



WWW.LARGOCONSUMO.INFO

PRODOTTI DA RICORRENZA

Riferimento percorso: PL-0706-016

Percorso di lettura aggiornato al n. 07/06 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

Il presente documento in **versione interattiva** è scaricabile all'indirizzo
www.largoconsumo.info/072006/PL-0706-016.Pdf

RIFERIMENTI:

Il sommario di tutti i Percorsi di lettura di Largo Consumo
è **scaricabile** all'indirizzo WWW.LARGOCONSUMO.INFO/PERCORSI

LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA

E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

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 & 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. Al manager intervistato viene chiesto, in esclusiva per il proprio mercato di appartenenza, di fornire una rappresentazione dell'andamento del comparto, forte della propria esperienza professionale e del posizionamento della propria azienda. Ogni intervista è affiancata da una scheda mercato a cura della redazione, che riporta i principali indici del settore come i volumi e i valori della produzione industriale, le tipologie produttive, l'import/export, il rank dei produttori e marche, investimenti, consumi, ecc.

Mercato Italia - Agroalimentare

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

OSSERVATORIO D'IMPRESA:

Leggi le case history
di [COMUNICAZIONI
D'IMPRESA](#) e
[PUBBLICITÀ](#) di
Aziende e Organismi
attivi nei mercati
considerati in questo
Percorso di lettura
selezionati da
Largo Consumo



I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 39, lunghezza 2 pagine

Pandoro e panettone con la doc

Nel 2004 la produzione industriale di panettone e pandoro ha superato le ...tonnellate, per un valore di ...milioni di euro, registrando rispetto all'anno precedente incrementi dell'...% in volume e del ...% in valore. Il Decreto del... che stabilisce l'esatta definizione e composizione di questi dolci, regole alle quali devono attendersi tutti gli operatori.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Gli acquisti di panettone e pandoro per area geografica: 2004 \(in %\)](#)

Citati:

AcNielsen, Aidi (Associazione Industrie Dolciarie Italiane), Amaretto, Amaretto morbido, Astra ricerche, Biscotto alle mandorle, Biscotto all'uovo, Colomba, Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori del Map, Dolce di Natale, Ministero delle Attività produttive, Ministero delle Politiche agricole e forestali, Opuscolo "L'etichetta di panettone, pandoro, colomba, savoiardo, amaretto, e amaretto morbido", Pandoro, Panettone, Ricerca "Il consumatore italiano e i dolci della tradizione natalizia), Savoiardo, Unc (Unione Nazionale Consumatori)

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 157, lunghezza 1/9 di pagina

Cambio alla direzione vendite

Profili e carriere: Elledi spa ha annunciato l'ingresso del nuovo direttore vendite Alberto Francescato, che ha maturato importanti esperienze in aziende quali Besana, Ibp-Industrie Buitoni Perugina, Colussi, Hero Italia e Vincenzi Biscotti. Il neoletto avrà il compito di rafforzare ulteriormente la presenza del marchio nei canali gd e gdo e di far ...

Citati:

Besana, Colussi, Elledi, Francescato Alberto, Hero Italia, Ibp-Industrie Buitoni Perugina, Vincenzi Biscotti
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 162, lunghezza 1/6 di pagina

Il Nord America produrrà Ferrero Rocher

Ferrero Rocher, le praline di Nutella e nocciola, verranno prodotte anche nello stabilimento canadese in costruzione a Brantfort, Ontario. È la decisione di investire direttamente in territorio nordamericano, dopo anni di campagne promozionali.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La crescita del fatturato di Ferrero: 2001-2005 (in mln di euro)

Citati:

Ferrero, Ferrero Rocher, Nutella
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 175, lunghezza 1/5 di pagina

Prodotti da forno soffici da ricorrenza

Global market: E' tempo di bilanci per i dolci da ricorrenza: il consuntivo del 2004 mostra un valore di settore pari a ... milioni di euro per una produzione complessiva di ... tonnellate, rispettivamente in crescita dell'... e dell'...%. Il prodotto più consumato è rappresentato dal panettone tradizione (+...%), con ... tonnellate prodotte, seguito dal pandoro che ha registrato una crescita in volume dello ...%. Anche le colombe crescono di ... punti percentuali....

Citati:

Databank
Notizia

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 9, lunghezza 1/2 Pagina

Una domanda a Mario Piccialuti, direttore di Aidi

"L'industria italiana dolciaria sta rispondendo positivamente alla stagnazione dei consumi nazionali e alle sfide internazionali. Quali sono le principali strategie messe in atto dalle imprese del settore?"

Citati:

Aidi, Nielsen, Piccialuti Mario
Notizia

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 23, lunghezza 1,8 di Pagina

I risultati delle principali imprese agroalimentari (food e beverage) in Italia: 2003-2004: Lievitati da ricorrenza

Proposte editoriali sullo stesso argomento:



Titolo PASTICCERIA E BISCOTTERIA/PASTICCERIA INDUSTRIALE
- Percorso di lettura
Codice [PL-0606-008.pdf](#)
Edizione 06/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo DOLCIARI DA FORNO
- Percorso di lettura
Codice [PL-1005-012.pdf](#)
Edizione 10/2005
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo FRUTTA SECCA
- Percorso di lettura
Codice [PL-0905-010.pdf](#)
Edizione 09/2005
Editore Editoriale Largo Consumo



Il giro d'affari dei prodotti lievitati da ricorrenza nel 2004 è stato di ... milioni (+...% e in volumi +...%).

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Gli acquisti domestici in Italia di latte, yogurt, burro e formaggi: 2004-2005 (volume, valore e %)
- Il valore della produzione-fatturato dei diversi settori dell'ind. alimentare e n° di addetti. 96-04
- L'export di burro e formaggi: 2004-2005 (volume, valore e %)
- L'import export delle filiere agroalimentari italiane: 2000-2004 (in mln di euro)
- La bilancia agroalimentare italiana: 2000-2004 (in mln di euro)
- La competitività dell'ind. alimentare italiana all'estero: 1995-2004 (% val. esportaz. su fatturato)
- La dinamica della spesa alimentare per canale di vendita 2003/2000
- La produzione dell'industria alimentare per gruppo di prodotti: 1997-2004 (var.% su volumi anno prec

Citati:

Bauli, Lindt & Spungli
Notizia

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2006, n° pagina 38, lunghezza 2 Pagine

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

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 1.865 e i 5 milioni di euro.

Citati:

A. Loacker spa, Akellas srl, Amaretti Virginia srl, Artebianca Natura & Tradizione srl, Babbi srl, Bag Snacks srl, Balconi spa, Barbero srl, Barry Callebaut Manuf. Italia spa, Battistero Parma scarl, Bauli spa, Beniamino srl, Biscotteria Tonon spa, Biscottificio Baroni spa, Biscottificio Grondona spa, Bistefani spa, Brioche Pasquier Brescia spa, C.R.M. srl, Cabrioni Biscotti srl, Caffarel srl, Cameo srl, Campiello srl, Casa del Dolce srl, Chimab spa, Cleca spa, Colussi Perugia spa, Corsini Biscotti srl, Crispo srl, D+F srl, D. Lazzaroni & C. spa, D.I. Industria Dolciaria Italiana srl, Dal Colle spa, Debora srl, Delgrossi srl, Dileo Pietro srl, Dino Corsini srl, Dolber spa, Dolcezza Savini srl, Dolciaria Acquaviva srl, Dolciaria Val D'Enza srl, Dolcissimo srl, Doria spa, Elahdufour spa, Euro Cakes spa, Fabbr. Riunite Torrione Benevento spa, Ferrero spa, Fida srl, Foodco srl, Forneria Gaetano srl, Forneria Galbusera srl, Forneria Gusparo spa, Forno D'Asolo srl, Freddi Dolciaria srl, Fresystem spa, Galbusera Dolciaria srl, Galup spa, Gelco srl, Ghiott Dolciaria spa, Giampaoli Industria Dolciaria spa, Gilardi Italia spa, Granmilano srl, Grissin Bon spa, Gruppo Buondi spa, Gruppo Saltari srl, Gum Base Company srl, I.D.B. Industria Dolciaria Belpasso srl, I.D.P. srl, I.D.U. Piselli Junior srl, Icam spa, Il Vecchio Forno Artigiano srl, In.Do.R. - Ind. Dolciaria Romana srl, Ind. Dolc. Fraccaro - Spumadoro spa, Ind. Dolciaria Alim. Vesuviana srl, Ind. Riunite Panforte di Siena spa, Irca srl, Ist. Biochimico Farmaceutico Fassi srl, Kellogg Italia srl, Kerry srl, La Donatella srl, La Giulia Ind. srl, La Svizzera srl, La.For. In Liquidazione srl, Laica spa, Le Gourmand Patisserie di Cirio Ezio srl, Leaf Italia srl, Liking spa, Lindt & Sprungli srl, Linea Alimentare Aresu srl, Lucky Dolciaria srl, Luigi Zaini spa, Magus spa, Maina Panettoni spa, Majani spa, Malgara Chiari & Forti spa, Mangiar Sano spa, Mangini srl, Melegatti spa, Mongelo srl, Montebianco srl, Montebovi Industrie Roma srl, Nestlé Italiana srl, Nord Dolciaria srl, Nuova Industria Biscotti Crich spa, Nuova Santa Rosa srl, Nutkao srl, Oscar Industria Dolciaria spa, Paluani spa, Pasticceria Leonardo srl, Pasticceria Torino srl, Pastiglie Leone srl, Pata spa, Perfetti Van Melle spa, Pernigotti spa, Piovesana Biscotti spa, Prodotti Stella spa, Prontofoods spa, Quality Food Group spa, Real Frutta srl, S.I.R.E.A. srl, Saiwa spa, San Carlo Mantova srl, Sapori Veri srl, Sebaste spa, Secondo Vergani spa, Socado srl, Solo Italia srl, Soremartec Italia srl, Stabinger srl, Sweet spa, The Lorenz Bahlsen Snack-World Italy, Valledoro spa, Venchi spa, Veneta Alimenti Innovativi srl, Vicenzi Biscotti spa, Witor's srl
Tabella

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 127, lunghezza 1/5 di pagina

Tavole ricche nello scorso fine anno

Tra vigilia, pranzo di Natale e cenone di fine anno è stato consumato a tavola il...% in più rispetto al 2004, per un totale di oltre ... miliardi di euro Complessivamente si stima che gli italiani abbiano consumato per le festività ... miliardi di euro di prodotti tipici nazionali con la preferenza, nell'ordine, di vini e spumanti (...%), formaggi (...%), salumi (...%), extravergini di oliva (...%) e legumi, frutta secca e altri prodotti (...%).

Citati:



Coldiretti
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 35, lunghezza 2,3 Pagine

Colombe all'assaggio

Analisi sensoriale: il profilo gustativo di questo classico dolce pasquale, tra i prodotti da forno, evidenzia alcuni caratteri ricorrenti ai quali deve obbedire qualsiasi ricetta per imporsi sul mercato e attirare la domanda. Adacta ha svolto una vasta ricerca nel periodo pasquale dello scorso anno.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Box: la metodologia e il campione utilizzati nella ricerca
- I generatori di edonismo nella colomba
- [La "chiave sensoriale" del gradimento della colomba](#)

Citati:

Adacta, Overview
Articolo

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n° pagina 40, lunghezza 1,3 Pagine

[Mantenere alta la qualità](#)

Mercato&Imprese ha voluto interpellare Alberto Bauli, presidente dell'omonima azienda dolciaria veronese. È importante poter disporre di personale che sappia fare il proprio lavoro con grande competenza e, possibilmente, con un coinvolgimento emotivo.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Dimensione / trend del mercato lievitati ricorrenze natalizie (dicembre 2004)
- Il fatturato di Bauli nel 2004
- Produzione 2004 ricorrenza natalizia e pasquale (quantità, valore, prezzo medio)
- Profilo dei consumatori di lievitati da ricorrenza (novembre 2005)

Citati:

Aidi, Balocco, Battistero, Bauli, Bauli Alberto, Dal Colle, Deco, GfK Iha Italia, Maina, Melegatti, Motta, Nestlé, Nokia, Paluani
Articolo

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n° pagina 44, lunghezza 1,3 Pagine

[Cooperare nella logistica](#)

Mercato&Imprese ha intervistato Massimo Gianella, presidente del Consorzio Pescatori di Goro (Copego), realtà cooperativa nella quale operano ... pescatori associati che lavorano nella Sacca di Goro. La stagionalità è un dato caratteristico di questo mercato. Natale, Pasqua e Ferragosto sono i momenti di massimo consumo. Le vendite di dicembre di...quintale scendono a gennaio a..... Scelte coraggiose in campo logistico, stipulando contratti di partnership sui trasporti che.....

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Acquisti domestici di molluschi in Italia: 2000-2004
- Acquisti domestici di molluschi nel 2004
- Aree geografiche e canali di vendita di pesce fresco e molluschi
- I consumi di pesce fresco, di molluschi ed extradomestici nel 2004
- I prezzi nel 2004 e primi 8 mesi del 2005 di pesce e molluschi
- Import-export di molluschi nel 2005
- Tendenza nei primi 8 mesi del 2005 consumi domestici di pesce e prod. ittici

Citati:

AcNielsen, Consorzio pescatori di Goro, Copego, Gianella Massimo, Ismea
Articolo

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

Con Selection, Balocco si è rifatto il look

Sotto la direzione dell'agenzia milanese Selection, che ne cura la comunicazione globale, Balocco ha deciso di procedere a un restyling del marchio e di tutto il suo packaging. Un progetto volto non solo a migliorare la visibilità sul punto di vendita, ma anche a veicolare un'immagine più consona a uno spirito aziendale in continua evoluzione.

Citati:

Balocco, Selection
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 58, lunghezza 2 pagine

Vendere per le feste

Articoli per ricorrenze: alle necessità primariamente collettive della celebrazione della ricorrenza, supplisce oggi, sia pure in senso parziale, senza perdere mai del tutto di vista la dimensione "privata", il party, la cui potenzialità commerciale ha



surclassato date come Natale, Capodanno e Carnevale. Ha così finito per dare vita ad un circuito specialistico, accanto alla grande distribuzione.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Il mondo di Party World](#)
- [Il profilo del commercio di articoli per feste e ricorrenze](#)

Citati:

Ballonexpress, Bbs, Disney, Italtrading, Party World, Solchim, Warner Bros
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 159, lunghezza 1/5 di pagina

Dolci opportunità (da Progressive Grocer)

Rassegna stampa internazionale: Usa: San Valentino è la quarta grande "festa dei dolci" dopo Halloween, Pasqua e Natale. Lo scorso anno le vendite in valore di dolci nel canale food/drug/mass (escluso Wal-Mart) sono state pari a .. mld di dollari a Natale, a .. mld per Halloween, .. mld a Pasqua e a .. mln di dollari per San Valentino. Il cioccolato fondente è quello più richiesto.

Citati:

Halloween, Progressive Grocer, Sdan valentino, Wal-Mart
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 95, lunghezza 1/5 di pagina

Dolci tradizionali: industria tutelata

Le specialità dolciarie della tradizione italiana hanno trovato forme di tutela in un'apposita normativa, con cui il Ministero delle Attività produttive e il Ministero delle Politiche agricole e forestali ratificano l'iniziativa volontaria delle industrie produttrici. Lo annuncia con soddisfazione Aidi. Riguardante le specialità da forno, ... aziende associate che rappresentano circa ...% di un mercato per il quale nel 2004 sono state sfornate tonnellate, per un valore di milioni di euro.

Citati:

Aidi (Associazione industrie dolciarie italiane), Ministero delle Attività Produttive e delle Politiche Agricole e Forestali
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 162, lunghezza 1/6 di pagina

Bauli si espande con le merendine

Bauli indica in ...mln di euro il proprio fatturato al 30 giugno scorso, con una crescita di ...mln rispetto all'anno prima dopo il consolidamento conseguito con l'acquisizione di Fbf che produce merendine e croissant, mentre il margine operativo lordo è stato pari al...% dei ricavi e sono stati ottenuti utili netti per ...milioni. Bauli, con i suoi 700 dipendenti....continua...

Citati:

Bauli, Fbf, La Buona Croissanteria
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 103, lunghezza 3 Pagine

Pandoro all'esame del palato

Dolci da ricorrenza: la conoscenza della qualità gustativa percepita, e delle differenze tra marche, è indispensabile perchè un produttore metta a punto una proposta all'altezza delle preferenze emerse dai test su 200 "assaggiatori".

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [I generatori di edonismo del pandoro](#)
- [Il gradimento overall del pandoro](#)
- La chiave sensoriale del gradimento del pandoro

Citati:

Adacta, Assirm, Esomar, Nielsen, Overview
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n° pagina 25, lunghezza 3,3 pagine

Golosità di successo

Pasticceria industriale: L'evoluzione delle funzioni d'uso e delle occasioni di acquisto-consumo ha decisamente contribuito alla crescita del settore, in cui è ancora una volta il trade moderno a trainare le vendite.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Gli investimenti pubblicitari per tipologia di medium: 2004 (in %)
- I canali distributivi della pasticceria industriale 2004 (in % sul volume)
- I consumi di pasticceria industriale per fasce di età: 2004
- Il ricordo spontaneo delle marche di pasticceria industriale (in %)
- Le occasioni di consumo della pasticceria industriale

Citati:

Alemagna, Bahlsen, Balconi, Barbero, Barilla, Bauli, Bea, Beza, Biffi, Bisconova, Bistefani, Bonomi, Candita, Cida, Colussi, Consulmarketing, Coop, Corona, Crich,



Cuba, Deco, Delser, Elledi, Fida, Fiore, Gaillard, Galbusera, Ghiott, Grondona, Hoppe, Irps, Kambly, Kelsen, Lazzaroni, Lekkerland, Loacker, Loison, Londi, Mulino Bianco, Nestlé, Ore Liete, Oscar, Papà Barzetti, Parmalat, Pastry, Pavesi, Petite fleur, Prealpi, Reffatelle, Roy-dor, Saiwa, Saponi, Tettamanti, Vicenzi, Viero, Walde
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 12/2004, n°pagina 149, lunghezza -

Desideri al posto dei panettoni

Idea lanciata da Ticket Accor services

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 11/2004, n°pagina 139

Un Brachetto per Natale

Barbero 1891 - Conte di Cavour

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2004, n°pagina 124, lunghezza 1,3 pagine

Dolci tradizioni da ricorrenza

Analisi della domanda: Le ultime grandi festività, ossia il Natale 2003 e la Pasqua 2004, hanno dato grandi soddisfazioni agli operatori, con qualche piccola delusione sulle ricette più elaborate.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I prodotti natalizi per segmento: panettone, pandoro... (in % sul volume)
- I prodotti pasquali per segmento: colombe tradizionali, farcite... (in % sul volume)
- La ripartizione dei prodotti da forno da ricorrenza a seconda delle festività (in % sul volume)
- Le fonti di acquisto dei prodotti da forno da ricorrenza (in % sul volume)

Citati:

Gfk Iha Italia

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 2/2004, n°pagina 171, lunghezza 1/5 di pagina

Bauli guadagna ancora posizioni

Ricavi netti per...mln di euro per Bauli tra il 2002 e il 2003: è un guadagno di...punti percentuali rispetto ai...mln del 2001-2002. Si è attestato invece a ...euro l'utile lordo rispetto ai precedenti...euro, mentre le imposte sono salite a...euro in confronto ai poco più di ...mln della gestione precedente. L'utile netto...continua...

Notizia



COMUNICAZIONE D'IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 134, lunghezza 1 pagina

Ferrero - Struttura manageriale per affrontare le nuove sfide del mercato globale

Citati:

Addezio Giuseppe, Capurso Marco, Cardelus Arturo, Do Antonio, Dorigo Roberto, Fabbri Delio, Fassinotti Antonello, Ferrero, Ferrero Giovanni, Ferrero International, Ferrero Maria Franca, Ferrero Michele, Ferrero Pietro, Ferrua Magliani Filippo, Fulci Francesco Paolo, Lugli Gino, Marano Giuseppe, Maza Stefano, Moncada Lino, Paesi dell'area Nafta, Sony, Soremartec sa, Vanoli Antonio

Comunicazione di impresa – Serie "**Il Management aziendale**"

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2006, n° pagina 93, lunghezza 1 Pagina

Bauli

Le schede aziendali: laboratorio artigianale nei primi anni 20 del secolo scorso, quando venne fondata da Ruggero Bauli, fino a diventare vera e propria industria dolciaria a partire dagli anni 50. La società veronese è sinonimo di dolci lievitati da ricorrenza. Il 2005 è stato all'insegna delle novità anche sul fronte della comunicazione.

Citati:

Bauli, Bauli Alberto, Bauli Ruggero, Caprini Gastone, Chiarucci Corrado, Federazione Italiana Nuoto, Fin, Isolati Paolo, La Buona Croissanteria

Comunicazione di impresa – Serie "**Le Schede aziendali**"

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

Box Marche - Double Box, sinuosa e accattivante

Finalista dell'Oscar dell'Imballaggio 2006: La scatola "Double Box" di Box Marche è il prodotto frutto di una rinfrescante e innovativa operazione di co-marketing pensata e realizzata in collaborazione con il produttore di acque minerali "La Galvanina". Progettata e realizzata da Box Marche per contenere una bottiglia in vetro da 330 ml, "Double Box" si caratterizza per la forma sinuosa e spigolosa allo stesso tempo e per la grafica accattivante.

Comunicazione di impresa – Serie "**Finalista dell'Oscar dell'Imballaggio 2006**"

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 11, lunghezza 1/6 di pagina

Dal Colle - Un pacco regalo a forma di cubo

Finalista dell'Oscar dell'Imballaggio 2006: la nuova struttura di confezionamento progettata da Future-Brand Gio Rossi, con il supporto tecnico di Cartografica Veneta, per panettone e pandoro Dal colle, risulta innovativa per forma, grafica e sistema di apertura.

Comunicazione di impresa – Serie "**Finalista dell'Oscar dell'Imballaggio 2006**"

Mercato Italia Agro, fascicolo 4/2005, n° pagina 78, lunghezza 1 pagina

Dal Colle

Le schede aziendali: Dal Colle opera nei prodotti da forno, da ricorrenza e continuativi (merende e torte), e nella pasticceria surgelata, oltre che come copacker per alcune qualificate aziende italiane ed estere. La Dal Colle si pone come obiettivi: la qualità, per migliorare sempre freschezza e gusto; aumento della copertura distributiva con il conseguente innalzamento della quota di mercato; sviluppo di prodotti innovativi.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Disegno: la segmentazione del fatturato per linea commerciale (in %)

Citati:

Dal Colle, Dal Colle Alvisè, Dal Colle Beatrice, Dal Colle Egidio, Fresca Colomba, Fresco Pandoro, Fresco Panettone, GEA Consulenti Associati, Iso 9001, Iso 9002, Pandolcetti

Comunicazione di impresa – Serie "**Le Schede aziendali**"

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2005, n° pagina 110, lunghezza 1 pagina

Gruppo Buondi- Bistefani

Le schede aziendali: Il Gruppo Buondi-Bistefani nasce nel gennaio 2003 con l'integrazione organizzativa di due aziende storiche: Bistefani spa e Gruppo Buondi spa. Bistefani – azienda storica in Italia e attiva anche all'estero – deve la sua fama ai Krumiri, cui si affianca una gamma di prodotti di pasticceria e di specialità da ricorrenza.

Citati:

Barilla, Bistefani Spa, Brizio Giuseppe, Buondi Spa, Ciocori, Ferrero, Girella, Motta, Motta Angelo, Ortolani Fausto, Ubertis Albano Giovanni, Viale Alberto, Yo-Yo

Comunicazione di impresa – Serie "**Le Schede aziendali**"



Percorso di lettura a cura di Largo Consumo
Rivista di economia a marketing sulla filiera dei beni di consumo

Largo Consumo, fascicolo 9/2004, n° pagina 126, lunghezza 2/3 di pagina

[Melegatti: grandi feste di Natale con Melegatti](#)

Focus: per festeggiare i 110 anni del pandoro Melegatti, l'azienda presenta due novità che arricchiranno la gamma dei suoi prodotti: Pantorrone e Cioccoloso.

Comunicazione di impresa – Serie "**[I Focus](#)**"



Percorso di lettura a cura di Largo Consumo
Rivista di economia a marketing sulla filiera dei beni di consumo

PUBBLICITÀ TABELLARE:

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 40, lunghezza 1 Pagina

Bauli

Bauli

Pubblicità – “**Tabellare**”