Caffè : i risultati del comparto**

Nel settore del caffè (valore della produzione: produzione: ... miliardi di euro, +.,.% , esportazioni +.,.% ) il gruppo gavazza nel .... ha incrementato il fatturato consolidato a ... milioni. Il gruppo Segafredo Zanetti ha ridotto le distanze da Lavazza. A livello civilistico il fatturato .... è stato di ... milioni di euro (+.,.%). Il terzo protagonista del caffè italiano è Illy caffè, che nel .... ha fatturato ... milioni di euro (+.%), con utili netti di . milioni.

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

**Allegati:**

**Citati:** Agrimontana, Dammann frères, Domori, Espressoamente Illy, Espresso Point, Illy Caffè, Latina, Lavazza, Le Méridien, Porto de Santos, Segafredo Zanetti

**Proposte editoriali sugli stessi argomenti:**



**Titolo:** Distribuzione automatica - Codice PL-0508-002

**Edizione:** 5/2008

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/052008/PL-0508-002.pdf](http://www.largoconsumo.info/052008/PL-0508-002.pdf)



**Titolo:** Illy Caffè (cifre e accadimenti) - Codice PL-1107-006

**Edizione:** 11/2007

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/112007/PL-1107-006.pdf](http://www.largoconsumo.info/112007/PL-1107-006.pdf)

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2008, n° pagina 38, lunghezza 2/3 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Caffè: i risultati delle principali imprese agroalimentari 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, su dati Euroring srl.

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

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Barbera 1870 spa, Bei e Nannini spa, Cafè Do Brasil spa, Caffè Moak spa, Caffè Molinari spa, Caffè Moreno srl, Caffè Ninfolè spa, Caffè Pascucci Torrefazione spa, Caffè Trombetta spa, Caffita System spa, Casa del Caffè Vergnano spa, Co.In.Ca. Commercio Industria Caffè spa, Compagnia del Caffè srl, Compagnia Meridionale Caffè spa, Coop Industria scarl pa, Corsino Corsini spa, Dersut Caffè spa, Diemme - Industria Caffè Torrefatti spa, Ekaf - Industria Nazionale del Caffè spa, El Mundo spa, Elio Romagnoli Romcaffè srl, Essse Caffè spa, Fox Italia srl a socio unico, Goppion Caffè spa, Guglielmo spa, Hausbrandt Trieste 1892 spa, Illycaffè spa, Industrie Caffè spa, Luigi Lavazza spa, Mauro Demetrio spa, Milani spa, Miscela D'Oro spa, Moka Efti Societa Lombarda per L Industria ed il Commercio di Caffè spa, Moka Termini srl, Pellini Caffè spa, Pera spa, Quarta Caffè spa, Saquella 1856 srl, Schreyoegg srl, Segafredo Zanetti Coffee System spa, Segafredo-Zanetti spa, Sidac - Break srl, T.N.Y. spa, Torrefattori Associati spa, Torrefazione Ionia spa, Torrefazione Moka Sir's spa, Torrefazione Musetti srl, Torrefazione Parenti spa, Verwerkaf Kaffe spa

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/8 di pagina - pubblicato on line

**Tipologia:** Breve

**Sito web:** [www.hagpleasurmoment.it](http://www.hagpleasurmoment.it)

Il caffè Hag sponsor .... di Umbria Jazz all'insegna della continuità di una tradizione in linea con le scorse edizioni. E agli amanti di musica il nuovo portale [www.hagpleasurmoment.it](http://www.hagpleasurmoment.it) consente di scaricare gratuitamente i brani dei precedenti Umbria Jazz, con in più una sezione promozionale in cui saranno messi in palio ... biglietti omaggio per assistere ai concerti di quest'estate. Il sito non manca di un'informazione relativi a concerti, teatri e ristoranti.

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

**Allegati:**

**Citati:** Caffè Hag, Umbria Jazz, [www.hagpleasurmoment.it](http://www.hagpleasurmoment.it)

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2008, n° pagina 79, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Illycaffè: aromi italiani in Corea**

Illycaffè annuncia l'ingresso di "Espressamente Illy" in Corea, proseguendo l'espansione della catena di locali in franchising, presente già in oltre .. paesi nel mondo. Il primo locale apre in questi giorni a Seul che oggi conta .. milioni di abitanti ed è divenuta undicesima potenza mondiale. Con l'ingresso nel mercato coreano, il marchio espressamente illy potenzia ulteriormente il suo sviluppo nel territorio asiatico - presente già in Cina, India, Giappone, Singapore, Taiwan e Vietnam.

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

**Allegati:**

**Citati:** Curo f&b Co. Ltd, Espressamente Illy, Illy Andrea, Illycaffè



**Titolo:** Autogrill (cifre e accadimenti) - Codice PL-0408-008

**Edizione:** 4/2008

**Editore:** Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/042008/PL-0408-008.pdf](http://www.largoconsumo.info/042008/PL-0408-008.pdf)



**Titolo:** Canale Bar - Codice PL-0207-005

**Edizione:** 2/2007

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/022007/PL-0207-005.pdf](http://www.largoconsumo.info/022007/PL-0207-005.pdf)



**Titolo:** Commercio di transito - PL-0707-012

**Edizione:** 7/2007

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/072007/PL-0707-012.pdf](http://www.largoconsumo.info/072007/PL-0707-012.pdf)

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

**Tipologia:** Breve

**Lavazza parte alla conquista del Brasile**

Sfida non facile per Lavazza: vendere caffè italiano ai brasiliani. Come testa di ponte ha trovato a Rio una piccola società da acquisire, su cui investire .. milioni di euro in .. anni. La denominazione è Café Grão Nobre e con i suoi ... dipendenti è uno specialista del fuori casa, hotel, bar e ristoranti: un nome comunque conosciuto a livello locale con cui partire in un'operazione troppo rischiosa da condurre esclusivamente sotto insegne italiane. Le premesse non mancano.

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

**Allegati:**

**Citati:** Café Grao Nobre, Illy, Segafredo

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2008, n° pagina 11, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Le prospettive estere di Lavazza**

L'annuncio di voler conquistare il mercato brasiliano è uno degli aspetti della strategia Lavazza verso l'estero: uno sviluppo internazionale che ha spinto il fatturato .... a un miliardo di euro, risultato al di là di ogni aspettativa che segna una crescita del .% rispetto all'anno precedente e con un incidenza delle vendite oltrefrontiera che aumenta dal .. al ..% del giro di affari. Così proprio le esportazioni diventano l'obiettivo prioritario nel futuro carnet di iniziative.

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

- **Il business di Lavazza**

**Allegati:**

**Citati:** Barista, Corso, Fresh & Honest, Lavazza, Lavazza Blue, Slim Carlos, Vasco

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2008, n° pagina 11, lunghezza 1/6 di pagina - Estrapolazione da articolo

**Tipologia:** Breve

**Lavazza "a modo mio"**

Nel 2007 Lavazza ha impegnato il marketing nella promozione della macchinetta familiare a cialde "a modo mio" per chiudere l'anno con vendite per ... mila esemplari e ...mila cialde, da assommare ai ... mila pezzi di "Espresso point" e ai ... mila di "Lavazza blue" per un totale di oltre .. miliardi di cialde e .. milioni di euro. Info contenuta nell'articolo "Le prospettive estere di Lavazza".

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

**Allegati:**

- **Vai all'articolo che contiene questa informazione**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2008, n° pagina 51, lunghezza 1/5 di pagina - Estrapolazione da articolo

**Tipologia:** Breve

**Caffè nero bollente**

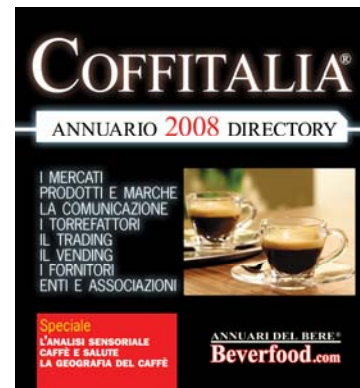
Secondo i dati GfK il mercato delle coffee machine ha aumentato il fatturato del .. % passando dai ...milioni di euro del 2002 agli attuali ... milioni. Un mercato che rappresenta il ..% del giro di affari dell'intero settore: nell'ultimo anno, i piccoli elettrodomestici per cucina sono cresciuti di ..% di cui il ..% è riconducibile alla vendita di coffee machine. Info contenuta nell'articolo "Le marche si accendono".

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

**Allegati:**

- **Vai all'articolo che contiene questa informazione**

**Citati:** GfK



**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](mailto:pubblicita@largoconsu.mo.it)

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2008, n° pagina 62, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Procter&Gamble scorpora il caffè**

Un piano di scorporo del caffè è stato preannunciato da Procter & Gamble che intende dar vita a un'autonoma entità denominata The Folger Coffee Company. La nuova azienda, con sede a Cincinnati, nell'Ohio, avrà circa ..... addetti operativi nei . siti statunitensi, gestendo un fatturato che nel .... ha registrato circa .. miliardi di dollari con un utile operativo di ... milioni. L'obiettivo dichiarato all'origine della transazione è la valorizzazione del comparto a favore degli investimenti.

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

**Allegati:**

**Citati:** Procter & Gamble, The Folger Coffee Company

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2008, n° pagina 94, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**I prezzi di una tazzina di caffè al Nord e al Sud**

Se a Palermo un caffè può costare appena .. centesimi, in un bar del centro di Bologna si può pagare .. euro, il ...% in più. La forbice tra il minimo e il massimo di una tazzina di caffè conferma in genere una netta distanza tra Nord e Sud. Nei capoluoghi del Nord il valore massimo registrato nei bar cittadini non scende al disotto dei .. centesimi di euro a Genova e Trieste, nonostante la media degli .. di Milano. Al sud, al contrario, Bari (.. centesimi) è l'unica città a superare soglia ...

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

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2008, n° pagina 142, lunghezza 4 e 2/3 di pagina

**Tipologia:** Articolo

**Allineati per l'espresso**

Caffè: Il comparto domestico tira solo per le soluzioni bar. E' il quadro in cui operano realtà di primo piano comparabili per fatturato, ma con qualche problema per i costi. Caffè Cagliari, Caffè Carraio, Caffè Corsini, Guglielmo, Quarta Caffè, Zicaffè. Quasi tutte le aziende prese in considerazione hanno ottenuto nel corso del .... incrementi del fatturato. Per quanto concerne i margini operativi, tutte, a eccezione di Zicaffè, evidenziano contrazioni in valori percentuali del fatturato.

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

- **I raffronti: 2006 (valori in migliaia di euro)**
- **Le variabili utilizzate per le proiezioni: 2007-2009**
- **Raffronti prospettici: 2007-2009 (2007-2009)**

**Allegati:**

**Citati:** American Coffee, Buongusto, Caffè Cagliari, Caffè Carraro, Caffè Corsini, Caffè Corsini Elite Bar, Caffè d´Elite, Caffè Quarta, Carraro Gaetano, Classico, Contromarca, Corsino Corsini, Decaffeinato Bar Cialde, Don Cortez, Espresso Casa, Globo Oro, Globo Rosso, Globo Verde, Guglielmo Point, Guglielmo Roma, Istituto Nazionale Espresso Italiano, Mastri Torrefattori, Mokaccè, Mokaffè Industria Torrefazione del Caffè, Primo Mattino, Qualità Oro, Special Bar, Superior, Surameris, Uni En Iso 9001:2000, Zicaffè, Zichitella Vito

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2008, n° pagina 0, lunghezza n.d.

**Tipologia:** Breve

**Coca Cola conquista anche il caffè**

Notizie in corso: The Coca-Cola Company e Illycaffè SpA hanno annunciato di aver formalizzato la joint venture a livello globale, comunicata lo scorso ottobre, e lanciano sul mercato tre nuovi prodotti a base di caffè pronti da bere in confezione lattina a marchio Illy.

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

**Allegati:**

- [Leggi questa notizia](#)

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2008, n° pagina 92, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Necrologi: Ernesto Illy**

A .. anni è morto Ernesto Illy, figlio del fondatore di Illycaffè. Nominato Cavaliere del lavoro nel .... dall'allora presidente della Repubblica Oscar Luigi Scalfaro, laureato in chimica, Ernesto Illy è stato il vero artefice del successo di Illycaffè, società fondata nel .... dal padre Francesco, ex ufficiale di origine ungherese.

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

**Allegati:**

**Citati:** Illy Ernesto, Illy Francesco, Illycaffè, Scalfaro Oscar Luigi

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2008, n° pagina 0, lunghezza n.d.

**Tipologia:** Breve

**Fairtrade Italia: più 35% nel 2007 le vendite a volume di prodotti certificati**

Notizie in corso: il caffè cresce del 23%, il tè del 36%, il cacao del 23% mentre il cioccolato del 9%. Con la raccolta dati dell'ultimo trimestre 2007, sono stati completati le cifre relative alle vendite a volume dei prodotti certificati Fairtrade dello scorso anno.

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

**Allegati:**

- [Leggi questa notizia](#)

**Citati:** -

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

**Tipologia:** Breve

**Nestlé punta sul fuori casa**

Svizzera: L'Out-Of-Home, settore in sviluppo che Nestlé considera strategico: tanto da dedicarvi una struttura all'avanguardia. E' il nuovo Nestlé Professional Beverage Centre, a Orbe: primo centro specializzato sul business del bere fuori casa che costituisce la più grande concentrazione di conoscenze sul caffè al mondo. Progetto che si inquadra nel passaggio, recentemente annunciato, della divisione Foodservice a quella Professional, unit globale dedicata al mercato dei consumi fuori casa.

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

**Allegati:**

**Citati:** Neslètè Professional Beverage Center, Nestlè, Out-Of-Home

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2008, n° pagina 17, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Starbucks in crisi?**

Starbucks ha aperto oltre ..... punti di vendita nel ....., ma nell'ultimo trimestre ha registrato per la prima volta "crescita zero" del fatturato di alcuni locali. Tuttavia, malgrado questa crisi, l'azienda punta a ..... punti vendita, superando anche McDonald's che con i suoi ..... fast food tiene salda la leadership nella distribuzione food. Dall'inizio del ....., Starbucks ha perso un terzo del valore, anche se il fatturato, grazie ai nuovi negozi, è cresciuto anche quest'anno del ..%.

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

- **I risultati di Starbucks: 2007**

**Allegati:**

**Citati:** McDonald's, Schultz Howard, Starbucks

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2008, n° pagina 67, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Variazione di sede sociale: Luigi Lavazza**

Dall'1 gennaio Luigi Lavazza incorpora per fusione le tre società Coinca Spa di Verres (Ao), Mokadec srl di Pozzilli (Is) e Mokapak srl di Gattinara (Vc), le cui attività verranno prese in carico dalla incorporante.

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

**Allegati:**

**Citati:** Coinca, Luigi Lavazza, Mokadec, Mokapak

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2008, n° pagina 117, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Mapic premia "espressamente illy"**

Illycaffè è tra i vincitori della tredicesima edizione del Premio Mapic che, nell'ambito dell'omonima manifestazione, da dodici anni premia le insegne che hanno saputo distinguersi per dinamismo e capacità di implementazione del concept all'estero. Tra le vincitrici, a illycaffè con la sua catena di locali in franchising espressamente illy è andato il Premio nella categoria Ristorazione. L'insegna riflette l'immagine dell'Italia nel mondo, della sua cultura e professionalità.

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

**Allegati:**

**Citati:** Biviano Giacomo, Emea Illycaffè, Espressamente illy, Illycaffè, Mapic

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

**Tipologia:** Breve

**Caffè all'indiana**

India: Lavazza ha concluso due importanti accordi di acquisizione la scorsa primavera a Mumbai, con un duplice contratto di acquisto di Barista Coffee Company Ltd e Fresh Honest Cafè Ltd siglato con Sterling Infotech Group, premessa, si ritiene, per probabili ulteriori sviluppi in un Paese, l'India, dove pare si conosca bene l'arte di preparare un buon caffè. Lavazza ha consolidato nel .... un fatturato di ... milioni di euro dando lavoro a livello internazionale a circa ..... dipendenti.

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

**Allegati:**

**Citati:** Barista Coffee Company, Fresh Honest Cafè, Lavazza, Sterling Infotech Group

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

**Tipologia:** Breve

**Coca-Cola e Illy, un'alleanza d'aroma**

Coca-Cola e Illy, un'alleanza che può definirsi storica. La multinazionale americana e il produttore di Trieste l'hanno siglata per lanciare sul mercato, a partire dall'anno prossimo, una bevanda di alta gamma a base di caffè. Illy può contare sulle dimensioni di un gruppo che fattura ... miliardi di dollari l'anno (circa .. miliardi di euro), ha un utile netto di oltre . miliardi di dollari e più di ... marchi in portafoglio per un consumo giornaliero di .. miliardi di bevande.

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

**Allegati:**

**Citati:** Coca-Cola, Illy, Nestlè, Pespi, Starbucks

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2008, n° pagina 15, lunghezza 1/4 di pagina – Estrapolazione da articolo

**Tipologia:** Breve

**Bialetti: punti vendita aperti con caffè di qualità**

Negli scaffali del flagship store Bialetti di Brescia è possibile trovare il caffè, fatto con Illy, Cuor di Moka e la macchina per l'espresso in casa Mokona. Bialetti apre al caffè italiano con miscele di qualità e per il 2008 commercializzerà nuove capsule di caffè a marchio proprio. Info contenuta nell'articolo "Una rete di negozi Bialetti".

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

**Allegati:**

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

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2008, n° pagina 22, lunghezza 1/6 di pagina – Estrapolazione da articolo

**Tipologia:** Breve

**Illy: il prezzo equo del caffè**

Illy acquista il caffè direttamente dai coltivatori pagando per ogni sacco un prezzo equo di ... dollari in più rispetto alle quotazioni di mercato. Promuove iniziative etiche al fine di migliorare le modalità di coltivazione nelle piantagioni brasiliane. Info contenuta nell'articolo "Etici ma silenziosi".

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

**Allegati:**

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

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2008, n° pagina 108, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**La bellezza del caffè**

La Reggia di Versailles ha fatto da suggestivo scenario alla presentazione del Calendario Lavazza ..... The Most Majestic Espresso Experience, questo il titolo della ..° edizione del calendario, è stato realizzato dal fotografo scozzese Finlay MacKay con la direzione creativa dell'agenzia Armando Testa. Il filo rosso di questa edizione è il mondo dell'Art Nouveau, con richiami alle corti di Francia, alle corti cinesi e persino al medioevo cavalleresco.

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

**Allegati:**

**Citati:** Calendario Lavazza 2008, Damiani, Lavazza, Lavazza Francesca, MacKay Finlay, Testa Armando, The Most Majestic Espresso Experience, Westwood Vivienne



*Mercato Italia Durevoli*, fascicolo 12/2007, n° pagina 24, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Piccoli elettrodomestici, illuminotecnica, tv e radio: Saeco**

Saeco, controllata al ..% dalla finanziaria francese Pai, nell'esercizio .... ha fatturato ... milioni di euro (+.%), con una perdita di . milioni. Ha ristrutturato le sue attività e all'inizio di quest'anno ha annunciato la chiusura dello stabilimento Gaggia in provincia di Milano.

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

**Allegati:**

**Citati:** -

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2007, n° pagina 8, lunghezza 1/7 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**La ripartizione per canale di vendita degli acquisti alimentari domestici in volume: 2006 (in %)**

Carni, salumi e uova, derivati dei cereali, latte e derivati, ittici, ortofrutta, oli e grassi, zucchero, sale e caffè e bevande nei canali: super, iper, libero servizio, discount, alim. freschi, ingrosso e altri.

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

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** -

*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 ortofrutticole, 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 22, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Cioccolato: Fatti e cifre salienti del settore in Italia (2006)**

I prodotti di cioccolato stanno vivendo una fase di sviluppo: nel .... il fatturato del settore è aumentato a quasi . miliardi di euro (+.% , in quantità +.,.%). In prima posizione Lindt & Sprungli, con un giro d'affari in Italia di ... milioni di euro (+.,.%), con utili netti di ., . milioni. Controlla al ...% Caffarel [...]. L'italiana Icam nel .... ha aumentato il fatturato a .. milioni di euro (+..%), con utili netti del ., . %...

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

- **I risultati delle principali imprese di settore**

**Allegati:**

**Citati:** Caffarel, Icam, Lind & Sprungli

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2007, n° pagina 23, lunghezza 1/2 pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**La bilancia agroalimentare italiana: 2001 - 2005 (in mln di euro)**

Esportazioni, importazioni, saldi commerciali su dati Federalimentare relativamente i comparti: Acque minerali e gassate, Birra, Caffè, Conserve carni, Conserve ittiche, Dolciari, Ittici, Lattiero-casearia, Mangimistica, Molitoria, Oli e grassi, Pastaria, Riso, Superalcolici, Trasformazione Ortofrutta, Vino, Zootecnici, Zucchero.

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

**Allegati:**

**Citati:** -

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2007, n° pagina 23, lunghezza 1/2 pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**L'import/export delle filiere agroalimentari italiane: 2001-2005 (in mln di euro)**

Conserve carni, Mangimistica, Lattiero-casearia, Prod. primari zootecnia, totale zootecnia, Conserve ittiche, Prod. primari ittici, totale ittici, Pastaria, Dolciari, Trasformazione ortaggi, Trasformazione frutta, Riso, Caffè, Molitoria, Zucchero, Oli e grassi, Altri prod alimentari, Prod. primari vegetali-forestali, totale vegetali, Enologica, Acque minerali/ bev.gassate, Acquaviti e liquori, Alcool etilico, Birra.

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

**Allegati:**

- **Visualizza questo elemento**

**Citati:** Federalimentare

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2007, n° pagina 25, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Caffè: Fatti e cifre salienti del settore in Italia (2006)**

Il settore del caffè nel 2005 ha leggermente aumentato il valore della produzione a oltre .. miliardi di euro e quello delle esportazioni a .. milioni (+..%). Nei primi dieci mesi del 2006 le esportazioni sono aumentate quasi del ..%. Sono quattro le aziende leader in Italia...

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

- **I risultati delle principali imprese di settore**

**Allegati:**

**Citati:** Agrimontana, Bialetti, Brodie Melrose Drysdale & Company, Damman Freres, Espresso, Illy, Iperespresso, Lavazza, Segafredo Zanetti, Starbucks

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2007, n° pagina 25, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**La spesa delle famiglie per alimentari e bevande: 1996-2005 (valori a prezzi correnti)**

Relativamente a Pane e cereali, Carne, Pesce, Latte, formaggi e uova, Oli e grassi, Frutta, Vegetali incluse le patate, Zucchero, marmellata,, miele, sciroppi, cioccolato, e pasticceria, Generi alimentari n.a.c., Caffè, tè e cacao, Acque minerali, bevande, gassate e succhi, Bevande alcoliche.

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

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Istat

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2007, n° pagina 29, lunghezza 1/4 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Gli investimenti pubblicitari netti nel settore bevande: 2003-2006**

Sui mezzi (tv, radio, newspapers, magazines, outdoor, cinema), Top spender (Cogedi International, Campari Davide, Coca-Cola, Lavazza Luigi, Heineken Italia, Nestlé Div. Acque, San Benedetto, Soc. Gen. Acque Min. Birra Peroni, Montenegro), Classi di prodotto (acqua min. naturale/gassata, birre alcoliche, caffè normale, acqua min. linea, liquori brown-altri, liquori dolci, bevande piatte-base tè, aperitivi alcolici, bevande gassate-cole)

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

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Campari Davide, Coca-Cola, Cogedi International, Heineken Italia, Lavazza Luigi, Montenegro, Nestlé, Peroni, San Benedetto, Società generale acque minerali

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2007, n° pagina 30, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**La spesa delle famiglie per alimentari e bevande: 1996-2005 (a valori concatenati)**

Relativamente a Pane e cereali, Carne, Pesce, Latte, formaggi e uova, Oli e grassi, Frutta, Vegetali incluse le patate, Zucchero, marmellata,, miele, sciroppi, cioccolato, e pasticceria, Generi alimentari n.a.c., Caffè, tè e cacao, Acque minerali, bevande, gassate e succhi, Bevande alcoliche.

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

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** -

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2007, n° pagina 32, lunghezza 1/3 pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**La produzione dell'industria alimentare per gruppo di prodotti: 1998- 2005 (var. % su volumi anno precedente)**

Gruppi di prodotti considerati: Acqua, Birra, Biscotteria, Burro Oli e grassi veget-anim, Carne e derivati, Carni , Farine e semole, Gelati, Ind. Lattiero-casearia, Ittici, Ortofrutticoli, Pasticceria industriale, Salumi, Soft drink, Succhi di frutta, Superalcolici, Vino, Zucchero.

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

**Allegati:**

**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.

**Tabelle, 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

**Le prime 50 imprese agroalimentari per Roi: 2005 (in %)**

I valori delle prime 50 imprese. Nelle prime posizioni, con roi superiore al ...% si trovano ... aziende ... sono le imprese con un roi tra il ...% e il ...%. Tra queste imprese ad alta redditività degli investimenti si trovano aziende di tutti i settori, tra le quali Ferrero, Roquette Italia...

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

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Acetificio Marcello De Nigris, Acetum, Agri-Nuts, Amaro Lucano, Ambrosio, Azienda Agricola Coppini Arte Olearia, Aziende Dolciarie Riunite, Casa Vinicola Bennati, Casa Vinicola Botter Carlo e C, Caseificio Ghidetti, Cav Pasquale Vena & Figli, Centro Sperimentale del Latte, Claire, Distillerie Fratelli Ramazzotti, Esca, Ferrari Mangimi, Forneria Galbusera, Fratelli Bolla, Gelati Stocchi, Inpa, Italpizza, La Centrale del Latte di Alessandria e Asti, La Parmense Prosciutti, Lacto Siero Italia, Liking, Monge & C, Nova Funghi, Nuova Martignana, Nuova Santa Rosa, Nuova Tort Uovo, Oleificio di Ponte San Marco, Padania Alimenti, Panealba, Pasticceria Torino, Pastificio di Chiavenna, Prodotti Stella, Raviolificio Lo Scoiattolo, Real Aromi, Righi, Riso Principe, Roquette Italia, Saccaria Caffè, Sagest, Salvo, Santi Flli, SaRe Salumificio Reggiano, Sibil, Società Trentina Lieviti, SoFA, Vini SCIC, Zini Prodotti Alimentari

*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, Zuccheri.

**Tabelle, 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.

**Tabelle, 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.

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

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2007, n° pagina 63, lunghezza 1/4 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Pellini Caffè espone la strategia estremo oriente**

Inaugurati i primi Pellini Coffee Corner all'inizio dell'anno in Giappone, il quinto torrefattore italiano, con volumi per ..... tonnellate annue per un fatturato di .. milioni di euro, si affida ora per distribuire caffè in tutto il territorio cinese al proprio importatore taiwanese Yu Chang Trading, che ha aperto un ufficio a Shangai all'insegna del servizio al settore horeca che comprende, oltre all'offerta di caffè in grani, anche vendita, noleggio e comodato d'uso delle macchine.

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

**Allegati:**

**Citati:** Pellini Caffè, Pellini Coffee Corner, Yu Chang Trading

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2007, n° pagina 117, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Cpc annuncia i vincitori del premio**

Cpc (Consorzio Promozione Caffè) ha annunciato i vincitori della decima edizione del premio giornalistico De Coffea "Caffè... le parole per dirlo". La giuria, formata da professionisti del settore medico-scientifico e della comunicazione ha premiato Monica Marelli per Starbene per la sezione Stampa d'Informazione e Divulgazione, Massimo Valz Gris per la sezione Stampa Tecnica, Specializzata e Scienza e Elena Dusi di la Repubblica sempre per la sezione Stampa d'Informazione e Divulgazione.

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

**Allegati:**

**Citati:** Cpc, Dusi Elena, For Men Magazine, La Repubblica, Leone Grazia, Marelli Monica, Uno Mattina, Valz Gris Massimo, Zito Marilisa

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2007, n° pagina 66, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Nuovi soci per l'espresso italiano**

L'Istituto Nazionale Espresso Italiano, che tutela la qualità dell'espresso e del cappuccino come specialità tipiche attraverso la certificazione sensoriale, ha acquisito tre nuovi soci: Caffè, torrefazione attiva a Napoli dal ...., la Marzocco è uno specialista delle macchine per il caffè espresso e dei macinadosatori che esporta in più di .. Paesi del mondo, Tuttoespresso dal .... fornisce sistemi porzionati per bevande calde basati su macchine e capsule proprietarie.

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

**Allegati:**

**Citati:** Caffè, Istituto nazionale espresso italiano, Marzocco, Tuttoespresso

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2007, n° pagina 106, lunghezza 3 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Qualche tazzina non può far male**

Caffè: E' sicuro per il cuore? I medici ora assicurano di sì, purché non si ecceda; ma è il consumatore che va orientandosi sulle alternative senza caffeina. -. caffè al giorno non causano ipertensione né cardiopatia ischemica; anzi i composti fenolici contenuti potrebbero avere un ruolo preventivo delle malattie cardiovascolari. Quanto però al consumo in Italia, l'unico segmento con incrementi interessanti - . anni di crescita continua, il +..% contro lo ..% dell'espresso - è il decaffeinato.

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

- Box: Un approccio multidisciplinare
- Box: Un' autorità nel campo della nutrizione

**Allegati:**

**Citati:** Aggiornamenti Zuccheri, Borghi Claudio, Buccella, Buccella Giuseppe, Café do Brasil, Circolo della Stampa di Milano, Civati Guido, Cogeco, Conti Andre Alberto, Cubi Alessandro, D'Amicis Amleto, De Coffea, Fondazione Don Carlo Gnocchi di Firenze, Fosan (Fondazione per lo Studio degli alimenti e della nutrizione), Inran, Kimbo, Kraft Foods, La rivista di Scienza Dell'Alimentazione, Lavazza, Melazzi Katia, Natella Fausta, Policlinico S.Orsola-Malpighi di Bologna, Rubino Maria, Sinu (Società italiana di nutrizione umana), Sisa, Università di Firenze, Verwerkaf

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2007, n° pagina 180, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il cappuccino va in Spagna e in Giappone**

L'Istituto internazionale assaggiatori caffè, ssociazione senza fini di lucro con ..... soci in Italia e all'estero, dopo la riconferma del presidente Sergio Cantoni, continuerà a esportare la cultura dell'espresso e del cappuccino nel mondo. Al via forti sinergie con la Spagna e il Giappone, in cui è già alto il numero degli assaggiatori patentati dall'Istituto. In entrambi i Paesi l'espresso e il cappuccino stanno riscuotendo consensi notevoli e contiamo già su un buon numero d'associati.

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

**Allegati:**

**Citati:** Cantini Sergio, Istituto Internazionale assaggiatori caffè, Momoi Yumiko, Odello Luigi, Sana Marcos

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2007, n° pagina 26, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Dalla moka alla cialda**

Caffè e macchine domestiche: Il mercato dell'espresso domestico è aumentato del ...% attestandosi intorno a .. mln mentre a unità l'incremento è stato del ...%. Il .... ha mosso un volume di oltre . milioni di macchine per espresso in .. Paesi europei (+..% sul ....) per un valore di ... milioni di euro (+.,.% sul ....). Il successo delle macchine per caffè espresso ha comportato un allargamento del mercato del caffè porzionato che nel .... ha raggiunto circa .. miliardi di pezzi.

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

- **La segmentazione delle macchine espresso: 2006**
- **Volumi e valori delle macchine espresso: 2005**

**Allegati:**

- **Inviti alla lettura: la lettura gratuita di questo articolo vi offerta da Kraft**

**Citati:** Ariete, Astra Ricerche, Biviano Giacomo, Brasilia, Caffè Cagliari, Caffè Kimbo, Consorzio Ese, Conte Stefano, Francis Francis, GfK Marketing services, Gioia Vito, Illycaffè, Kraft Foods, Labcaffè, Laratta Paolo, Ognibene William, Procaffè, Riva Vittorio, Rossi Giampiero, Rubino Michele, Saeco, Scravaglieri Simona

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2007, n° pagina 64, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Quotazioni delle materie prime**

Indice generale delle quotazioni delle materie prime: prodotti alimentari (bevande, cereali, frumento, riso, carni, grassi, burro, cacao, caffè, zucchero), non alimentari (lana, cotone, gomma, legno cellulosa), fonti energetiche (petrolio greggio, gasolio, benzina, olio combustibile).

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

- Indici ponderati alcune materie prime "non food" aventi mercato internazionale 06-07 (euro correnti. 1977=100)
- Indici ponderati principali fonti energia aventi mercato internazionale 06-07 (su euro correnti, 1977=100)
- Prodotti alimentari - indici ponderati dei prezzi delle merci aventi mercato internazionale: 2006-2007 (euro correnti, 1977 = 100)
- Variazione % aprile 2007/aprile 2006

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2007, n° pagina 141, lunghezza 1/4 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Trieste Science Prize 2007**

L'Accademia delle scienze per i Paesi in via di sviluppo e Illycaffè sostengono lo Scienze Prize, il premio istituito dalla Twas in collaborazione con il Comune di Trieste, destinato agli scienziati dei Paesi in via di sviluppo, che lavorano e vivono nel Sud del mondo, e che hanno ottenuto importanti risultati svolgendo ricerche le istituzioni di tali Paesi.

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

**Allegati:**

**Citati:** Fiera Fest, Goverdhan Mehta, Illycaffè, Presidenza della Repubblica italiana, Rafael-Estrella Luis, Science Prize 2007, Twas (Accademia della scienza per i paesi in via di sviluppo)

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

**Tipologia:** Articolo

**Un caffè in musica**

Nel marketing dell'esperienza le implicazioni emotive superano il valore del prodotto fondendo consumi e intrattenimento. Come fanno i leader della ristorazione a tema: Planet Hollywood, Hard Rock Café e Starbucks, proponendo caffè e colazioni in musica e cene arricchite da un suggestivo mix di design, ambientazione, spettacolo. È una formula vincente: solo la catena Hard Rock Café è diventata un impero composto da ... strutture suddivise tra ristoranti, casino e alberghi in .. Paesi del mondo.

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

- La ristorazione a tema in poche parole

**Allegati:**

**Citati:** Earl Robert, Hard Rock Café, Morton Peter, Planet Hollywood, Schultz Howard, Starbucks, Tigrett Isaac

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/4 di pagina - pubblicato on line

**Tipologia:** Breve

**Gaggia trasferisce le macchine da caffè**

Gaggia chiuderà lo stabilimento di Robecco sul Naviglio, tra Milano e Novara, dove rimarranno attivi gli uffici commerciali, trasferendo la produzione di macchine da caffè in Romania, dove da tempo vengono realizzati prodotti dello storico marchio. Questa la decisione di Saeco, che ha acquisito nel .... Gaggia per poi confluire nel fondo francese di private equity Pai.

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

**Allegati:**

**Citati:** Gaggia, Saeco

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

**Tipologia:** Breve

**Ma quanto costa una tazzina di caffè?**

Il prezzo del caffè in Europa e nei principali Paesi del mondo non è costante; così come ha un andamento disgiunto anche il mercato della materia prima. La più diffusa e meno pregiata varietà Robusta ha fatto registrare un incremento del ..% sui mercati internazionali nell'ultimo anno; mentre la varietà Arabica è rincarata solo del .% nello stesso periodo. I prezzi più alti per una tazzina si ritrovano comunque in Europa. Il caffè più caro viene venduto tra Vienna, Bruxelles e Parigi.

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

- **Il costo di una tazzina di caffè: gennaio-marzo 2007 (in euro)**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2007, n° pagina 22, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Lavazza in India per diventare leader**

Lavazza pone in India le premesse per la conquista di un nuovo grande mercato. Ha acquisito infatti . società leader dei rispettivi canali di servizio. La prima, Fresch & Honest Cafè di Cennai, nello stato di Madras, è una specialista nel campo della tostatura dei grani di alta qualità destinati alle macchine per il servizio automatico. L'altra è la catena Barista che ha all'attivo oltre ... punti di vendita destinati a diventare ... entro il .... grazie all'apporto italiano.

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

- **La forza globale di Lavazza: 2006**

**Allegati:**

**Citati:** Barista, Fresch & Honest Cafè, Lavazza



*Largo Consumo*, fascicolo 6/2007, n° pagina 37, lunghezza 3 Pagine

**Tipologia:** Articolo

**Una tazzina tira l'altra**

In Italia la produzione di caffè torrefatto cresce nel 2005 del ..%; il mercato interno registra una crescita in valore dell'..%, in volume dell'..% e una certa evoluzione. In ambito domestico le cialde/capsule per espresso continuano a ottenere la performance migliore (+..%) grazie alle capsule di plastica e all'incremento di referenze sugli scaffali della gdo. Il canale horeca registra un calo del ..% dovuto allo spostarsi dei consumi verso la distribuzione automatica che cresce del ..%.

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

- Box: Braccio di ferro tra Lavazza e Starbucks
- **I dati dei Paesi esportatori membri Ico (in mln di sacchi): 2003-2006**
- **Le esportazioni dei Paesi produttori: 2002-2005 (in %)**

**Allegati:**

**Citati:** Comitato italiano caffè, Databank, Ico (International coffee organization), Istat, Istituto nazionale espresso italiano, Lavazza, Marchesi Gualtieri, Odello Luigi, Pantaloon, Rizzitano Antonio, Starbucks, Sterling Infotech, Vaccarini Giuseppe

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2007, n° pagina 40, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Braccio di ferro tra Lavazza e Starbucks**

Informazione contenuta nell'articolo "Una tazzina tira l'altra" su LC 6/2007. Lavazza sta procedendo all'acquisto del 50% della catena locale Barista, forte di 150 esercizi e posseduta dal gruppo Sterling Infotech. Sull'altro lato della barricata c'è Starbucks....

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

**Allegati:**

**Citati:** Barista, Lavazza, Pantaloon, Starbucks, Sterling Infotech

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2007, n° pagina 169, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Café do Brasil riduce l'impatto ambientale**

Café do Brasil ha adottato il sistema di gestione ambientale Iso ..... per ridurre al minimo gli impatti sull'ambiente durante i processi di produzione. La certificazione riguarda la produzione di caffè torrefatto macinato e in grani, nelle fasi di miscelazione, tostatura, confezionamento, stoccaggio e vendita. Gli aspetti principali sono il controllo delle emissioni dei fumi in atmosfera e l'impatto di imballi e confezioni del prodotto sull'ambiente.

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

**Allegati:**

**Citati:** Café do Brasil, Gorgoglione Domenico, Iso 14001

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2007, n° pagina 24, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il marchio del tè francese a Illycaffè**

Diario della produzione: Il tè come segmento di ulteriore sviluppo del business Illycaffè, che ha portato gruppo Illy, la holding di famiglia, a acquisire la maggioranza delle quote, il ..%, di Dammann Frères, azienda francese che seleziona e produce tè di alta gamma. L'acquisizione si affianca alle altre due importanti operazioni: l'acquisto dell'...% di Domori, (cioccolato extrafine) e quello del ...% di Agrimontana, (alta pasticceria)

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

**Allegati:**

**Citati:** Agrimontana, Dammann Frères, Domori, Illy Caffè, Jumeau-Lafond

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2007, n° pagina 28, lunghezza 1/2 pagina

**Tipologia:** Breve

**McDonald's scommette sul caffè**

Diario della distribuzione: Secondo l'autorevole rivista americana Consumer Report, il caffè di McDonald's supera, per gusto e convenienza (... dollari), quello di Burger King, Dunkin' Donuts e, soprattutto, di Starbucks. La svolta, accompagnata da una maggiore attenzione alla salubrità dei cibi e ai prodotti cosiddetti premium come il caffè, ha permesso di chiudere l'ultimo trimestre del 2006 con un reddito in crescita del ...%

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

**Allegati:**

**Citati:** Burger King, China Petroleum and chemical corporation, Dunkin' Donuts, McDonald's, Sinopec, Starbucks

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2007, n° pagina 29, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il colosso elvetico ancora in crescita**

Diario della finanza: Boom, dei ricavi per Nestlé, che ha registrato .. mld di franchi di utile netto, il +..% rispetto al 2005, raggiungendo un fatturato di .. mld corrispondenti a una crescita del..% sull'anno precedente. La crescita mediante acquisizioni è valso il ..% di incremento complessivo. Obiettivi tra il .. e il ..% come crescita organica programmati anche per il 2007, puntando inoltre a migliorare il margine operativo a tassi costanti che è stato del ..% nel 2006.

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

- **Le cifre della crescita di Nestlé: 2006**

**Allegati:**

**Citati:** Nestlé, Novartis

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

**Tipologia:** Breve

**Italiani doc caffè e cappuccino**

La lotta alle contraffazioni non riguarda soltanto i marchi commerciali italiani, ma anche specialità tipiche come l'espresso e il cappuccino. della Camera dei deputati. Prevede la creazione di un registro dei prodotti tipici, tradizionali, originariamente italiani ad "Autenticità certificata". Espresso e cappuccino saranno tra i primi a venire inseriti nella definizione prevista dal disciplinare dell'Istituto nazionale espresso italiano.

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

**Allegati:**

**Citati:** Elsdays2007, Istituto nazionale espresso italiano, Rimini Fiera

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2007, n° pagina 153, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Apri a Bangalore l'Università del caffè**

A Bangalore c'è l'Università del caffè, la struttura di formazione istituita da Illy con l'obiettivo di accrescere e diffondere nel mondo la cultura del caffè.

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

- Le sedi dell'Università del caffè Illy

**Allegati:**

**Citati:** Illy Caffè, Morelli Roberti, Università del caffè di Trieste

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 73, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**A Necta & Wittenborg le macchine da caffè in capsula**

I marchi Blue Lavazza ed Espresso Point, come dire il business delle macchine per caffè in capsula per casa, uffici e bar, passano sotto il controllo della bergamasca Necta & Wittenborg, l'ex Zanussi vending oggi leader europeo dei distributori automatici per caffè, bevande e snack.

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

**Allegati:**

**Citati:** Blue Lavazza, Espresso Point, Lavazza, Necta & Wittenborg, Sgl, Zanussi vending

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 109, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Parte da Tokyo Illy Espressamente**

Franchisor & Franchisee: Il locale di Nihonbashi, il cuore commerciale della capitale nipponica, è il primo dei ... Espressamente Illy che l'azienda triestina intende aprire nel mondo nell'arco dei prossimi 5 anni. Il progetto prevede un contratto di licenza con royalty annuale e offre, di contro, consulenza e sostegno nell'utilizzo e nella progettazione su misura di modelli architettonici distintivi per il bar, l'ambientazione e la formazione.

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

**Allegati:**

- **Vedi anche: "I 'Campioni' italiani dell'internazionalizzazione"**

**Citati:** Illycaffè, Trazzi Luca

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 117, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**E' nato il cappuccino certificato di Inei**

Ha un aroma intenso in cui ai soffici sentori di fiori e di frutta si aggiungono quelli più prestanti di latte, di tostato (cereali, caramello), cioccolato (cacao, vaniglia), e frutta secca. Sono queste le caratteristiche sensoriali del cappuccino italiano certificato dell'Istituto nazionale espresso italiano.

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

**Allegati:**

**Citati:** Inei, Istituto nazionale espresso italiano

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 117, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il caffè non fa male: è un alleato della salute**

L'Istituto nazionale di ricerca per gli alimenti e la nutrizione (Inran) ha presentato "Caffè e salute", un lavoro di ricerca e sintesi, cui hanno contribuito l'Istituto farmacologico Mario Negri, la Fondazione per lo studio sugli alimenti e la nutrizione e Cosic.

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

**Allegati:**

**Citati:** Cosic, Fondazione per lo studio sugli alimenti e la nutrizione, Inran (Istituto nazionale per la ricerca di alimenti e la nutrizione), Istituto farmacologico Mario Negri

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 117, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Moka o macchina espresso? Ecco cosa preferiamo**

Secondo un'indagine sul rapporto tra gli italiani e le macchine da caffè, commissionata da Saeco ad Astra ricerche, l'...% della popolazione sopra i 15 anni prepara il caffè in casa. Nelle case italiane vengono preparate ogni giorno oltre ... milioni di tazzine di caffè, di cui la metà tra le 7 e le 9 del mattino. Tra i tipi di caffè domina il caffè normale (...%).

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

- **Cosa vorrebbero gli italiani da una macchina espresso: 2006 (in %)**

**Allegati:**

**Citati:** Astra Ricerche, Saeco

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 135, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Illy e Caffè Pedrocchi insieme per l'Università del Caffè**

Caffè Pedrocchi, storico locale di Padova, e Illycaffè hanno stretto un accordo per realizzare insieme una serie di iniziative nel corso del 2007, tra cui la sponsorizzazione del Meeting di Rimini.

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

**Allegati:**

**Citati:** Caffè Pedrocchi, Illycaffè, Mesetto Federico, Università del Caffè

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

**Tipologia:** Breve

**E' nata la "moka" da espresso**

Anche la caffettiera domestica, la classica "moka", riuscirà a produrre un caffè con le caratteristiche delle macchine espresso. È il risultato di una nuova tecnologia messa a punto da Industrie Bialetti. coperta da 16 brevetti industriali.

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

**Allegati:**

**Citati:** Cuor di Moka, Illy Caffè, Industrie Bialetti

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2007, n° pagina 89, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Definiti dall'Ue i formati dei prodotti food**

Sarà una direttiva comunitaria a definire i formati delle confezioni dei prodotti alimentari. Nei 25 Paesi membri dell'Ue, quindi, sarà adottato il medesimo packaging per prodotti quali il latte, l'olio d'oliva, la farina o il caffè – per un totale di circa 60 prodotti – al fine di favorire la libera circolazione delle merci.

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

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2007, n° pagina 101, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**A Pellini Caffè la Stella d'Oro**

Dopo il successo al concorso International coffee tasting, a Pellini Caffè è stato assegnato il Grand prix promotional marketing Stella d'Oro 2006.

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

**Allegati:**

**Citati:** Archivi Alinari, Camera dei buyer della moda, Pellini Caffè, Pubblicità Italia

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2007, n° pagina 102, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Miscela d'Oro si affida a Oliviero Toscani**

Da più di 60 anni nel mondo del caffè, Miscela d'Oro, l'azienda storica siciliana già presente in oltre 30 Paesi del mondo, ha affidato la propria immagine a Oliviero Toscani.

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

**Allegati:**

**Citati:** Miscela d'Oro, Oliviero Toscani, Urbano Umberto

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2007, n° pagina 39, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Lavazza investe in Italia**

Franchisor & Franchisee: sulla scia del buon andamento registrato dall'affiliazione nel settore ristorazione rapida e delle caffetterie, Lavazza ha deciso di espandere i propri coffee shop sul mercato domestico. Lo sviluppo del network, iniziato nel 1999 con l'acquisizione della catena spagnola "Il caffè di Roma", ha portato a .. i locali in franchising in Francia, Singapore e, in particolare, sul territorio iberico, con .. unità in Spagna e .. in Portogallo.

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

**Allegati:**

**Citati:** Catena spagnola "Il caffè di Roma", Lavazza

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2006, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

**Tipologia:** Breve

**Cpc annuncia gli emergenti di De Coffea**

Il Consorzio promozione caffè (Cpc), l'associazione tra i produttori e i torrefattori nata nel 1988 per promuovere, sviluppare e consolidare l'immagine del caffè divulgando informazioni corrette dal punto di vista medico-scientifico, ha premiato i vincitori della nona edizione del concorso giornalistico De Coffea "Caffè... le parole per dirlo".

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

**Allegati:**

**Citati:** Colombo Stefani, Cpc (Consorzio promozione caffè), De Bac Margherita, Emanuele Elvira, La Pira Roberto, Quaglia Giovanni, Sciortino Luca

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2006, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

**Tipologia:** Breve

**Espresso System certifica la qualità**

Tra le più importanti associazioni tecniche e scientifiche d'Europa a occuparsi di garantire la sicurezza di prodotti elettronici, sistemi e installazioni, Vde ha certificato la qualità di Espresso system, l'innovativa proposta di Hausbrandt per uffici, grandi e piccoli, luoghi di incontro o di relax, bar, ma anche per la casa.

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

**Allegati:**

**Citati:** Espresso System, Hausbrandt, Vde

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, n° pagina 159, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Illy con il cioccolato ritorna alle origini**

Illy caffè ritorna ad interessarsi di uno dei settori alle origini dell'attività dell'azienda che negli anni Trenta commercializzava, insieme al caffè, anche altri coloniali come tè e cioccolato.

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

**Allegati:**

**Citati:** Domori, Illy Caffè

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, n° pagina 159, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**A regime il nuovo stabilimento Pellini**

Pellini, il quinto produttore italiano di caffè per volumi e fatturato, ha portato a pieno regime la produzione all'interno dello stabilimento di Bussolengo, presso Verona, la nuova struttura che va a affiancarsi a quella milanese portandone le capacità fino al doppio rispetto a quelle attuali, pari a .. tonnellate annue.

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

**Allegati:**

**Citati:** Guarany, Pellini, Roberto

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 59, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Joint venture per il caffè Illy**

Dopo l'India è la Cina la nuova frontiera dell'espansione commerciale di Illy. La torrefazione triestina ha concluso un accordo per una joint venture con Shanghai fortune caffè grazie al quale si è costituita Illycaffè Shanghai co., con l'obiettivo di studiare il mercato cinese e di valutarne le potenzialità di sviluppo nei consumi di espresso a partire dal segmento dei grandi alberghi e ristoranti di fascia alta.

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

**Allegati:**

**Citati:** Illy, Illycaffè Shanghai.co

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2006, n° pagina 20, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Riflettori su Lavazza**

I dipendenti del gruppo piemontese nel corso dell'esercizio 2004 sono stati ... Il fatturato consolidato del gruppo nel 2004 ha superato la soglia degli ... milioni di euro ( gli investimenti in beni materiali e immateriali effettuati nel corso dell'esercizio 2004 sono stati di circa ... milioni.

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

- **Il conto economico di Lavazza (in migliaia di euro)**
- **Lo stato patrimoniale di Lavazza (in migliaia di euro)**

**Allegati:**

**Citati:** Caffè Manier, Carmencita, Club Med, Cremonini, e-espressopoint, Espresso Point, Ikea, Il caffè di Roma, Lavazza, Lavazza Aroma club gran espresso, Lavazza Aroma poit caffè espresso, Lavazza Bevanda bianca, Lavazza Cioccolato, Lavazza Club, Lavazza Crema & aroma espresso decaffeinato, Lavazza Crema e Gusto, Lavazza Gold Selection, Lavazza Grand ´espresso, Lavazza Luigi, Lavazza Oro espresso, Lavazza Pienaroma, Lavazza Super crema, Lavazza Top Class, Qualità Oro, Qualità Rossa, Valtur

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 143, lunghezza 4 pagine

**Tipologia:** Articolo

**La pagella del caffè**

4 aziende sono finite sotto la lente dell'analisi: Casa del Caffè Vergnano, Pellini Caffè , Caffè Mauro , Ekaf industria nazionale del caffè. Dal conto economico riclassificato, consideriamo il rispettivo fatturato del 2004..... Il margine di contribuzione..... l'utile/perdita d'esercizio.....

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

- **Gli indici di bilancio (Ekaf, Mauro, Pellini, Vergnano)**
- **Il conto economico riclassificato (in mgl di euro di: Ekaf, Mauro, Pellini, Vergnano)**
- **La sintesi dei risultati (Ekaf, Mauro, Pellini, Vergnano)**

**Allegati:**

**Citati:** Caffè Mauro Demetrio, Casa del Caffè Vergnano, Cellini, Columbia, Consorzio del Sao Café, Demetrio Mauro, Ekaf Industria Nazionale del Caffè, Eureka caffè, Felicori, Pellini Caffè, Progetto di qualità totale Cellini, Torrefazione Caffè Roberta, Vergnano Domenico

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n° pagina 101, lunghezza 3 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Una tazzina di salute**

Il caffè può generare ansia, nervosismo e insonnia solo se consumato in dosi eccessive (4-6 tazze al giorno) bevuto con moderazione (2-3/tazze giorno) è consigliato come coadiuvante di una corretta alimentazione. Le sostanze più importanti dal punto di vista sensoriale e nutrizionale si estraggono nelle prime frazioni e sono presenti nei 5 ml della tazzina classica che con i suoi 75 ml di caffeina, difficilmente interferisce con le dinamiche del sonno.

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

- **La ripartizione delle importazioni italiane di caffè verde (in %)**

**Allegati:**

**Citati:** Café do Brasil, Caffè Mauro, Comitato italiano caffè, De Amicis Amleto, Ferretti Flavio, Fogliano Vincenzo, Illy, istituto nazionale di ricerca per gli alimenti e la nutrizione (Inran), Kimbo, Kosè, Lavazza, Mery Mauro, Odello Luigi, Pellini, Pellini Bio, Rubino Michele, Scaccini Cristina, Suggi Liverani Furio, Università del caffè di Trieste, Università Napoli Federico II, Visintainer Mauro

**COMUNICAZIONE DI IMPRESA:**

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2008, n° pagina 76, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Magazzini del Caffè: profilo, prodotti, risultati, management**

Le schede aziendali: Magazzini del Caffè è un'azienda italiana che possiede il ...% della holding Progetto Caffè do Brasil S/A, società brasiliana proprietà sull'Altopiano di Vitoria Da Conquista (stato di Bahia). L'azienda ha messo a punto una vasta gamma a marchio "Cafè Bahia" e si propone come partner del retail nelle private label. Lo scorso anno la società ha realizzato il ..% del fatturato nel retail, il ..% nell'horeca, il ..% con industrie ed export e il .% nel vending.

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

- La segmentazione del fatturato per canali

**Allegati:**

- **Scarica questa comunicazione di impresa**

**Citati:** Bassanese Corrado, Café Bahia, Doria Maurizio, Lamberti Andrea, Magazzini del Caffè, Schibuola Roberto

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2008, n° pagina 78, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Luigi Lavazza - A Modo Mio, il sistema dedicato al trade moderno per bere a casa un ottimo caffè**

Le Interviste: A colloquio con Flavio Ferretti, home business worldwide director, sul sistema "A modo mio", introdotto con successo lo scorso autunno nel canale retail, e sulle prospettive di sviluppo di questo segmento per l'azienda.

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

**Allegati:**

- **Scarica questa Comunicazione di impresa**

**Citati:** A Modo Mio, Appassionatamente, Cremosamente Dek, Deliziosamente, ESE, Espresso Point, Ferretti Flavio, Intensamente, Lavazza Blue, Luigi Lavazza, Mokapak, Nielsen

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2008, n° pagina 145, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Zicaffè - Zicaffè: la qualità come primo obiettivo**

Spot: Una qualità costante nel tempo: è con questo obiettivo che Zicaffè ha avviato un'importante collaborazione con il Dipartimento di Scienze degli Alimenti dell'Università di Messina.

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

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Dipartimento di Scienze degli Alimenti dell'Università di Messina, Iso 14001, Zicaffè

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2008, n° pagina 13, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Kraft: molte novità "profumate" di caffè**

Finalista Oscar dell'imballaggio 2008: A partire da dicembre .... le confezioni dell'intera gamma dei due caffè Kraft, Splendid e Hag, presentano importanti novità. Sull'imballo primario delle confezioni da ..., ... e .... grammi e sul sovrainballo delle confezioni multiple da ... grammi x ., . e ., è stata inserita un'apertura facilitata, che permette di offrire al consumatore pacchetti apribili senza forbici.

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

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Hag, Kraft, Splendid

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2008, n° pagina 14, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**McDonald's: un bicchiere innovativo e funzionale**

Finalista Oscar dell'imballaggio 2008: Il "Double Wall Loyalty" è un innovativo bicchiere per bevanda calda realizzato interamente in cartoncino politenato con camera d'aria isolante e una "Loyalty Card" removibile. Il Gruppo Seda, per consumatori che sempre più spesso manifestano l'esigenza di poter bere la propria bevanda calda preferita "on the go" in maniera sicura, su brief di McDonald's Corp., ha sviluppato un innovativo bicchiere che funziona sul principio di isolamento del "Thermos".

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

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Double Wall Loyalty, McDonald's

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2007, n° pagina 88, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Zicaffè**

Le schede aziendali: La Zicaffè spicca nell'intero meridione per la struttura industriale, il dinamismo e la lungimiranza del management e la lunga tradizione nel settore. Oggi negli stabilimenti di Marsala, che occupano una superficie coperta di 7.500 metri quadrati su un'area di 50.000, si producono miscele di caffè che hanno pochi eguali per aroma, corpo e cremosità.

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

- La segmentazione del fatturato per canali di Zicaffè

**Allegati:**

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Miscela Aromatica, Uni en Iso 14001, Zicaffè



*Largo Consumo*, fascicolo 10/2007, n° pagina 109, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Bialetti Industrie - Cuor di Moka, un successo "firmato" Bialetti e Illy**

Spot: Esempio di collaborazione tra due aziende leader, Cuor di Moka Bialetti fonde l'esperienza e la costante ricerca che accomuna Illy e Bialetti.

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

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Bialetti Industrie, Cuor di Moka, Illycaffè, Moka Express Bialetti

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2007, n° pagina 27, lunghezza 2/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Goglio - Packaging su misura: le soluzioni Goglio al servizio del caffè**

Focus: Le soluzioni sono ideali per un'ottimale conservazione e presentazione del prodotto: effetti di stampa ricercati, l'applicazione della valvola monodirezionale di degasazione, il brevetto per la salvaguardia della confezione e la protezione del contenuto. Inoltre l'applicazione di Easy open a registro e sistemi di richiusura, sia con zip sia con tin-tie, permettono una maggiore praticità d'uso.

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

**Allegati:**

- [Scarica questa comunicazione di Impresa](#)

**Citati:** Conor, Corner Seal, Goglio, Linea di confezionamento G500, Linee di confezionamento G300, Sacchetto Double Wall

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2007, n° pagina 28, lunghezza 2/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Kraft Foods Italia - Caffè Hag: il know-how, la qualità, la gamma del leader di mercato**

Focus: ha riaffermato nel corso degli anni la sua posizione di leader e con il suo dinamismo ha contribuito a imprimere vitalità al segmento del decaffeinato, in controtendenza rispetto al caffè tradizionale, da anni ormai maturo al bar e nel canale retail. Il livello di conoscenza del marchio arriva addirittura al 98%. punta molto sulla comunicazione, non solo su quella classica (tv, stampa, affissioni), ma anche sulle attività promozionali nei punti di vendita e di consumo.

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

**Allegati:**

- [Scarica questa comunicazione di Impresa](#)

**Citati:** Caffè Hag, Hag Aroma Oro, Hag Bar Aroma Oro, Hag Bar Classico, Hag Cialde, Hag Classico, Hag Espresso, Hag Solubile, Kraft Foods, Kronos, Pleasure Moments

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2007, n° pagina 29, lunghezza 2/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Zicaffè - Un 2006 di successi grazie a prodotti eccellenti per tutti i canali distributivi**

Focus: Zicaffè si propone sia al mercato domestico, sia al canale bar e ristorazione, con una gamma completa di miscele che hanno poche eguali per aroma, corpo e cremosità. L'azienda guarda con attenzione anche al settore vending, proponendo miscele di alta qualità, che restituiscono in tazza un espresso di elevato sapore e grande aroma. Confezionate in cialde monodose costituite da carta filtro, sono utilizzabili in macchine automatiche installabili sia nelle abitazioni che negli uffici.

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

**Allegati:**

- [Scarica questa comunicazione di Impresa](#)

**Citati:** Iso 14001, Zicaffè, Zicaffè Cialda Bar in Casa, Zicaffè Cialda Blu, Zicaffè Cialda Zidec

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

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Seda Italy - Premiato l'Ice & Coffee container**

Vincitore dell'Oscar dell'Imballaggio 2007: Motivazione della giuria "Seda Italy interpreta le nuove tendenze del consumo coniugando, nel nuovo contenitore, attenzione all'ambiente e qualità estetica. I plus ambientali si riassumono nei ridotti pesi dei materiali e nella agevole separabilità degli stessi".

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

**Allegati:**

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

**Citati:** Seda Italy

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2007, n° pagina 16, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**GPP Industrie grafiche e Illy Caffè - Il cofanetto per 18 cialde ESE Illycaffè**

Premiazioni e riconoscimenti: (Finalista Oscar dell'imballaggio 2007). Il cofanetto in cartoncino metallizzato per cialde ESE di Illycaffè è una rivisitazione della famosa scatola in latta. La sensibilità del Gruppo di aziende che ha ideato e progettato questo pack ha dato vita a una confezione eco-compatibile ma, al tempo stesso, di forte impatto estetico.

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

**Allegati:**

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

**Citati:** GPP Industrie Grafiche, Illy Caffè

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, n° pagina 59, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Saeco International - Innovazione Saeco: qualità, tecnologia design e innovazione sono le linee-guida per lo sviluppo futuro**

Gli incontri in azienda: leader con il 27% di share in un mercato che cresce costantemente, si conferma società a fortissima vocazione internazionale, sviluppando il 15% del fatturato in Italia, contro il 51% dell'area composta da Germania, Austria e Svizzera, il 17% del resto dell'Europa e il 17% del resto del Mondo. Interessante l'attenzione per la qualità e la sicurezza, il laboratorio omologazioni e certificazioni VDE. Presentate le novità Talea e Odea, lanciate nelle ultime settimane.

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

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Buatti Enrico, Del Nibbio Andrea, Linea "Odea", Linea "Primea Cappuccino", Linea "Talea", Saeco International Group, Zanini Maurizio

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

[diffusioneabbonamenti@largoconsumo.it](mailto:diffusioneabbonamenti@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](http://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"](#)