

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



Documento in **versione interattiva:**
www.largoconsumo.info/072007/PL-0707-015.pdf

ALIMENTAZIONE INFANTILE



Costi del Percorso di lettura:

€ 119,70 (comprensivo iva) - non abbonati
€ 70,20 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo e supplementi

Rif: PL-0707-015

Aggiornamenti:

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

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

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

Mercato Italia - Agroalimentare **Rapporto sullo stato delle imprese**

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

Mercato & Imprese

Opinioni e prospettive dall'industria del largo consumo

Ogni anno, Mercato & Imprese ospita interviste ad alcuni fra i più accreditati esponenti di aziende di primo piano dell'industria alimentare e grocery non food.

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

Largo Consumo

Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo

Mensile fondato nel 1980 e diffuso esclusivamente in **abbonamento**, i cui contenuti giornalistici si sviluppano in forma di **inchieste**, **studi** e **articoli** vari inerenti tutti i momenti della filiera dei beni mass market, food e non food., dalla

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

produzione, alla **distribuzione**, al **consumo finale**, compresi i servizi, le strutture e i sistemi collegati.

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:

I CONTENUTI EDITORIALI:

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

Tipologia: Tabella o Grafico

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

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

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

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

Tipologia: Tabella o Grafico

Il Roi per settore agroalimentare: 2005 (in %)

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

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

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

Tipologia: Tabella o Grafico

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

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

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

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

Tipologia: Tabella o Grafico

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

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

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -



Titolo: **Alimenti dietetici, anallergici, salutistici, probiotici e integratori - Codice PL-0507-016**

Edizione: 5/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-016.pdf



Titolo: **Alimentazione e salute (Buone e cattive abitudini di consumo alimentare) - Codice PL-0607-007**

Edizione: 6/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/062007/PL-0607-007.pdf

Spazio pubblicitario disponibile

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

Servizio Pubblicità e Comunicazione di impresa

E.mail:

pubblicita@largoconsumo.it

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

Tipologia: Tabella o Grafico

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

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

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

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

Tipologia: Tabella o Grafico

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

Il fatturato e il valore aggiunto in mln di euro, il valore aggiunto sul fatturato, gli utili/perdite di esercizio, il numero di dipendenti e il fatturato per dipendente relativo ad aziende di settore con un fatturato compreso tra i 252 e i 5 milioni di euro.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

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

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n° pagina 2, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Le principali tendenze in atto: baby food

Il macrocomparto alimenti per l'infanzia chiude il 2006 in flessione sia a valore sia a volume, registrando rispettivamente -...% (con circa ...milioni di euro incassati) e -...% (con poco più di ...milioni di kg venduti)». Tra i maggiori responsabili di questa flessione vi è il mondo dei lattini per l'infanzia (-...% a valore e -...% a volume).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza l'articolo](#)

Citati: Iri-Information Resources, Lazzaroni Cristina, Mellin, Nestlé, Plada

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n° pagina 18, lunghezza 1,3 di Pagina

Tipologia: Articolo

Puntare su nuove occasioni di consumo

Baby food: L'alimentare per l'infanzia è alla ricerca di nuove idee, e cerca stimoli nell'area del servizio e delle nuove abitudini di consumo. Complice la bassa natalità, si cerca di occupare maggiori aree di consumo: alimenti adatti a figli oltre l'anno di età o mostrando i vantaggi di utilizzare cibi pronti invece che preparati in casa. Sui macrotrend che stanno interessando il comparto, Mercato&Imprese ha interrogato Stefano Clini, presidente e amministratore delegato di Plasmon in Italia.

Table, grafici e box a corredo:

- Baby food a marchio del distributore - quote % di mercato
- Baby food: consumi, prodotti, canali di vendita
- Cibi infanzia: investimenti netti in pubblicità
- Dimensione / Trend del mercato - Baby food - Totale Italia

Allegati:

- [Scarica l'articolo](#)

Citati: AcNielsen, Baby Specials, Bahlsen Italia, Clini Stefano, Energy (linea Plasmon), Guigoz Nestlé, Hipp, Mellin, Milupa, Nanna (linea Plasmon), Nestlé, Numico, Plada, Plasmon, Plasmon dietetici alimentari, Plasmon Pancino, Plma

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 14, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

A Nestlé gli alimenti per bebè Gerber

Gli alimenti per neonati Gerber sono passati in mano all'elvetica Nestlé che ne ha acquistato in blocco il marchio e la relativa divisione dalla connazionale Novartis, multinazionale farmaceutica, per .. miliardi di franchi svizzeri. Prospetta vantaggi in termini di sinergie tanto per Nestlé, che rafforza così ulteriormente il proprio comparto di alimenti per neonati, come per Gerber che entra a far parte di uno dei settori prioritari di una realtà leader dell'alimentazione a livello mondiale.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **I numeri dell'acquisizione Gerber**

Allegati:

Citati: Gerber, Nestlé, Novartis

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 95, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Nuove definizioni degli alimenti per l'infanzia

Deve essere recepita entro il .. dicembre la nuova Direttiva n./.../Ce che stabilisce le prescrizioni cui devono rispondere la composizione e l'etichettatura degli alimenti per lattanti e quelli di proseguimento. L'etichettatura degli alimenti deve essere tale da distinguere le due tipologie di prodotto, per evitare il rischio di confusione nel consumatore. Ciò che più conta sono le nuove definizioni che identificano che cosa si intende per alimenti per lattanti e alimenti di proseguimento.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 115, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Latte in polvere a prezzo calmierato

Tutele e diritti: Neolatte, il primo latte in polvere per bambini venduto a prezzo europeo nelle farmacie italiane, fa registrare un bilancio estremamente positivo. Con oltre ... di confezioni vendute in poco più di un anno Neolatte è il primo latte in polvere a prezzo calmierato equiparabile al costo del latte fresco.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Federfarma, Neolatte, Neolatte HA ipoallergenico, Tofer GmbH, Unifarm

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

Tipologia: Breve

Acque per neonati cambiano etichetta

Le acque minerali che riportavano le diciture "indicata per l'alimentazione dei neonati" e "indicata per la preparazione degli alimenti per neonati" sono state costrette dal Ministero della Salute a cambiare le etichette perché potevano indurre comportamenti a rischio nelle mamme.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Ministero della Salute

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 181, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Philips compra Avent

Philips ha acquisito Avent, il leader in Gran Bretagna e negli Usa del settore dei prodotti alimentari per neonati e prima infanzia che realizza vendite in oltre 60 Paesi del mondo. L'accordo, siglato tra Royal Philips electronics e la holding di Avent passerà ora al vaglio delle autorità per la regolarizzazione.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Avent, Charterhouse capital partners, Philips, Royal Philips electronics

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 174, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Koninklijke Numico/Mellin

Operazioni di concentrazione: acquisizione del controllo esclusivo di Mellin da parte di Numico. Settore interessato: prodotti alimentari per l'infanzia, latte, omogeneizzati e liofilizzati. Numico verrebbe a detenere la posizione di primo operatore... con quote pari al [...%]... anche nel mercato dei latti speciali raggiungendo la quota pari al [...%]. Nel mercato dei pasti per l'infanzia, Mellin e Numico detengono quote pari, rispettivamente, al [...%] e al [...%]. L'Autorità...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Humana, Koninklijke Numico, Mellin, Nestlé, Numico, Plada

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 96, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Mellin e Aptamil: innovazione e convenienza

Il latte materno è l'alimento ideale per il bambino. Per questo, Mellin e Aptamil lo hanno preso come modello di riferimento e hanno creato un'ampia gamma di latti, la cui formulazione si avvicina il più possibile a quella del latte materno. Da tempo i due brand hanno deciso di praticare su tutti i prodotti (in polvere e liquidi) una riduzione del ..% sul prezzo d'acquisto.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Aptamil, Comitato scientifico di nutrizione Ce, Espgan, Mellin, Oms

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 101, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Caro-latte si parla di rimborsi

Tutele e diritti: Partono le cause per riavere il prezzo del latte per l'infanzia pagato in più. Intesaconsumatori mette, infatti, a disposizione i propri uffici legali a quanti intendano chiedere la restituzione delle maggiori somme pagate a causa degli accordi tra aziende. L'Antitrust ha inflitto sanzioni per .. milioni di euro ad alcuni produttori di latte per l'infanzia...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Federconsumatori, Heinz Italia, Humana Italia, Intesaconsumatori, Milte Italia, Milupa, Nestlé, Nutricia , Plada

Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n° pagina 19, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Royal Numico-Mellin

Fusioni e acquisizioni: L'olandese Royal Numico ha perfezionato l'acquisto del ...% di Mellin, leader italiano nella produzione di alimenti per bambini, da Findim group...Continua...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Findim group, Mellin, Royal Numico

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Latte per bambini a prezzi competitivi

Grazie a un'iniziativa promossa da Unifarm (Unione farmacisti Trentino Alto Adige) e da FederFarma.Co (associazione di aziende di distribuzione intermedia, costituite tra farmacisti) è disponibile nelle farmacie italiane un nuovo latte per neonati di importazione, a un prezzo competitivo di poco superiore al latte vaccino.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 158, lunghezza -

Tipologia: Breve

Mellin al leader del baby food in Europa

Findim, la holding del gruppo Star, ha ceduto Mellin all'olandese Numico, di cui diventa però contemporaneamente il secondo azionista con il ..% del capitale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Mercato Italia Agro, fascicolo 5/2007, n° pagina 79, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Goccia di Carnia

Le schede aziendali: Fondata nel 1972, imbottiglia e distribuisce un'acqua dalle caratteristiche qualitative eccellenti. La capacità delle linee di imbottigliamento è di oltre 55.000 bottiglie all'ora. Apprezzata per il suo basso contenuto di sodio e per l'eccezionale leggerezza, può contare su una delle sorgenti più ricche d'Europa, con potenzialità di un miliardo di litri l'anno. Nel 2003 è stata introdotta nel mercato "Baby Goccia", una linea adatta per l'alimentazione della prima infanzia,

Table, grafici e box a corredo:

- Le caratteristiche di Baby Goccia (Goccia di Carnia)

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Baby Goccia, Goccia di Carnia, Ministero della salute, Molin Silvano, Santambrogio Giovanni

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n° pagina 106, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Plasmon Dietetici Alimentari

Le schede aziendali: Fondata nel 1902, Plasmon fa parte dal 1963 del Gruppo H.J. Heinz, multinazionale dell'alimentazione con sede a Pittsburgh, Pennsylvania, Usa. Oggi Plasmon Dietetici Alimentari srl è una società del Gruppo Heinz Italia srl, che commercializza prodotti alimentari per l'infanzia e prodotti dietoterapeutici. Nell'ultimo anno fiscale (maggio 2005 – aprile 2006) il fatturato complessivo in Italia è stato di circa 400 milioni di euro.

Table, grafici e box a corredo:

- Plasmon in cifre

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Aprotin, Baudelli Andrea, Biaglut (dietoterapeutici), Cartolari Andrea, Clini Stefano, Cocchiglia Paolo, Dieterba, Felici Alessandro, Freeaglut, Gruppo H. J. Heinz, Nipiol, Plasmon, Plasmon BabySpecial, Plasmon dietetici alimentari, Plasmon Energy, Plasmon Ipoallergico, Plasmon Nanna, Plasmon Pancino, Pro Eat (dietoterapeutici), Programma Oasi Plasmon, Serrano Gianmarco

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 80, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Dozzo Alto - Maniva. Per lui, per tutti. Sorgente alpina, Oligominerale

Decreto del Ministero della Salute. Nei casi ove l'allattamento al seno non sia possibile, l'Acqua Naturale Maniva è indicata per la preparazione degli alimenti e alimentazione dei neonati. Maniva. Balda. Verna. Vaia. Aquidea.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 82, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

HiPP Biologico - Omogeneizzato Biologico HiPP mela e pera: il nutrimento sano e bio per ogni bambino

Focus: HiPP, marchio leader in Europa nell'alimentazione biologica, è arrivato finalmente anche in Italia. HiPP, azienda tedesca con oltre cento anni di esperienza, offre da sempre ai bambini alimenti naturali, sani e gustosi. Sano, biologico, gustoso e completamente naturale: sono queste le principali caratteristiche dell'Omogeneizzato Biologico HiPP Mela e Pera. A base di frutta biologica e selezionata, è arricchito con vitamina C e senza aggiunta di zucchero.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: HiPP Italia, Omogeneizzato Biologico HiPP Mela e Pera

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 104, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Humana Italia entra in Gdo per conquistare entro il 2007 il 20% nel segmento dei lattini.

Focus: L'azienda, leader nello studio, sviluppo e produzione di alimenti per l'infanzia, fa il suo ingresso nel canale della distribuzione moderna con quattro prodotti del comparto "baby food".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Acqua Fonteviva, Billa, Carrefour, Carrefour ipermercati, Gruppo Pam, Humana 1 con LC-Pufa, Humana 2, Humana Italia, Humana Junior Drink, Nielsen, Panorama ipermercati, Rewe, Standa, Supermercati Gs, Valsasina Renato

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

diffusioneabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840