

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



Documento in **versione interattiva:**
www.largoconsumo.info/042007/PL-0407-008.pdf

ACQUE: PRODUZIONE E CONSUMO



Costi del Percorso di lettura:

€ 178,50 (comprensivo iva) - non abbonati
€ 129,00 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo e supplementi

Rif: PL-0407-008

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

Mercato Italia - Agroalimentare

Rapporto sullo stato delle imprese

I **risultati finanziari** delle principali imprese nazionali, la **produzione** industriale e

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

le **esportazioni**, i **consumi** interni e principali **competitor** internazionali di questo comparto.

I CONTENUTI EDITORIALI:

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

Tipologia: Breve

Le principali tendenze in atto: acque minerali

Il mercato 2006, trainato dalle acque naturali, registra buone performance sia a volume sia a valore. Le vendite superano i ...milioni di litri (+...% rispetto al 2005) – di cui ...milioni di naturale (+...%) e ...milioni di gassata (+...%) – per un fatturato di oltre ...milioni di euro (+...%).

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza l'articolo](#)

Citati: Cogedi, Ferrarelle, Iri-Information Resources, Limonta Marco, Nestlé, San Benedetto

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n° pagina 14, lunghezza 1,3 Pagine

Tipologia: Articolo

Costruire una cultura dell'acqua

Acque minerali: Il comparto delle acque minerali sta attraversando una fase riflessiva, sia per l'elevata penetrazione raggiunta nei consumi delle famiglie, sia per un'estate 2006 che non ha favorito le vendite. Considerazioni sui linguaggi utilizzati nella comunicazione e sull'efficacia dei messaggi equivoci che promettono proprietà salutistiche che le acque non hanno e non possono avere. In questa intervista riportiamo il punto di vista di Carlo Pessina, amministratore delegato di Norda

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Acque minerali a marchio del distributore - quote % di mercato
- Acque minerali: consumi, prezzi, struttura produttiva, nuovo regime fiscale
- Acque minerali: investimenti netti in pubblicità
- Dimensione / Trend del mercato - Acqua minerale - Canale food

Allegati:

- [Scarica l'articolo](#)

Citati: AcNielsen, Beverfood, Cogedi, Erikli, GfK, Levissima, Ministero della Sanità, Nestlé, Nestlé Waters Direct Italia, Norda, Pessina Carlo, Plma, Plt, San Benedetto, Sanpellegrino, Sant'Anna, Società generale acque minerali Caserta, Vera

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Nuova vittoria per il format pubblicitario Acqua Sant'Anna

L'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria ha espresso parere favorevole sui messaggi di pubblicità comparativa utilizzati da Fonti di Vinadio spa, nuovamente attaccati da alcuni marchi concorrenti.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Acqua Sant'Anna, Fonti di Vinadio, Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Bevande analcoliche - Codice PL-0107-010

Edizione: 1/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/012007/PL-0107-010.pdf



Titolo: Succhi di frutta e bevande a base di frutta - PL-0506-015

Edizione: 5/2006

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052006/PL-0506-015.pdf



Titolo: Distribuzione automatica - Codice PL-0506-001

Edizione: 5/2006

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052006/PL-0506-001.pdf

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Gli hotel scoprono i vantaggi dell'acqua trattata

Sempre più strutture alberghiere hanno scelto di trattare l'acqua. Infatti, impedire il formarsi di pochi millimetri di incrostazioni nei bollitori e nelle caldaie, consente un risparmio di energia di oltre il ... % in quasi ... mesi.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 98, lunghezza 5 pagine

Tipologia: Articolo

Le minerali alla prova del ricordo

Acque minerali: Focus sulle acque, un prodotto nei cui consumi l'Italia ha una robusta leadership. L'offerta è molto concentrata, ma i marchi sono parecchi, più di uno nella stessa casa. Nel 2006 i consumi di acqua minerale nel nostro Paese sono ammontati a ... di litri con una crescita dello ...% rispetto all'anno precedente; A livello di consumi per zone geografiche il Nord-Ovest assorbe il ...% del mercato seguito dal centro (...%). L'acqua minerale piatta rappresenta il ...% delle vendite in volume.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **Gli investimenti pubblicitari per mezzo: 2006 (in% sul volume) - (Acqua minerale)**
- **I canali distributivi: 2006 (in % sul volume) - (Acqua minerale)**
- **I fattori di successo: 2006 (indice 0-100) - (acqua minerale)**
- **La conoscenza spontanea e sollecitata di famiglie e trade: 2006 (in %) - (Acqua minerale) segue**
- **La conoscenza spontanea e sollecitata di famiglie e trade: 2006 (in %) - (Acqua minerale)**

Allegati:

Citati: Abrau, Acetosella, Acqua del Tempio, Acqua della Madonna, Acqua di Nepi, Acqua Fucoli, Acqua Sacra, Acqua Santa, Acquabaida, Acquachiarà, Acquarossa, Aemilia, Alba, Alisea, Alpi Cozie, Alpi, Alte Vette, Amerino, Amorosa, Appia, Aqua, Augusta, Aura, Ausonia, Azzurra, Azzurrina, Balda, Beber, Bernina, Boario, Bracca, Brio blu, Bucaneve, Calabria, Calizzano, Capannelle, Castello, Cavagrande, Ceciliania, Cerialia, Cesa, Chiarella, Ciego Montero, Cime Bianche, Cinciano, Cintoia, Cinzia, Claudia, Coca-Cola, Cogedi, Conad, Coop, Coralba, Corona, Corte Paradiso, Cottorella, Courmayeur, Crai, Cristalia, Crodo Lisiel, Crodo Valledoro, Cutolo Rionero, Daggio, Danone, Dolomiti, Don Carlo, Donata, Donato, Ducale, Egeria, Esselunga, Eureka, Evian, Fabia, Faito, Federazione italiana fitness, Federazione italiana nuoto, Ferrarelle, Festosa, Fiuggi, Flaminia, Flavia, Fontalba, Fonte Aura, Fonte Camarda, Fonte Caudana, Fonte Chiara, Fonte del Lupo, Fonte del Parco, Fonte di Palme, Fonte Elisa, Fonte Gaudianello, Fonte Itala, Fonte Lieta, Fonte Napoleone, Fonte Perna, Fonte Regina, Fonte Serena, Fonte Tullia, Fontechiarà, Fontelaura, Fontemura, Fontepatri, Fontesana, Fonteviva, Francesco, Frassasi, Frisia, Frizzarella, Funte Fria, Futura, Gabinia, Gaia, Gajum, Gallo, Galvanina, Garbarino, Garesia, Gaudenziana, Gaverina, Generosa, Geraci, Giara, Gioiosa, Giorgio, Giulia, Goccia di Carnia, Gran Guizzo, Gs, Guizza, Kaiserwasser, L'Aqua, La Francesca, Lauretana, Lavaredo, Leggera, Lentula, Leonardo, Leopoldo, Lete, Levia, Levico Casara, Levissima, Lian, Lidia, Lieta, Lilia, Limpia, Linda, Lissa, Lonera, Lora, Luce, Lucia, Luna, Lurisia, Lynx, Madonna dell'Ambro, Madonna della Guardia, Madonna della Mercede, Madonnina, Mangiatorella, Maniva, Marco, Margherita, Maria alle Capannelle, Maria degli Angeli, Meo, Merano, Michele, Mineralneri, Ministero della sanità, Misia, Moderanno, Moettte, Mombarone, Monte Bianco, Monte Cimone, Monteforte, Montinverno, Monviso, Natia, Nepi, Norda, Nuova Dolomiti, Nuova Garesia, Orobica, Palina, Palmense, Panna, Paraviso, Paravita, Pasubio, Pejo, Pergoli, Perla, Perrier, Petra Pertusa, Pian della Mussa, Pic, Pietro, Pieve, Pineta, Plose, Pozzillo, Pracastello, Pradis, Prata, Prealpi, Preistorica, Primula, Pura, Purissima, Quarzia, Radenska, Reale, Regina, Reparata, Rey, Roana, Rocca Galgana, Roccabianca, Rocchetta, S. Andrea, S. Angelo, S. Antonio, S. Bernardo, S. Bernardo della Rocca, S. Bernardo Rocciaviva, S. Cassiano, Sacramora, San Benedetto, San Carlo Fonte, San Carlo Spinone, San Ciro, San Daniele, San Felice, San Giacomo, San Giuliano, San Leonardo de Siete, San Lorenzo, San Luigi, San Martino, San Paolo, San Pellegrino, San



Titolo: Canale Bar - Codice

PL-0207-005

Edizione: 2/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/022007/PL-0207-005.pdf



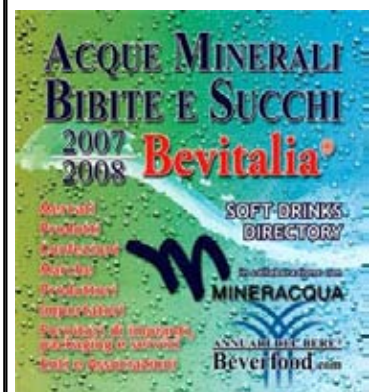
Titolo: Nestlé Water Report

Edizione: 3/2007

Editore: Nestlé

Link:

www.largoconsumo.info/102007/DOCNestléWaterReport1007.pdf



Rocco, Sandalia, Sanfaustino, Sangemini, Sant'anna, Sant'Elena, Santa Chiara, Santa Clara, Santa Croce, Santa Maria, Santa Rita, Santafiora, Santagata, Santo Stefano, Sapore di Toscana, Sassovivo, Sattai, Serena, Silva, Silvana, Silvestro, Smeraldina, Sole, Sorgente Oro, Sorgente S. Lucia, Sovrana, Sparea, Sponga, Stella Alpina, Surgiva, Tavina, Telese, Tesorino, Tettuccio, Tinnea, Tione, Toka, Traficante, Tre Fontane, Tynant, Uliveto, Ulmeta, Val di Meti, Valle d'Oro, Valle Reale, Valle Stura, Vallechiara, Vallio, Valmora, Valverde, Ventasso, Vera, Veramina, Verdiana, Verna, Vesuvio, Vigezzo, Vis sorgente del Ciliegio, Visciolo, Vitasnella, Vittoria, Viva, Wod Sophia, Xenia

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 179, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Cittadinanza attiva a tutela dell'acqua

L'acqua è una risorsa costosa. Una famiglia media che consumi all'anno ... mc di acqua sostiene una spesa di ... euro, con un aumento del ...% rispetto al 2005...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Cittadinanzattiva

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

La lavastoviglie permette di risparmiare acqua

Se ogni famiglia, anziché lavare a mano i piatti, utilizzasse la lavastoviglie, in Italia si risparmierebbe, ogni anno, l'equivalente del fabbisogno idrico di una città come Milano. Ma per utilizzare l'elettrodomestico al meglio, risparmiando acqua ed energia, è necessario osservare alcune regole.

Table, grafici e box a corredo:

- Le regole per l'ottimizzazione della lavastoviglie

Allegati:

Citati: Bianco e Bruno (rivista elettrodomestici)

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 131, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Lo Iap dà ragione ad acqua Sant'Anna

L'Istituto di autodisciplina pubblicitaria (Iap) ha ritenuto il format della pubblicità comparativa dell'acqua Sant'Anna, raggiunta da una denuncia, corretto sia nell'impostazione sia nel contenuto e a soli pochi mesi di distanza dalla precedente sentenza emessa dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato, ne ha sposato la tesi.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Iap (Istituto di autodisciplina pubblicitaria)

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 133, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Levissima si affida a Ketchum

Levissima, marchio appartenente al gruppo Sanpellegrino Nestlé Waters, ha affidato a Ketchum le attività di comunicazione e ufficio stampa per il 2007. L'incarico riguarda la comunicazione di prodotto e istituzionale al fine di rafforzare la posizione di leadership del marchio e il suo forte legame con il territorio d'origine, la Valtellina.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Cornelli Andrea, Ketchum, Levissima, Maini Laura, Sanpellegrino Nestlé Water

HOEPLI

Titolo: **Il trattamento delle acque residue industriali e agricole**

Edizione: 1/1996

Editore: Hoepli

Link:

diffusioneabbonamenti@largoconsumo.it?subject=Info%20Pubblicazione&body=Tuo_Nome?:%0A%0CTitolo?:%0A%0CRichiasta?:

EDIZIONI FrancoAngeli

Titolo: **Il settore idrico italiano. Strategie e modelli di business**

Edizione: 1/2004

Editore: Franco Angeli

Link:

diffusioneabbonamenti@largoconsumo.it?subject=Info%20Pubblicazione&body=Tuo_Nome?:%0A%0CTitolo?:%0A%0CRichiasta?:

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 3/2007, n° pagina 164, lunghezza 4 pagine

Tipologia: Articolo

Pagelle acqua

Rating: Nel corso del 2005 il mercato (... di euro a prezzi ex fabrica) ha registrato un incremento dell'...% in quantità e del ...% a valore. Cresce la quota del canale discount (+...%), mentre horeca e gdo registrano un aumento in linea con il mercato (+...%) mentre mostra una flessione per l'alimentare nazionale e il porta a porta.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [Gli indici di bilancio 2004-2005 \(Norda, Sant'Anna, Lete\)](#)
- [Il conto economico riclassificato 2004-2005 \(in migliaia di euro\) - \(Norda, Sant'Anna, Lete\)](#)
- [La sintesi dei risultati \(Norda, Sant'Anna, Lete\)](#)
- [Lo stato patrimoniale riclassificato 2004-2005 \(in migliaia di euro\) - \(Norda, Sant'Anna, Lete\)](#)

Allegati:

Citati: Auchan, Bertone, Carrefour, Coca Cola, Ducale, Fonti di Vinadio, Ifi, Lete, Lynx, Norda, Pam, Panorama, Pessina, Rinascente, Sgam, Società generale delle acque minerali

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

Tipologia: Articolo

Acqua di rubinetto: perchè no?

Trend: Aqua Italia, l'associazione che dagli anni settanta raduna aziende costruttrici di impianti, prodotti chimici, accessori e componenti per il trattamento delle acque primarie (non reflue) per uso civile, industriale e per piscine, ha incaricato CRA (ACNielsen) di effettuare una ricerca statistica sul consumo dell'acqua del rubinetto che renda l'idea di quanta fiducia gli italiani ripongono in ciò che sgorga dai rubinetti di casa propria.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [Gli italiani e il rubinetto \(in %\)](#)

Allegati:

Citati: AcNielsen, Aqua Italia, Cra, Mediobanca

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

Tipologia: Breve

Norda unisce a Bergamo sport e solidarietà

La presentazione del "Palanorda" ai bergamaschi e a tutti gli sportivi e appassionati del volley è stata l'occasione per proporre un'iniziativa che ha unito sport e solidarietà.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Associazione sindrome di Poland, Norda

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

Tipologia: Breve

Trattare l'acqua porta immediati vantaggi

Il consumo di acqua e la manutenzione degli impianti sono tra i problemi del nostro Paese. Per questa ragione, molte strutture alberghiere hanno scelto di agire proprio su questi fronti: quello tecnologico e quello legato al consumo umano. .

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2007, n° pagina 75, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Recoaro: nuovo volto alla minerale

Recoaro ha deciso di rilanciare il marchio, partendo dal restyling del logo per fare leva sul valore della territorialità.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Recoaro

Largo Consumo, fascicolo 1/2007, n° pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Ferrarelle: 2 anni per rivedere gli utili

Due anni per rimettere a posto i conti di Ferrarelle. L'effervescente naturale, ora sotto controllo dell'armatore napoletano Carlo Pontecorvo, che ne ha rilevato il marchio nel 2005 da Danone assicurandosi anche Santagata, Natia e Boario, le licenze per Vitasnella ed Evian, lo stesso anno ha venduto ...milioni di bottiglie incassando ...milioni di fatturato. Il progetto di rilancio si basa in misura determinante sull'export

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Boario, Danone, Evian, Ferrarelle, Natia, Pontecorvo Carlo, Santagata, Vitasnella

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 27, lunghezza 1,8 di Pagina

Tipologia: Breve

I risultati delle principali imprese agroalimentari (food e beverage) in Italia:

2003-2004: Acque minerali

Le acque minerali nel 2004 hanno fatturato complessivamente ... miliardi di euro, allo stesso livello dell'anno precedente, mentre i volumi sono diminuiti del ...%. Le prime ... aziende controllano oltre ... del mercato.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Aura, Fabia, Fiuggi, Nestlé, Rocchetta, San Benedetto, San Pellegrino, Sangemini

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 28, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti pubblicitari del settore bevande: le prime 10 classi di prodotto

Acqua minerale, birre alcoliche, caffè normale, liquori brown altri, Acqua minerale effervescente naturale, bevande piatte-base frutta, bevande piatte-tè, liquori dolci, vini, bevande mixate bassa gradazione, altri: 2005 vs 2004- 2003

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 28, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti pubblicitari del settore bevande: I top brand

I top brand nel settore bevande e la posizione occupata nel 2005 relativamente a: Lavazza, Cogedi, San Benedetto, Lete, Kimbo

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Cogedi, Kimbo, Lavazza, Lete, San Benedetto

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 28, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti pubblicitari del settore bevande: I top spender

I nomi dei 10 top spender nel settore bevande, la posizione occupata nel 2005 e nel 2004 e variazione % degli investimenti: 2005 vs 2004

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Birra Peroni, Campari, Coca-Cola, Cogedi, Ferrarelle, Heineken, Lavazza, Nestlé, San Benedetto, Sodi

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 57, lunghezza 1/4 di Pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali imprese agroalimentari in Italia: 2003-2004: Acque minerali

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 gli 814 e i 6 milioni di euro.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Acqua di Nepi srl, Acqua Minerale S. Benedetto spa, Acqua Santa di Roma spa, Acque Minerali Val Menaggio spa, Alpe Guizza spa, Bracca Acque Minerali spa, Dosso Alto spa, Fonte Plose spa, Fonti di Posina spa, Fonti di Vinadio srl, Fonti San Carlo - Spinone Al Lago spa, Garda Bibite spa, Goccia di Carnia spa, Gran Guizza spa, La Galvanina spa, Mangiatorella spa, Nocera Umbra Fonti Storiche spa, Norda spa, Oscella spa, Pontevecchio srl, Rocchetta spa, S.I.A.Mi. - Soc. It. Acque Minerali srl, San Pellegrino spa, Sangemini spa, Sarda Acque Minerali spa, Sibat Tomarchio srl, Soc. Generale Delle Acque Minerali, Sorgente Orticaia srl, Sorgente S. Croce spa, Surgiva F.Ili Lunelli spa, Tavina spa

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n° pagina 12, lunghezza 1,3 Pagine

Tipologia: Articolo

Parola d'ordine: diversificare

Mercato&Imprese ha intervistato Carlo Pessina, amministratore delegato del gruppo Norda, azienda storica nel comparto beverage italiano. Le più recenti indagini sui consumi indicano nel 2005 per le acque minerali un incremento dell'... % in quantità e del ...% in valore. Canale alimentare tradizionale in affanno. La vendita porta a porta non cresce. Sviluppo senza soste dell'horeca.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Dimensione/trend del mercato delle acque minerali. Canale: bar tradizionali
- Dimensione/trend del mercato delle acque minerali. Canale: food
- Profilo dei consumatori di acque minerali

Allegati:

- **Visualizza questo articolo**

Citati: Boario, Ferrarelle, Gfk Iha Italia, Guizza, Lete, Levissima, Norda, Pessina Carlo, Rocchetta, S. Benedetto, Sant'Anna, Uliveto, Vera

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Acqua conveniente per le seconde case

Tutele e diritti: sono sempre più numerosi i consumatori che si lamentano dell'inasprimento delle tariffe dell'acqua per la seconda casa. Tutto deriva dall'art. 154 del decreto legislativo n. 152/2006 (Codice ambientale) che ha ribadito l'obbligo di tariffe agevolate per i consumi domestici essenziali (in genere fino a 90 mc l'anno).

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Art 154 del DL n. 152/2006 (Codice Ambientale)

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n° pagina 115, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Sponsorizzazioni all'acqua

Ferrarelle spa conferma la propria passione per lo sport attraverso i suoi marchi. Il brand Ferrarelle è co-sponsor di una delle più importanti squadre del basket italiano. L'unione di Ferrarelle con squadre importanti di sport diversi è in linea non solo con le proprietà delle acque Ferrarelle, Boario e Santagata, ma anche con la "personalità" del gruppo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Boario, Ferrarelle, Lega due, Pepsi Juvecaserta, Santagata

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n° pagina 154, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Svilupparsi nel pulito

Sostenibilità: per l'industria agroalimentare la conservazione dell'ambiente è un interesse intrinseco poiché è dall'ambiente che si traggono le materie prime. Ecco perché questo settore si è impegnato per il rispetto dell'ambiente e per uno sviluppo sostenibile, muovendosi in tre direzioni: assicurare la qualità e la sicurezza dei prodotti; aumentare la cosiddetta eco-compatibilità per proteggere le risorse naturali e assicurare la loro disponibilità; ottimizzare i costi.

Table, grafici e box a corredo:

- **I consumi di acqua dell'industria agroalimentare: 2000-2002 (metri cubi per tonnellata di prodotto)**
- **I consumi di energia dell'industria agroalimentare: 2000-2002 (In kj per tonn. di prodotto)**

Allegati:

Citati: Ciaa (Confederazione delle industrie del food e drink), Danone Italia, Evian, Ferrero, Frigo, Glanbia ingredient, Motor challenge programme, Nestlé, Protocollo di Kyoto, Sagit, Unilever

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 28, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Minerali alla carta

Beverage: Un'acqua minerale per chi fa sport, una per chi vuole perdere peso, un'altra per chi ha difficoltà a digerire o per chi ha la pressione alta, un'altra ancora per combattere i calcoli renali. E ancora: un'acqua particolarmente indicata per l'alimentazione dei neonati, una per facilitare le funzioni fisio-logiche degli anziani, un'altra per accompagnare un piatto a base di pesce e una per esaltare al massimo un secondo di carne. Esiste un'acqua per ogni occasione e per ogni palato

Table, grafici e box a corredo:

- I consumi pro capite di acque confezionate in Europa: 2003 (in litri)
- La classificazione delle acque minerali in base al residuo fisso
- **La produzione e il consumo di acque minerali in Italia: 2000-2004 (in milioni di litri)**

Allegati:

Citati: Adam (Associazione degustatori acque minerali), Bisceglia Mario, Buzzegoli Guido, Carta delle acque minerali, Fonti di Vinadio, Fortuna Ettore, Maltese Giuseppe, Mineracqua, Ministero della salute, Monticchio Gaudianello, Norda, Oms (Organizzazione mondiale della sanità), Pessina Carlo, Santa Croce

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 109, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Acqua conveniente, elettricità salata

Il consumo più o meno abbondante di acqua è da ricercarsi nel suo costo, che in Italia è tra i più bassi d'Europa. Se le tariffe italiane per l'acqua potabile ci vedono agli ultimi posti in Europa, il nostro Paese recupera il primato con l'energia elettrica.

Table, grafici e box a corredo:

- **I prezzi dell'energia elettrica per consumi domestici fino a 3500kwh all'anno: gennaio 2006 (€ e %)**

Allegati:

Citati: D'Ascenzi Mauro, Eurosat, Federutility

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 109, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Il rubinetto ha molti estimatori

Per verificare il livello di conoscenza dell'acqua del rubinetto e dei trattamenti connessi, AcNielsen-Cra ha svolto un'indagine statistica che ha evidenziato dati importanti sul comportamento degli italiani verso l'acqua di rubinetto

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: AcNielsen, Cra

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n°pagina 162, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Acqua in ciclo e riciclo

Ecologia: Il problema dei reflui è certamente molto grande. Ecco come lo vedono gli addetti ai lavori e le industrie. Dalla viva voce degli esperti emergono i quesiti e le soluzioni possibili.

Tablelle, grafici e box a corredo:

- Box: piccolo glossario

Allegati:

Citati: Barilla, Cremonini Cristiano, Idroconsult, Inalca, Previdi Massimiliano, Ruini Luca, Simem, Sorlini Giovanni

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n°pagina 191, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Risparmi in lavastoviglie

Lavare i piatti a mano per risparmiare acqua ed energia elettrica è un atteggiamento sbagliato, che va nella direzione opposta a quella desiderata. Tutto questo secondo gli esperti del Progetto Galileo, che vede uniti i leader nella produzione di lavastoviglie e Reckitt Benckiser, leader italiano dei detersivi per lavastoviglie con Finish.

Tablelle, grafici e box a corredo:

- I partner del progetto Galileo

Allegati:

Citati: Finish, Progetto Galileo, Reckitt Benckiser

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.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Ministero della Salute

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n°pagina 111, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Ferrarelle punta su Napoli

Ferrarelle ha presidiato l'aeroporto di Napoli attraverso un wellcome message all'ingresso principale, nella sala d'attesa, nella zona imbarchi e i carrelli bagaglio vestiti di rosso lungo tutto lo scalo.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Ferrarelle, Sgs, Willkommen dans le Ferrarelle airport

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n°pagina 154, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Acqua: in viaggio con mille insidie

Questa fondamentale risorsa si imbatte, nella propria via, in mille agenti a rischio. La legge fissa precisi parametri tollerati, per cautelare i consumatori. Ma perché è così importante rispettare i parametri e come certe sostanze entrano in contatto con l'acqua?. Oltre il ...% delle sostanze parametratre sono sottoprodotti di disinfettanti utilizzati per mantenere costanti le qualità organolettiche dell'acqua potabile. Il ...% dei parametri può derivare...

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Anima-Aqua Italia, Anima-Avr, Decreto legislativo 174/04, Tau International

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 111, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Aqua Italia garantisce la potabile

L'Associazione Aqua Italia ha lanciato "Sicura by Aqua Italia", un'iniziativa nazionale destinata a tutelare le aziende e a garantire la sicurezza dei consumatori di acqua di rubinetto. Un'indagine svolta da Cra dimostra che sono sempre di più gli italiani che scelgono di bere l'acqua di rubinetto:

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Associazione Aqua Italia, Crai, Sicura by Aqua Italia

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 120, lunghezza 2, 06 di pagine

Tipologia: Articolo

Acqua: un'ondata di spot

Secondo i dati di AcNielsen media research, nel 2005 l'industria delle acque minerali ha speso quasi ... milioni di euro in comunicazione pubblicitaria, con un incremento dell'...% rispetto all'anno precedente. Per spot televisivi il ...%; il ...% per inserzioni sulla stampa; il ...% per passaggi radio; il ...% per messaggi nei cinema e ...% per affissioni stradali.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **Gli investimenti delle acque minerali per mezzo: 2004-2005 (in%)**
- **La stagionalità della pubblicità delle acque minerali in Tv: 2003-2005 (in %)**

Allegati:

Citati: AcNielsen Media Research, Brio Blu Rocchetta, Cogedi, Dosso Alto, Foglio Michele, Fonti di Vinadio, Gonzaga Patrizio, Marchi Sira, Norda, Pessina Carlo, Rocchetta, Sant'Anna, Sorgente Santa Croce

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 164, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Coca-Cola acquista acqua minerale in Italia

Coca-Cola hellenic bottling company e The Coca-Cola company hanno raggiunto un accordo per l'acquisto del ...% del gruppo Traficante, che produce acque minerali in Italia.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Coca-Cola hellenic bottling company, Lilia, Lilia Kiss, The Coca-Cola company, Traficante

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 90, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Articolo

Regole in acqua

Risorse naturali, acqua: l'organizzazione distributiva prevede il concorso di vari enti. Ecco in quale direzione si muovono le leggi, le tariffe, la domanda e le innovazioni. Federconsumatori nazioanle con la collaborazione di Arpa E.R. ha svolto un'indagine campione in 56 città italiane finalizzata al servizio idrico.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Quanto costa il contatore dell'acqua

Allegati:

Citati: Arpa E.R., Cipe, Federconsumatori, Istat, Legge Galli, Matteoli Altero

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 94, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Fa acqua il sistema idrico nazionale

Solo 4 regioni (... ..) su ...prevedono organismi di garanzia degli interessi dei consumatori-utenti; le carte dei servizi sono adottate solo dal ...% delle aziende del settore e nel ...% dei casi non contemplan la conciliazione come procedura di tutela. Il tariffario dell'acqua potabile, secondo i dati Istat..... (legge .../...).. continua..

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Cittadinanzattiva, Confconsumatori, Istat, Trincia Giustino

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 156, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Articolo

Acqua di seconda mano

Risorse idriche: il riciclo e il riuso sono molto importanti, purché vengano rispettate le legislazioni in materia e si trovino adeguate fonti di impiego. Ecco lo scenario. Ambizioso progetto presentato nel corso di "Aqua 2005" dal Dipartimento di ingegneria dell'Università di Ferrara.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Le destinazioni d'uso delle acque reflue recuperate, ammesse dal DM 185/2003

Allegati:

Citati: Capone Elisabetta, Malpei Francesca, Masotti Luigi, Politecnico di Milano, Studio legale Giampietro, Università di Ferrara, Verlicchi Paola

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 39, lunghezza 2,3 pagine

Tipologia: Articolo

Acqua sulla cresta dell'onda

Beverage: dal 1994 al 2003 la produzione italiana di acque minerali naturali ha raggiunto gli ... miliardi di litri. La sensibile flessione (-...%) del 2004 è legata alla maggiore propensione al risparmio delle famiglie, ma anche al calo del turismo (che ha colpito soprattutto l'horeca). L'Italia è un grande consumatore con i suoi ... litri pro capite, e nel 2005 l'industria spinge anche sull'export, che ha segnato un progresso del ...% nel primo bimestre.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **I consumi di acque minerali in Italia: 2002- 2004 (in milioni di litri e in %)**
- **Il numero di stabilimenti e di marchi di minerali italiane per regione**
- **La produzione di acque minerali in Italia: 1994- 2004 (in milioni di litri)**
- **La ripartizione delle esportazioni italiane di acqua minerale in Europa per Paese: 2004 (in %)**

Allegati:

Citati: Censis, Confindustria, De Rita Giuseppe, Fortuna Ettore, Gfk, Giugiaro, Istat, Mineraqua, Nocera Odette, Pininfarina

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 145, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

A Lehman acque minerali e bibite Spumador

Rileverà il ...% del capitale, lasciando il ...% come quota rimanente di possesso della famiglia fondatrice, che continuerà ad avere comunque un ruolo rilevante anche nella nuova gestione. Spumador, oggi con circa ...milioni di euro di fatturato.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Lehman brothers merchant banking , San Carlo, Spumador

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 173, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Acqua, risparmio vitale

La Regione Emilia Romagna ha promosso un'ampia campagna di comunicazione intitolata "Acqua risparmio vitale", alla quale ha prontamente risposto Fiera di Rimini. Nei bagni del quartiere, la pressione/portata dell'acqua nei rubinetti dei lavabi è stata diminuita di oltre un terzo e la portata d'acqua delle cassette di ... sanitari...continua...

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Fiera di Rimini, Vitali Ruggero

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 114, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Servizi idrici a prezzi differenziati

Cittadinanzattiva ha realizzato un'analisi a livello nazionale del Servizio idrico integrato, in termini di costo sopportato da una famiglia di tre persone che consuma all'anno 192 mc di acqua, in linea con quanto calcolato dal Comitato di vigilanza sull'uso delle risorse idriche. Ne è emerso che in una provincia, il servizio idrico integrato può avere costi anche tre volte superiori rispetto a un'altra provincia, e più che doppi tra province di una stessa regione. Per esempio... continua...

Table, grafici e box a corredo:

- **La spesa annua per il servizio idrico in alcune città italiane: 2005 (in euro)**

Allegati:

Citati: Osservatorio prezzi & tariffe di Cittadinanzattiva

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 114, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Rivalutata l'acqua del rubinetto

L'acqua minerale costa in media alle famiglie italiane ... euro all'anno. E, come rileva Federacqua, a causa del caro vita 3 italiani su 100 nell'ultimo anno sono tornati a rivalutare l'acqua del rubinetto. Il ...-% delle acque che arrivano nelle nostre case è di origine profonda e quindi purissima. Il restante ...-% è sempre un'acqua potabilizzata.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Federacqua, Gmc Adnkronos, Istituto superiore di sanità, Ottaviani Massimo

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n° pagina 99, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Acqua gratis al bar

Tutele e diritti: Secondo Adoc consumare acqua sigillata monodose nei bar rappresenta sicuramente un vantaggio in termini di sicurezza, ma non in termini di riciclo né di spesa per l'avventore [...] Adoc ricorda che con questa normativa i contenitori potrebbero aumentare di oltre ... mld di pezzi, mentre qualora vi fossero anche solo ... cent di aumento per ogni dose la ricaduta negativa dei costi sarebbe di oltre ... mln.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Adoc

Largo Consumo, fascicolo 7/2005, n° pagina 56, lunghezza 1/5 di Pagina

Tipologia: Breve

Ferrarelle, da marchio a impresa

Dopo il passaggio di Italcque da Danone a Lgr Holding, si è costituita Ferrarelle spa, con l'obiettivo di rilanciarne i marchi storici ed entrare in nuovi segmenti del mercato delle bevande. Sui programmi di investimento incidono i ... milioni di euro di fatturato netto del 2004 per volumi pari a ... milioni di litri. E' prevista la brand extension di Vitasnella a nuove aree del beverage salutistico, e si preannuncia l'entrata nei mercati delle bevande da frutta e tè freddi... (PL-0705-17)

Table, grafici e box a corredo:

- **Il mercato delle bevande in Italia: 2004**

Allegati:

Citati: Danone , Ferrarelle , Iri Infoscan , Italcque , Lgr Holding

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 43, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Articolo

Il rubinetto sfida la bottiglia

Acqua potabile: Fra leggi, riforme, competenze di enti pubblici, il ciclo della potabile presenta svariate complessità. Un fatto è comunque certo: parliamo di una risorsa sicura e "competitiva". Il nuovo quadro normativo legato all'acqua potabile potrebbe indurre a ripensamenti strategici per gli operatori e accendere il confronto tra l'acqua di acquedotto e acqua in bottiglia. Ogni sfida nasconde però in sé anche una opportunità.

Table, grafici e box a corredo:

- Box: Riscoperta nel bicchiere (da una indagine Cresme per l'Associazione AqualItalia-Confindustria)
- **Il bilancio idrico (Volumi immessi, persi e erogati in mq di acqua)**
- **Il tipo di acqua immessa alla distribuzione (in milioni di mq)**

Allegati:

Citati: Acquedotto pugliese, Amir, Associazione AqualItalia, Commissione europea, Confindustria, Divella Francesco, Fitto Raffaele, Guffanti Luca, Hera, Iir (istituto di ricerca internazionale), Romagna Acque, Ronchi Danilo, Scimè Zaccheo & associati, Sis

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n° pagina 103, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Norda

Le schede aziendali: I marchi Norda sono presenti nei canali tradizionali, in Gdo, nell'Horeca, nel vending e nel porta a porta. Inoltre, Norda imbottiglia per alcune grandi realtà della Gdo, è attiva con il marchio Acquapoint nel canale delle fontanelle e bocconi e opera nel settore delle bibite analcoliche, sia con proprio marchio, sia per conto terzi. Norda ha in corso sponsorizzazione in varie discipline sportive e progetti importanti nel mondo culturale e dell'educazione.

Table, grafici e box a corredo:

- Norda: alcuni dati di sintesi

Allegati:

- **Scarica questa Comunicazione di impresa**

Citati: Acquachiarà, Acquapoint, America's Cup, Berti Gianni, Città dei Bambinieri dei Ragazzi di Genova, Daggio, Ducale, Luna, Luna Rossa, Lynx di Norda, Motor Show, Norda, PalaNorda, Pessina Carlo, Pessina Lino, Play-Radio Foppapedretti, San Fermo, Tinna, Tinna Petursdottir

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 96, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Sorgente Santa Croce - Il meglio di ognuna. Lo trovi tutto in una.

Quando scegli la tua acqua vuoi che abbia in sé tutte le caratteristiche migliori. Per questo scegli Santa Croce: l'acqua oligominerale che va bene a tutta la famiglia. Acqua santa croce. Scegliere ma non rinunciare.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 100, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

San Benedetto Acqua Minerale - San Benedetto una grande marca, leader in un segmento in grande crescita.

Garanzia di un marchio leader. San Benedetto da sempre all'avanguardia nell'innovazione e nella qualità, si conferma leader del segmento piccoli formati di acqua minerale, uno dei più vivaci per crescita a volume e a valore.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 102, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Sanpellegrino - E' nata Levissima Easycap una montagna di praticità

Levissima, leader del mercato, presenta l'innovazione del 2007. Il prodotto che rivitalizza il segmento del mezzo litro, portandoci una ventata di purezza e di praticità. Si tratta di Levissima con Easycap: un tappo unico e praticissimo....

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 76, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Goccia di Carnia

Le schede aziendali: La capacità delle linee di imbottigliamento è di oltre ... bottiglie all'ora. Goccia di Carnia, l'oligominerale di montagna che nasce in Friuli, nel cuore delle Alpi Carniche, 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

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

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

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 86, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Sorgente Santa Croce

Le schede aziendali: Per Sorgente Santa Croce, che opera nel settore dell'imbottigliamento e vendita di acqua minerale, il 2005 si è chiuso con un incremento di vendite del ...% a volume e del ...% a valore. Ultimato la realizzazione di un secondo stabilimento, con una linea per l'imbottigliamento in vetro e tre per l'imbottigliamento in pet. L'ultima novità è l'innovativo formato da 0,50 in pet Santa Croce Move Cap, con tappo a valvola e bottiglia squeezable, pensato per un target giovane.

Table, grafici e box a corredo:

- Il trend del venduto di Sorgente Santa Croce (in mln di euro)

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Baudo Pippo, famiglia Faroni, Faroni Christopher, Maltese Giuseppe, Sorgente Santa Croce

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n° pagina 118, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Norda

Le schede aziendali: La società Norda-Acque minerali nasce nel 1969 dalla lunga esperienza imprenditoriale nel beverage della famiglia Pessina, tutt'oggi alla guida dell'azienda. Norda è fra le realtà di vertice nel settore delle acque minerali in Italia (sesto gruppo complessivamente e terzo nell'Ho.Re.Ca). E' attiva anche con il marchio Acquapoint nel canale delle fontanelle e boccioni, e nel settore delle bibite analcoliche.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Norda in cifre (2005)

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Acquapoint, Berti Gianni, famiglia Pessina, Istituto Europeo del Design di Milano, Luna, Lynx, Norda Acquachiara, Norda Daggio, Norda Ducale, Norda-Acque Minerali, Pessina Carlo, Pessina Lino, San Fermo

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n° pagina 70, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

San Benedetto - lo specialista del vending

San Benedetto, da sempre attenta all'innovazione, propone per il vending una gamma di prodotti incredibilmente ampia, adatta alle esigenze e ai gusti del consumatore moderno alla ricerca di bevande in grado di soddisfare la voglia di benessere nelle molteplici occasioni di consumo...con la garanzia di un marchio leader

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n° pagina 71, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

San Benedetto - Acqua Minerale San Benedetto il primato della qualità e dell'innovazione

Focus: Acqua Minerale San Benedetto è il primo Gruppo italiano operante nel mercato delle bevande analcoliche, caratterizzato da sempre dalla ricerca di innovazione e qualità. Tra i principali protagonisti nel settore degli integratori salini con il marchio Energade, il Gruppo veneto è presente nel mercato delle acque aromatizzate con Ice, nel settore succhi di frutta con la linea Batik Succoso e nelle bibite gassate. Produce e distribuisce, su licenza di Schweppes International Ltd.,

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Acqua Minerale San Benedetto, Batik Succoso, Easy, Energade, Oasis, Schweppes

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n° pagina 134, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Università di Parma - Master Ho.re.ca. Distech: un prezioso strumento per i futuri manager della distribuzione beverage

I profili: Ha preso il via da alcune settimane per concludersi nel settembre 2007, presso l'Università di Parma, l'ottava edizione del corso "Ho.re.ca. Distech". Si tratta di un master destinato a laureati o laureandi e a diplomati con almeno due anni di esperienza nel settore, il cui obiettivo è formare imprenditori, manager e tecnici per un comparto – quello della distribuzione di bevande nel canale horeca – in forte trasformazione.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: AFDB (Associazione per la Formazione della distribuzione beverage), Bari Christian, Barone Magnana Eleonora, Bertocchi Davide, Biscaldi, Bottazzi Giada, Briante Emanuele, Campari, Coconcelli Chiara, Conserve Italia, Cuccurullo Dario, Foffoli Fabio, Gavazzi Sara, GIV (Gruppo Italiano Vini), Heineken Italia, Ho.re.ca. Distech, ICN, Institut Commercial de nancy, Iri Infoscan, Italgrob, Lupi Chiara, Manzelli Valentina, Mazza Sara, Merli Federica, Morgese Michele, Pago Italia, Pedrazzini Valeria, Pepsi International, Peroni, Roose Philip, San Pellegrino-Nestlè, Scarpantonio Spaldi Daniele, Sillipo Cesare, Università di Parma, Università Nancy2, Valentina Sansone, Vecchione Gelsomino, Vitondo Valerio

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 30, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Dosso 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 11/2006, n° pagina 31, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Norda - da metri 1935 "Sua Altezza"

Norda acqua minerale naturale Daggio. La sorgente più alta d'Europa.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 32, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Sorgente Santa Croce - Il meglio di ognuna. Lo trovi tutto in una.

Quando scegli la tua acqua vuoi che abbia in sé tutte le caratteristiche migliori.

Per questo scegli Santa Croce: l'acqua oligominerale che va bene a tutta la famiglia. Acqua santa croce. Scegliere ma non rinunciare.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n° pagina 111, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Beverfood - Il nuovo Acque Minerali e di Sorgenti d'Italia per gli operatori del beverage.

Il nuovo annuario 2006-2007 mette a fuoco il mondo delle acque minerali e di sorgente italiane.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 123, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Sanpellegrino - Acqua Panna e Guzzini: i nuovi valori dell'acqua al Salone del Mobile 2006

Focus: In occasione del Salone Internazionale del Mobile di Milano 2006, dal 5 al 10 aprile scorsi, S.Pellegrino e Acqua Panna, in collaborazione con Fratelli Guzzini, hanno presentato "WWW – Wonderful Water World – I nuovi valori dell'acqua". La mostra ha voluto proporre un'elaborazione progettuale dedicata al tema dell'acqua e affidata a designer italiani e internazionali dell'ultima generazione.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Scarica questa comunicazione di impresa**

Citati: Acqua Panna, Foodesign Guzzini, Guzzini, iGuzzini Partner Assistance, S. Pellegrino, Salone del Mobile 2006, Studio Elastico Disegno, Vachon Clément, WWW (Wonderful Water World)

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 126, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Norda - Attiva ai massimi livelli in molte attività sportive, Norda è acqua da campioni!

Focus: Norda fornisce acqua minerale ai team sportivi ed effettua la distribuzione gratuita capillare al pubblico durante gli eventi o in contesti di particolare significato. Norda non trascura neppure gli appassionati nei loro allenamenti quotidiani. Molto significativa è l'operazione che vede Norda collaborare con Adidas.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Adidas, Alinghi, America's Cup, Baldini Angelo, Coppa America, Coppa Italia, Foppapedretti Bergamo volley, Giro d'Italia, Luna Rossa, Norda, Norda-Atala, Overmach Parma, Run 28, Vipers Milano hockey

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 14, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Pdc - "Tartaruga d'acqua", pack che comunica

Finalista dell'Oscar dell'Imballaggio 2006: progettato da Pdc per conto di Tamaro Drinks sa, "Tartaruga d'acqua" nasce dall'idea di utilizzare il contenitore come mezzo di comunicazione, sensibilizzando il consumatore sulla possibile estinzione delle tartarughe acquatiche.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Pdc, Tamaro Drinks, Tartaruga d'acqua

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 41, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Sorgente Santa Croce, la qualità della migliore acqua oligominerale

Focus: Rilevata nel 1985 dalla Famiglia Faroni, da oltre cinquant'anni attiva nel settore sanitario, Sorgente Santa Croce firma un'acqua oligominerale di alta qualità. È dello scorso ottobre il lancio di un nuovo formato da mezzo litro in pet, naturale e con tappo "push&pull".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Baudo Pippo, Famiglia Faroni, Faroni Christopher, Gruppo INI, Sorgente Santa Croce

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 43, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

La qualità Norda: 100% certificata e controllata 600.000 volte all'anno

Focus: L'impegno Norda per la qualità totale ha raggiunto un nuovo obiettivo: con la certificazione dello stabilimento di Tarsogno (Pr), si è ufficialmente completata la procedura di verifica che ha portato alla certificazione a norme UNI EN ISO 9001:2000.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Haccp (Hazard analysis critical control points), Norda, Uni En Iso 9001:2000

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 65, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Sanct Zacharias, l'acqua minerale delle terme di Brennero

Focus: Sanct Zacharias, l'acqua minerale della sorgente Terme di Brennero, sgorga da più di mille metri di profondità e nel suo percorso di infiltrazione nel suolo e di risalita acquisisce una mineralizzazione ideale.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Scarica questa Comunicazione di impresa**

Citati: Geizkofler Zacharias, Procomac, Procomac Fillstar M, Procomac Gripstar 2R, Sanct Zacharias

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