

Percorsi di lettura
 Periodico di economia a marketing sulla filiera dei beni di consumo
 Reg. Trib. Mi. n. 268 del 24/04/08
Tamburino - www.largoconsumo.info



Documento in **versione interattiva**:
www.largoconsumo.info/122008/PL-1208-006.pdf

CANALE BAR



Costi del Percorso di lettura:

€ 147,00 (comprensivo iva) - non abbonati

€ 147,00 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo 12/2008 e supplementi

Rif: PL-1208-006

Aggiornamenti:

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

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

LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA

E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

Mercato Italia - Agroalimentare

Rapporto sullo stato delle imprese

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

Largo Consumo

Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo

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

Osservatorio D'Impresa

Leggi le **case history** di comunicazioni d'impresa di Aziende e organismi attivi nei mercati considerati in questo Percorso di lettura **selezionati** da *Largo Consumo*

I CONTENUTI EDITORIALI:

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

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 79, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Necrologi: Mario Giovinetti, Giovinetti Vincenzo srl

È scomparso il .. ottobre all'età di .. anni, Mario Giovinetti, imprenditore napoletano contitolare insieme al fratello della storica azienda di distribuzione di bevande Giovinetti Vincenzo srl ed ex presidente del Consorzio Di.Al. di Caserta, consorzio di professionisti della distribuzione del beverage per il canale horeca.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Consorzio Di.Al., Federazione Italgrob, Giovinetti Mario, Giovinetti Vincenzo srl

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 91, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Alcol: ecco le tabelle antistragi

Normative: Il Ministero della Salute ha imposto da settembre l'obbligo per tutti i locali di affiggere dei manifesti informativi sugli effetti dell'alcol. L'obiettivo è quello di prevenire le stragi del sabato sera, informando in modo capillare i frequentatori di locali sui rischi che corre chi si siede al volante dopo aver alzato il gomito attraverso tabelle affisse tassativamente in pub e discoteche. Inoltre, gli stessi gestori dei locali sono responsabilizzati.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [I valori di alcolemia](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Adoc, Ministero della Salute, Pileri Carlo, Silb

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

2008, un anno da "non bere". Continua il crollo dei consumi di bevande nel fuori casa

Notizie in corso: Il non è ancora finito, ma è già possibile tracciare un primo bilancio dell'andamento dei consumi di bevande nel fuori casa. Un bilancio purtroppo tutt'altro che positivo: continua infatti il crollo dei consumi già preannunciato tre mesi fa.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Ristorazione commerciale - Codice PL-0508-004

Edizione: 5/2008

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052008/PL-0508-004.pdf



Titolo: Commercio di transito - PL-0707-012

Edizione: 7/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/072007/PL-0707-012.pdf



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

Edizione: 4/2008

Editore: Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/042008/PL-0408-008.pdf

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n°pagina 79, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Un Ca'puccino all'inglese

Si chiama Ca'puccino, la nuova catena di caffetteria lanciata dall'imprenditore Giacomo Moncalvo. L'obiettivo è di diffondere la cultura del buon cibo e dello stile di vita italiano all'estero: per questo, dopo l'apertura di quattro locali in Italia (il quinto è in fase di realizzazione nel centro storico di Genova), Ca'puccino è sbarcato a Londra riuscendo ad entrare nel tempio dello shopping inglese, i magazzini Harrods del miliardario egiziano Mohammed Al Fayed.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Al Fayed Mohammed, Ca'puccino, Credit Suisse, Harrods, Moccagatta, Moncalvo Giacomo, Morante Andrea, Morante Paolo

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n°pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

L'estate 2008 non sarà una stagione da bere

Notizie in corso: Continua il crollo dei consumi di bevande nel fuori casa anche nei primi mesi estivi. E' quanto emerge dalla periodica indagine realizzata da CDA (Consorzio Distributori Alimentari) - il più importante gruppo indipendente italiano di distributori di bevande, che da solo rappresenta oltre l'11% del mercato italiano della distribuzione di liquidi alimentari.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n°pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Crescono i pasti fuori casa

Dai dati Ismea Ac Nielsen relativi ai consumi extradomestici nel secondo semestre, emerge che oltre .. milioni di italiani pranzano fuori per ragioni di studio e di lavoro almeno cinque volte alla settimana. Il luogo preferito (..) è il bar, frequentato soprattutto da donne tra i .. e i .. anni, laureate, al ristorante si recano soprattutto gli uomini di età superiore ai .. anni e con un livello basso di istruzione. I giovani dai .. ai .. anni prediligono fast food.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: AcNielsen, Coldiretti, Ismea

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n°pagina 140, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Ecco l'università del bar

L'unico canale di formazione in Italia creato da Il Sole-24 Ore Business Media in collaborazione con Bargiornale con l'obiettivo di formare e aggiornare i manager e i gestori di locali e bar, fornendo loro gli strumenti delle nuove strategie.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Bar university, Bargiornale, Il Sole 24 Ore Business media



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



Titolo: Vino - Edizione PL-1108-001

Edizione: 11/2008

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/112008/PL-1108-001.pdf



Titolo: Birra - Codice PL-0408-002

Edizione: 4/2008

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/042008/PL-0408-002.pdf

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 54, lunghezza 1/5 di pagina – Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

La crescita del consumo fuori casa

Nel 2005 i consumi alimentari fuori casa sono stati del ..% con .. milioni di prestazioni per .. milioni di euro e con una previsione di aumento del ..% nel 2020. Di questi l'..% riguarda la ristorazione commerciale con .. milioni di prestazioni per .. milioni di euro. La dinamica dei prezzi è variata dello ..% per bar, ..% nei ristoranti e ..% nelle pizzerie. Info contenuta nell'articolo "Strategie del fuori casa".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)
- [Visualizza questo elemento](#)
- [Questa è una estrapolazione. Vai all'articolo originale che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 79, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Il momento spumeggiante della serata

Aperitivi: Una tendenza trendy che dà luogo a un'offerta sempre più varia. Crodino, Sanbittèr, Gingerino, altro storico aperitivo San Pellegrino, insieme fanno più dell'..% del mercato. Negli ultimi anni si assiste anche alla forte crescita delle private label, che nel registrano un incremento a volume dell'.,%. Si sta poi sempre più diffondendo l'abitudine a consumare aperitivi a base di vino, spumanti o prosecco, consumati soli o miscelati per fare il Bellini o il Rossini.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Aibes, Arnone Soft Drink, Art Spritz, Bellini, Borrillo Angelo, Bosca Tosti Giovanni, Campari, Canella, Canella Nicoletta, Castelletta Cristina, Conti Carlo, Di Iorio Raffaele, Dubau Jean Jacques, Gancia, Giarola Arrigo, Gibò, Lanfranco Antonella, Marchini Fabiana, Martini & Rossi, Prosecco di Valdobbiadene doc, Rossini, San Pellegrino, Savem Giarola, Vallarino Gancia Lamberto

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 91, lunghezza 1/6 di pagina – Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Il luoghi di consumo dei vini

Secondo un sondaggio realizzato dal Dipartimneto di Biologia ed Economia Agroindustriale dell'Università di Udine il ..% preferisce consumare vino nei ristoranti, il ..% a casa, il ..% in enoteca e il ..% nei bar. Info contenuta nell'articolo "Dal bere al degustare".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)
- [Questa è una estrapolazione. Vai all'articolo originale che contiene questa informazione](#)

Citati: -



Titolo: Superalcolici -
Codice PL-0707-008
Edizione: 7/2007
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
[www.largoconsumo.info/072007/PL-0707-008.p
df](http://www.largoconsumo.info/072007/PL-0707-008.pdf)



Titolo: Caffè - Codice PL-0608-003
Edizione: 6/2008
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
[www.largoconsumo.info/062008/PL-0608-003.p
df](http://www.largoconsumo.info/062008/PL-0608-003.pdf)



Titolo: Distribuzione automatica - Codice PL-0508-002
Edizione: 5/2008
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
[www.largoconsumo.info/052008/PL-0508-002.p
df](http://www.largoconsumo.info/052008/PL-0508-002.pdf)

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:

- [leggi questa notizia](#)

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

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 77, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

A misura degli stili di consumo

Bar: Dal locale sotto casa a un'offerta diversificata che accontenta le varie esigenze. Non mancano le alternative per un pasto veloce per un valore al consumo sui .. miliardi di euro. La sempre più diffusa abitudine di mangiare fuori casa ha fatto levitare, tra bar e ristoranti, il cosiddetto away from home, che vale circa miliardi .. in termini di acquisti e conta almeno punti di consumo di cui bar. In Italia è cresciuto un po' più lentamente che in Europa negli ultimi .. anni.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: Il bar secondo il Gambero Rosso
- [Il profilo del frequentatore di bar in Italia: 2006 \(in %\)](#)
- [Le tipologie del canale bar: 2006 \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Alajmo, Bar d'Italia del Gambero Rosso, Boroni Bruna, Cedroni, Lamparelli Mauro, Metro, TradeLab

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:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: -

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

Tipologia: Breve

Al bar gentilezza e un buon servizio

La ricerca "La qualità del caffè al bar" (curata dall'associazione di consumatori Altroconsumo in collaborazione con l'Istituto internazionale assaggiatori caffè e il Centro studi assaggiatori) dimostra che i clienti valutano anzitutto il livello del servizio, l'abilità del barista, la pulizia, l'ordine e la gentilezza. Dalla ricerca, emerge inoltre che agli occhi degli avventori un peso significativo è dato dall'attrattiva del locale, dalla velocità del servizio e dalla qualità del caffè.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Altroconsumo, Centro Studi Assaggiatori, Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè



Titolo: Catering & ingresso alimentare

Edizione: 7/2008

Editore: Agra Editrice

Link:

www.largoconsumo.info/072008/BRLC0708-Bibli.pdf

Spazio pubblicitario disponibile

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

Servizio Pubblicità e Comunicazione di impresa

E.mail:

pubblicita@largoconsumo.it

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 153, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Al bando le stufe da esterno: inquinano

In Italia le stufe da esterno, più note con il nome di fungoni o funghetti, sono presenti in un terzo dei locali abitativi, circa Che forse ora dovranno provvedere a eliminarle. Infatti, accusate di contribuire al riscaldamento globale del clima, il Parlamento Ue ha approvato una relazione che chiede alla commissione europea di fissare una data per ritirarle dal commercio e per modificare il meccanismo di stand by degli elettrodomestici. Il documento votato non è tuttavia vincolante.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Fipe, Johnson Eric, Sommariva Edi

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/4 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

L'anno nero delle bevande

Consumi di bevande in crisi in quello che appare un trend destinato a protrarsi anche nel Un'annata dipinta in nero soprattutto per quanto riguarda il fuori casa, dall'analisi dei dati raccolti e elaborati da Cda. E mentre i primi hanno segnato nella media nazionale il -...%, la situazione è peggiore al Sud e nelle Isole, dove il trend negativo sfiora quasi il -...%. Appaiono in tenuta Nord-Ovest e Centro (-...% e -...%), ma il Nord-Est arretra di . punti.

Tablette, grafici e box a corredo:

- [La variazione dei consumi di bevande in Italia per categoria \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Cda (Consorzio distributori alimentari)

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.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Nestlé Professional Beverage Center, Nestlé, Out-Of-Home

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.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

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

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 25, lunghezza 1/6 di pagina –
Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

La spesa delle famiglie italiane

Fuori casa: La spesa alimentare delle famiglie italiane nei pubblici esercizi è stata di ... milioni di euro nel 2000, ... milioni nel 2001, ... milioni nel 2002, ... milioni nel 2003, ... milioni nel 2004, ... milioni nel 2005 e ... milioni nel 2006. Info contenuta nell'articolo "La crisi della quarta settimana".

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)
- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

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

Tipologia: Breve

Pellini Caffè espande 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.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 122, lunghezza 1/5 di pagina -
Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

L'incidenza degli acquisti dei diversi tipi di prodotti da parte di bar, ristoranti e pizzerie (in %)

Gli acquisti di Alcolici, Analcolici, Birra, Caffè, Carne, Gelati, Ortofrutta, Pasticceria, Pesce, Sfarinati, Vino nei bar, ristoranti e pizzerie d'Italia in %. Info contenuta in "Gli intermediari dei pasti fuori casa" su Lc 12/07 pg 122.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)
- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Da novembre birra più cara per gli italiani Rischio incrementi per tutto il settore del "fuori casa"

Notizie in corso: A farne le spese sarà soprattutto il canale Horeca (acronimo di Hotel, Restaurant e Café, ovvero l'intero comparto dei pubblici esercizi) ed in particolare il comparto delle birre, proprio uno dei prodotti preferiti dai più giovani.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 77, lunghezza 1/25 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Il numero di bar e ristoranti nelle aree di servizio autostradali italiane

Nel 2000 erano presenti .. bar e ristoranti, passati a .. nel 2006. L'obiettivo nel 2009 è di conseguire i .. bar e ristoranti. Informazione contenuta nell'art "Tra uno spuntino e un pieno di benzina" su Lc 10/07 pg 54.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 147, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Consegne a domicilio Sogegross ai bar senesi

Sogegross ha avviato, all'interno delle mura storiche di Siena, il servizio a domicilio delle forniture alimentari alla ristorazione moderna e ai bar. L'iniziativa è stata promossa dai Cash & Carry Sogegross, canale distributivo dell'omonimo Gruppo di proprietà della famiglia Gattiglia. Il servizio esplica già oltre ... consegne settimanali dalle ... alle ... con un secondo turno alle ...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bonini Marco, Cash & Carry Sogegross, Gattiglia, Sogegross

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 136, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

In ripresa i consumi nel canale horeca

Secondo i dati elaborati dal Consorzio distributori alimentari, dopo anni di crisi il canale horeca ha registrato un trend positivo, segnando +.,.% in fatturato e +.,.% in volumi rispetto al Un incremento però che ha riguardato anche i prezzi: nel si è registrato un aumento medio del .,.% . Il canale Bar è quello che ha ottenuto le migliori performance di vendita totali (+.,.%) seguito a ruota dalla ristorazione (+.%), mentre chiude con un +.,.% il canale locali notturni/serali.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Consorzio Distributori Alimentari

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.

Table, 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 0, lunghezza 1/3 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Le stazioni servite dalla ristorazione Cremonini

Cremonini ha inaugurato il nuovo bar-caffetteria Chef Express all'interno della stazione ferroviaria di Cesena, dove si registra ogni anno un flusso di circa passeggeri. Cremonini ha realizzato il nuovo bar con un format innovativo, basato su ambienti confortevoli e attraenti.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Centostazioni, Chef Express, Cremonini, Frigosnack, Piazza & Vizi

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 158, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I canali di vendita considerati prioritati dalle prime 50 cantine italiane: 2006 (in %)

Horeca, Enotech-wine/bar, Gdo, vendita diretta. Informazione contenuta nell'articolo "Un vino prodotto in sicurezza" su Lc pg 156.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

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.

Table, 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 1/5 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.

Table, 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 Café 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.

Table, grafici e box a corredo:

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

Allegati:

Citati: Barista, Fresch & Honest Café, 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 ..%.

Table, 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 Gualtiero, 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....

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 0, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Pasti fuori casa: una marcia inarrestabile

Ristorazione: Il cambiamento nelle abitudini alimentari degli italiani, con la minore disponibilità di tempo da dedicare agli acquisti e alla preparazione del cibo entro le mura domestiche, ha determinato una profonda innovazione nei luoghi di consumo e nell'offerta dei prodotti. Dal ... ad oggi, la ripartizione della spesa delle famiglie per il consumo alimentare in casa è scesa dal ...% al ...%, a tutto vantaggio della spesa per i consumi fuori casa, cresciuta dal ...% all'attuale ...%.

Table, grafici e box a corredo:

- **Il mercato del fuori casa**
- **La risposta commerciale (ai pasti fuori casa)**

Allegati:

Citati: Acafè, AlDente, Autogrill, Bonduelle, Cir food, Citterio, Confcommercio, Confida (Associazione italiana della distribuzione automatica), Eva (European vending association), Flash Cafè, Gira, Ismea-Nielsen, Istat, Mipaaf (Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali), Net present Value, Nomisma, Npv, Parmareggio, Parmigiano Reggiano, Pastarito, Piazza del Sole, Rita, Sodexho, Stick Parmareggio

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

Tipologia: Articolo

Tendenze al bar

Canali: L'Osservatorio "Away from Home" 2006 sul mondo bar, effettuato da TradeLab, esamina l'evolversi dei consumi e l'ampliarsi di prodotti sul mercato. Il bar ha assunto un ruolo più incisivo nella società, e forme più svariate d'intrattenimento. I cluster di bar individuati hanno caratteristiche strutturali diverse: i breakfast & morning bar sono diffusi soprattutto al Sud e isole e hanno una superficie di vendita ridotta, i lunch bar sono presenti...

Table, grafici e box a corredo:

- **La quota numerica per categoria di prodotto per area del punto di vendita**

Allegati:

Citati: Bertozzi Paolo, Boroni Bruna, Breakfast & morning bar, Cescom (Centro studi sul commercio), Evening & night bar, Gabrielli Stefania, Lamparelli Mauro, Lunch bar, Mpa (Merchandising performance audit), Multipurpose bar, Multispecial bar, TradeLab, Università Bocconi di Milano, Zanderighi Luca

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

Tipologia: Breve

Parte da Tokyo Illy Espresso

Franchisor & Franchisee: Il locale di Nihonbashi, il cuore commerciale della capitale nipponica, è il primo dei ... Espresso 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.

Table, 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.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Inei, Istituto nazionale espresso italiano

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n°pagina 68, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Corsa al bancone

Tendenze: I pubblici esercizi tirano da Nord a Sud. Tabaccherie ambite ma costose. Sostenuta la domanda di bar, pizzerie, edicole e autorimesse. Milano, Firenze, Roma, Bari e Catania: sono le 5 città campione scelte da Fimaa, Federazione italiana mediatori agenti d'affari, per il Listino aziende che, alla sua ottava edizione nel 2006, presenta le rilevazioni sulle quotazioni delle attività commerciali

Tablelle, grafici e box a corredo:

- **Gli esercizi pubblici più ambiti in Italia (in % su cui si calcola il prezzo per acquisto esercizio)**
- **I prezzi medi e le variazioni per cerchie dei negozi di Milano: 2005**

Allegati:

Citati: Fimaa, Larini Gianni

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.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n°pagina 102, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

The NPD Group Inc. - Una risorsa informativa approfondita e aggiornata per comprendere i trend anche del Foodservice

Le Interviste: Il "fuori casa" è un mercato sempre più importante anche nel nostro Paese: ne parliamo con Francesco Verrastro, manager Food di NPD Italia, società che monitora, tra gli altri, l'andamento di questo comparto.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa comunicazione di impresa**

Citati: Back to School, Burger King, Coca-Cola, Foodservice, KFC, Kraft, McDonald's, Nestlé, Pizza Hut, Ricerca Crest, Selective Beauty, Sport, The NPD Group Inc., Toys, Unilever, Verrastro Francesco

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 124, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Metro Exhibition 2007 - un successo che premia la professionalità e l'impegno per il mondo horeca e retail

Gli eventi: Si è rivelata un grande successo la seconda edizione di Metro Exhibition, la manifestazione dedicata al mondo dell'horeca svoltasi lo scorso novembre presso il nuovo polo fieristico di Fiera Milano nell'ambito di Host 2007.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Agostini Stefano, Alberto bauli, Alfieri Cristina, Arna, Bain & Co, Balocco Alberto, Benetello Massimo, Berni stefano, Cocchi Massimo, Comoletti Gabriele, Consorzio Grana Padano, Costaguta Marco, Cozzarolo Davide, Fabbri Filippo, Fiera Milano, Fios Trends 2007, Geminiani Michele, Grandi Salumifici Italiani, Guarnaccia Mauro, Il Sole 24 Ore, Maiocchi Mario, Maiolo Tiziana, Metro cash and carry Italia, Metro Exhibition, Nestlé Gelati, Oldani davide, Pellegrini Luca, Rinaldi Rosa, Rizzo Gaetano, Tassinari Marco, Tip Italy, Truglia Giuseppe, Truzzi Claudio, Università di Pavia, Veronese Guido, Zonin Gianni

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.

Tablette, 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 6/2007, n° pagina 157, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Uni Parma Horeca Distech - Horeca Distech, per i nuovi manager della distribuzione di bevande "fuori casa"

Focus: l'Horeca Distech è un progetto unico in Italia, che si rivolge a un massimo di 25 giovani laureati (laurea triennale o specialistica), laureandi o diplomati con esperienza lavorativa biennale nel food&beverage, che desiderino implementare le proprie competenze.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di Impresa](#)

Citati: Afdm (Ass. per la Formazione nella Distribuzione Beverage), Biscaldi, Campari, Conserve Italia, Ferrarelle, Gruppo Italiano Vini Giv, Heineken, Horeca Distech, Institut Commercial de Nancy, Iri-Infoscan, Italgrob, Pago, Pepsico, Peroni, San Benedetto, Sanpellegrino, Università di Parma

Direttore responsabile: Armando Garosci

Editore: Editoriale Largo Consumo Srl, via Bodoni 2 Milano

Service Provider: Mc Link Spa, Roma

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

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

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"](#)