

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/112007/PL-1107-002.pdf](http://www.largoconsumo.info/112007/PL-1107-002.pdf)

## GELATI



### Costi del Percorso di lettura:

€ 105,50 (comprensivo iva) - non abbonati  
€ 55,00 (comprensivo iva) - abbonati

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

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

Aggiornato a: Largo Consumo e supplementi

Rif: PL-1107-002

### 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.

#### 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 12, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Breve

#### **I risultati delle principali imprese alimentari europee: Nestlé**

Risultati 2005-2006: In prima posizione il gruppo svizzero Nestlé, che nel .... ha incrementato le vendite a ... miliardi di euro (+.%), a pari perimetro +.%.), con profitti netti di .. miliardi (+.%). Americhe e Asia hanno trainato lo sviluppo, mentre in Europa le vendite sono aumentate solo del .%. ha acquisito dalla farmaceutica Novartis le attività medical nutrition per una somma totale d .. miliardi di dollari.

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

**Allegati:**

- **I risultati delle principali aziende alimentari nelle Americhe, Europa e Asia: 2005**

**Citati:** Corona, Modelo, Nestlé, Novartis, Pureza Vital, San Pellegrino, Santa Maria, Terrier

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2007, n° pagina 12, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Breve

#### **I risultati delle principali imprese alimentari europee: Unilever**

Risultati 2005-2006: Il gruppo anglo-olandese Unilever ha fatturato ... miliardi di euro, allo stesso livello dell'anno precedente. In compenso ha aumentato i profitti netti a . miliardi (+.%, a pari perimetro +.%), grazie alle plusvalenze dalla cessione dei surgelati. Ha mantenuto soltanto i surgelati in Italia con il marchio Findus.

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

**Allegati:**

- **I risultati delle principali aziende alimentari nelle Americhe, Europa e Asia: 2005**

**Citati:** Findus, Lipton, Pepsi, Permira, Unilever

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2007, n° pagina 17, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Breve

#### **I risultati delle principali imprese alimentari statunitensi: General Mills**

Risultati 2005-2006: Il fatturato ....-.... di General Mills è aumentato a .. miliardi di euro (+.%), mentre i profitti netti sono diminuiti a ... milioni di euro (-.%). Le vendite all'estero hanno rappresentato il ..% di quelle totali, con un incremento del ..%.

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

**Allegati:**

- **I risultati delle principali aziende alimentari nelle Americhe, Europa e Asia: 2005**

**Citati:** General Mills



**Titolo:** **Alimenti surgelati**

- **Codice PL-0707-006**

**Edizione:** 7/2007

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/072007/PL-0707-006.pdf](http://www.largoconsumo.info/072007/PL-0707-006.pdf)



**Titolo:** **Yogurt e Dessert-**

**Codice PL-1107-013**

**Edizione:** 11/2007

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/112007/PL-1107-013.pdf](http://www.largoconsumo.info/112007/PL-1107-013.pdf)



**Titolo:** **Attrezzature e tecnologie per l'industria alimentare - Codice PL-1107-010**

**Edizione:** 11/2007

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/112007/PL-1107-010.pdf](http://www.largoconsumo.info/112007/PL-1107-010.pdf)

*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.

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

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** -

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2007, n° pagina 28, lunghezza 1/4 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

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

Sui mezzi (tv, radio, newspapers, magazines, outdoor, cinema), Top spender (Ferrero, Barilla, Unilever, Perfetti Van Melle, Danone, Nestlé, Kraft, Kellogg, Cameo, Granarolo), Classi di prodotto (brioche/merendine, snacks dolci, yogurt, chewing gum, biscotti, cioccolatini, gelati impulso, bevande base latte fermentato, formaggi altri, cereali prima, colazione)

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

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Barilla, Cameo, Danone, Ferrero, Granarolo, Kellogg, Kraft Foods Italia, Nestlé, Nielsen Media, Perfetti Van Melle, Unilever

*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.

**Table, 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

**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:** -



**Titolo:** Magazzinaggio e trasporti - Codice PL-0507-014

**Edizione:** 5/2007

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-014.pdf](http://www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-014.pdf)



**Titolo:** Linde AS&S - Un nuovo mondo di servizi e soluzioni

**Edizione:** 9/2007

**Editore:** -

**Link:**

[www.largoconsumo.info/092007/DOCLindeAfterSale165-0907.pdf](http://www.largoconsumo.info/092007/DOCLindeAfterSale165-0907.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](mailto:pubblicita@largoconsumo.it)

*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....

**Table, 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

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

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

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

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** -

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

**Tipologia:** Tabella o Grafico

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

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

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

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** -

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

**Tipologia:** Tabella o Grafico

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

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

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

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** -

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 5/2007, n° pagina 46, lunghezza 1/3 di pagine

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Gelati: 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 182 e i 5 milioni di euro.

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

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Ciao Gelati, ComPrItal, Cremeria del Lattaio, Elenka, Erika Eis, Eskigel, G 7, Gelati Stocchi, Green Ice, Indian, Mancuso Vincenzo & C, Nuova CoGeA, Premiata Gelateria Flli Michielan, Premium 1922, Quellenhof, Rachelli Italia, Sammontana, Semigel, Sigel Gelati a socio unico, Società Italiana Prodotti Alimentari SIPA, Torronalba

*Mercato e Imprese*, fascicolo 2/2007, n° pagina 3, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Le principali tendenze in atto: gelato industriale**

Il mercato 2006 è in ripresa con andamenti diversi per i segmenti: in significativa crescita multipack (+...% a valore e +...% a volume) e dessert (+...% a valore e +...% a volume), dove sono più premianti differenziazione e innovazione, in difficoltà le vaschette tubs (-...% a valore e -...% a volume) dove le potenzialità di sviluppo appaiono più contenute.

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

**Allegati:**

- [Visualizza l'articolo](#)

**Citati:** Iri-Information Resources, Nestlé, Poli Alessandro, Sagit, Sammontana

*Mercato e Imprese*, fascicolo 2/2007, n° pagina 36, lunghezza 1,3 Pagine

**Tipologia:** Articolo

**Non solo la vaschetta**

Gelato industriale: Calano le performance del canale d'impulso cui corrisponde l'incremento delle vendite nella gdo. Il format vaschetta, il più rappresentativo nei lineari, è anche il terreno di maggiore scontro con le pl. Si guarda con interesse alle specialità e ai formati mignon, per uno modello di consumi sempre più "a clessidra", cioè che vede soffrire maggiormente i prodotti intermedi, come ci spiega Michael Schötensack, direttore marketing gelati di Nestlé Italia.

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

- Dimensione / Trend del mercato - Gelati - Totale Italia
- Gelati a marchio del distributore - quote % di mercato
- Produzione gelati 2005
- Produzione, importazioni ed esportazioni gelati: 2001-2005
- Profilo dei consumatori di gelati

**Allegati:**

- [Scarica l'articolo](#)

**Citati:** AcNielsen, Aidi (Ass. industrie Dolciarie italiane), Gfk-Iha Italia, Nestlé, Plma, Sammontana, Sanson, Schotensack Michael, Unilever, Valsoia

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2007, n° pagina 55, lunghezza 3 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Dal latte fresco un piacere gelato**

Gelati: La produzione industriale non si discosta troppo da quella artigianale, ma la porta su larga scala, standardizzandola. Le materie prime entrano nel processo produttivo solo dopo aver superato una serie di test di carattere chimico fisico e organolettico. Particolare attenzione viene riposta all'aspetto degli allergeni, che devono essere sempre dichiarati. Il freddo è un parametro essenziale da monitorare nella produzione del gelato e in tutte le fasi della filiera, fino al consumo.

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

- [Il mercato italiano del gelato industriale: 2006](#)
- Il processo produttivo
- [La produzione di gelato: 2005](#)

**Allegati:**

**Citati:** Aic (associazione italiana celiachia), Aimi Mirella, Cono Ciliegia, Cono Tre Marie, Euroglaces, Gis, Igi, Iso 9000: 2000, Menz & Gasser, Nestlè, Ringo, Togo Biscuit, Togo Noir, Togo Nuts, Trae Marie GranMilano, Zanoni Stefano

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2007, n° pagina 121, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Carte d'Or alla Soia: FutureBrand crea l'immagine**

I benefici della soia sono ormai noti a tutti i consumatori attenti all'alimentazione, soprattutto a coloro che soffrono di intolleranze alimentari o che scelgono una dieta povera di grassi animali. Il mercato europeo delle bevande, yogurt e dessert a base di soia è, infatti, aumentato di quasi il ..% negli ultimi . anni. Unilever ha creato una nuova linea di deliziosi gelati Carte d'Or alla soia.

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

**Allegati:**

**Citati:** Carte d'Or alla Soia, FutureBrand, Unilever

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

**Tipologia:** Breve

**In crescita i prodotti Valsoia**

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

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

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

**Allegati:**

**Citati:** AcNielsen, Contromarca, Valsoia

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

**Tipologia:** Breve

**Il colosso elvetico ancora in crescita**

Diario della finanza: Boom, dei ricavi per Nestlè, 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.

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

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

**Allegati:**

**Citati:** Nestlé, Novartis

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2007, n° pagina 11, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Malavolta cerca alleati all'estero**

Diario della produzione: Un partner finanziario in arrivo per Malavolta, ha dato vita a 4 sub-holding: Roncadin bakery attiva nelle pizze surgelate, Foodinvest verde nell'agroalimentare, Foodinvest bakery per quanto riguarda i prodotti da forno e Dm, impegnata nella distribuzione. Il Gruppo lavora principalmente (...%) con clienti terzi, multinazionali del calibro di Nestlé e Danone, e per la parte rimanente (...%) con catene della grande Distribuzione.

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

**Allegati:**

**Citati:** Arena-Roncadin, Auchan, Carrefour, Clessidra, Danone, Dm, Findus, Fininvest, Foodinvest bakery, Foodinvest verde, Malavolta, Malavolta Corporate, Nestlé, Rabobank, Roncadin bakery, Sposito Claudio, Ubm

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

**Tipologia:** Breve

**Tra cessioni ed esuberi Unilever si ristruttura**

Unilever Italia si appresterebbe a lasciare Milano per trasferire la propria sede a Roma e al contempo prospetta la chiusura dello stabilimento di gelati di Cagliari che occupa circa 150 addetti.

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

**Allegati:**

**Citati:** Algida, Bertolli, Carapelli, Findus, Knorr, Lipton, Lysoform, Maya, Mentadent, Pro-Active, SosCuetara, Unilever

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 92, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Ricordi quali prodotti alimentari ti è capitato di acquistare presso distributori automatici?**

Informazione contenuta nell'articolo "Un consumo molto gettonato": prodotti alimentari acquistati presso distributori automatici ( in % - risposte multiple )

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

**Allegati:**

- [Scarica questo elemento](#)

**Citati:** Nextplora

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 115, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Più gelato artigianale**

Per il ..% degli italiani, il gelato è sempre più un alimento come tutti gli altri, da consumare nel corso dell'anno e non più solo nei mesi estivi: infatti, ogni anno gli italiani ne mangiano .. tonnellate, quasi ..chili a testa, soprattutto quello artigianale che rappresenta il ..% della domanda totale.

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

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n° pagina 99, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Un prodotto molto cool**

Gelati: Nel 2005 le vendite in Italia hanno raggiunto le ... tonn. per un giro d'affari di ... miliardi di euro. Incremento in volume del ...%, in valore del ...% La grande distribuzione organizzata ha veicolato il ... % delle vendite; fuori casa con il ...% e vendite dirette door-to-door (...%). Il dettaglio alimentare tradizionale presenta un'incidenza in valore dell'...%. Investiti dalle aziende del settore circa ...milioni di euro; il medium di gran lunga più utilizzato.... I consumi sono cresciuti.... La Tv...

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

- box: la metodologia e il campione (ricerca di mercato giugno-novembre 2005)
- [La conoscenza spontanea e sollecitata della marche di gelato industriale : 2005 \(in%\)](#)

**Allegati:**

**Citati:** Algida, Amalattea, Arena, Auchan, Azzurro, Bellavista, Bindi, Bofrost, Carrefour, Carte d'or, Chiquita, Conad, Consulmarketing, Coop, Di Meglio, Diperdì, Dolcevita, Edo, Effepi, Eismann, Erika, Freddi, G7, Gefa, Gelateria del Corso, Gelma, Gis, Gisoia, Gluten, Green ice, Gs, Haagen-Dazs, Happygel, I Portici, La Cremeria, Lattebusche, Loving, Magnum, Mantua, Mars, Menne, Misura, Mondo Natura, Motta, Nestlé, Only yo, Orlando, Orogel, Pam, Panorama, Party, Principe, Quinta stagione, Ringo, Sagit, Sammontana, Sanson, Scotti, Sidis, Sma, Tesori dell'arca, Tonitto, Tre Marie, Uniongel, Valsoia, Viviana

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 189, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Nestlé vuole detronizzare Unilever nei gelati (da Lsa)**

Rassegna stampa internazionale: La guerra dei gelati promette di raddoppiare d'intensità nell'anno in corso. Nestlé e Unilever sono ormai testa a testa con il ...% del mercato ciascuna. Dal 2001, il gigante elvetico ha investito centinaia di migliaia di eu-ro in acquisizioni (Dreyers, Shöller) per colmare il distacco da Unilever. L'ultima della serie è stata l'acquisizione a metà dicembre .... milioni di euro! E questo per mettere piede nei Balcani.....

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

**Allegati:**

**Citati:** Astruc Céline, Delta Ice Cream, Dreyers, LSA, Nestlé, Sholler, Unilever

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2006, n° pagina 84, lunghezza 2 Pagine

**Tipologia:** Articolo

**Gelato: un amore senza stagioni**

Gelato: consumato ormai tutto l'anno, questo alimento si qualifica come leggero, nutriente e completo, estremamente gradevole. Un sondaggio eseguito da Eurisko e commissionato da Igi, l'Istituto del gelato italiano. All'industria del gelato si deve riconoscere di essersi dotata, in mancanza di una precisa regolamentazione legislativa nazionale ed europea, di un codice di autodisciplina che definisce e codifica i comportamenti in materia di fabbricazione dal 1993 ad oggi.

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

- Il vissuto del gelato presso gli italiani

**Allegati:**

**Citati:** Antoniazzi Franco, Azienda Ospedaliera S.Maria di Terni, Caldarone Giovanni, Eurisko, Fatati Giuseppe, I.G.I. (Istituto del Gelato Italiano), Università di Parma

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n° pagina 122, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Arena cliente di Barabino & Partners**

Gruppo Arena, tra i principali leader dell'industria alimentare italiana nei settori delle carni avicole, del surgelato e dei gelati, ha scelto Barabino & Partners per le proprie attività di comunicazione. Arena ha una struttura capillare su tutto il territorio nazionale, ... dipendenti e ... stabilimenti produttivi; tanto da essere il terzo produttore italiano di carni avicole, leader nel mercato del pesce naturale surgelato e terzo produttore europeo di gelati.

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

**Allegati:**

**Citati:** Arena, Barabino & Partners

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n° pagina 148, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**I gelati Roncadin a una private equity Usa**

Roncadin ha ceduto la divisione gelati a Ocm principal opportunities fund II, fondo di private equity della californiana Oaktree capital management Llc. L'operazione, per un corrispettivo di ... milioni di euro. Il core business rappresentato dalle produzioni e commercializzazioni di prodotti avicoli e surgelati. Più in dettaglio le modalità dell'accordo siglato prevedono....

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

**Allegati:**

**Citati:** Arena Holding, Gelus N.V., Oaktree capital management LLC, Ocm principal opportunities fund II, Roncadin

**COMUNICAZIONE DI IMPRESA:**



*Mercato e Imprese*, fascicolo 2/2007, n° pagina 101, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Nestlé Italiana - gelati industriali**

Le schede aziendali: Nestlé Italiana è oggi una delle più importanti aziende del settore alimentare in Italia, con un portafoglio di circa 70 marchi e oltre 3.700 referenze sulle aree di mercato. Tra le diverse divisioni, quella dei gelati ricopre una posizione di primo piano: il business si divide equamente tra i 2 canali out of home e retail (in quest'ultimo Nestlé ha una quota a valore del 16,7 %) ed è rappresentato dai marchi Motta, La Cremeria, Antica Gelateria del Corso.

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

- Segmentazione del giro d'affari divisione gelati Nestlé ( in %)

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Antica Gelateria del Corso, Coppa del Nonno, Farina Lattea Nestlé, La Cremeria (gelati in vaschetta), Maxibon, Motta, Nestlé, Nestlé Henri, Ptc Gelati (Product Technology Center)

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2007, n° pagina 57, lunghezza 2/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Antica Gelateria del Corso: ispirazione e creatività della tradizione**

Focus: Qualità, genuinità, esperienza e innovazione, l'attenzione, la continua ricerca, la collaborazione con esperti pasticceri e gelatieri sono gli ingredienti fondamentali della passione che ogni giorno Antica Gelateria del Corso mette nei suoi gelati.

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

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Antica Gelateria del Corso, Crema e Amarena, Doppio Cioccolato, Mignon, Tiramisù

*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".

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

**Allegati:**

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

**Citati:** Seda Italy

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2007, n° pagina 18, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Seda Italy - un nuovo "Ice-coffee" container**

Premiazioni e riconoscimenti: (Finalista Oscar dell'imballaggio 2007). "Ice-Coffee container" è un contenitore composto da un inserto termoformato in ps trasparente, accoppiato a una copertina in cartoncino stampabile, che dopo riempimento viene sigillato da una membrana in alluminio/pe e infine chiuso con un coperchio termoformato in ps colorato. sviluppato dalla Seda per Unilever divisione Ice- Cream

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

**Allegati:**

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Seda Italy, Unilever

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 4/2006, n° pagina 75, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Gis Gelati**

Le schede aziendali: Gis è presente nel canale moderno, con una gamma di oltre ... referenze divise tra multipack e vaschette. L'azienda è riconosciuta idonea dal Ministero della Salute per la produzione di alimenti destinati a un'alimentazione particolare, nella tipologia di gelati dietetici e con vitamine.

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

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Aidi, Basso, Bitossi, Bottega del Buon Gelato, Chiquita, Coppola Luciano, Costanzo Giosuè, Gis, Gisoia, I.G.I., Mastrilli Alvaro, Ministero della Salute, Moser, Saronni, Scibilia Pietro, Viviana

*Mercato e Imprese*, fascicolo 2/2006, n° pagina 125, lunghezza 1 Pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Unilever Italia-Algida**

Le schede aziendali: forte di circa 5.000 addetti e 7 stabilimenti, produce- con le sue quattro Divisioni- alimenti, detersivi e cosmetici. La Divisione Ice Cream & Frozen Food iniziò a produrre gelati a marchio Algida. Grande attenzione per la tutela dell'ambiente. Tutti gli stabilimenti della Div. I.C.&F.F. sono certificati Iso 14000. Sono banditi i gas refrigeranti Cfc, mentre le acque reflue....

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

- Unilever Italia/gelati: la segmentazione del giro d'affari (in%) - (2005)

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Bindi Eleonora, Findus, Iso 14000, Martuscelli Guido, Mostarda Miriam, Rocchi Giulia, Unilever

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

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Sial D'Or -Cornetto Passion, trionfo di gianduia e stracciatella**

Gli Speciali tematici: Cornetto Passion, per la sua ricchezza, il suo contenuto innovativo, si colloca nella fascia premium del brand Cornetto. Per il consumatore ha rappresentato una nuova "tentazione", per i canali retail e impulso, ai quali la linea è destinata, si è tradotta in una interessante opportunità di incremento del valore dell'assortimento Cornetto Algida e di differenziazione di un importante segmento nel mercato dei gelati confezionati.

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

**Allegati:**

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

**Citati:** Cornetto Algida, Cornetto Passion, Unilever Italia - Div. Ice Cream & Frozen Food

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 54, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Unilever - La "qualità totale" e il "miglioramento continuo" meritano il TPM World Class Award**

Gli incontri in azienda: Unilever ha ottenuto dal Japanese Institute of Plant Maintenance (JIPM) il TPM World Class Award per gli stabilimenti di Cisterna (Lt), Caivano (Na) e Cagliari. Il metodo si basa sul raggiungimento di alcuni traguardi: identificare e analizzare i problemi e le perdite che condizionano l'efficacia operativa delle attività; sviluppare le strategie per la loro eliminazione; aumentare le conoscenze/competenze con la divulgazione dei risultati conseguiti in tutti i settori.

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

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Algida, Consistent Award 2001, Findus Italia, Japanese Institute of Plant Maintenance, JIPM Awards, Russo Giuseppe, Special Award 2003, TPM (Total Productive Maintenance) World Class Award, TPM Excellence Awards 1999, Unilever Italia Div. Ice Cream & Frozen Foods

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

**Tipologia:** Com. d'impresa

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

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

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

**Allegati:**

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

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

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n° pagina 10, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Arte - Reverse, un innovativo gelato "wafer"**

Finalista dell'Oscar dell'Imballaggio 2006: La necessità di Arte era quella di trovare una soluzione nuova e innovativa al classico "cornetto" di gelato. La scelta è caduta su un cornetto inedito, da consumare in un modo diverso: un "wafer" particolare nella forma e nella cottura. Raggiunto questo scopo, si è cercata la migliore soluzione per "alloggiare" questo cornetto rovesciato.

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

**Allegati:**

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

**Citati:** Arte, Reverse

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

**[diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it](mailto:diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it)**

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840