

sommario

CONTENUTI EDITORIALI

Citati: persone, imprese, marchi, organismi
Vedi: www.largoconsumo.info

Percorsi di lettura pag. **7**

RUBRICHE

Fiere	pag. 55
Biblioteca	pag. 109
Studi e ricerche	pag. 110
Documenti di impresa	pag. 111
Soluzioni informatiche	pag. 117
Corsi e seminari	pag. 123
Profili e carriere	pag. 124
Opportunità di lavoro	pag. 125

PUNTI DI VISTA

Federfarma pag. **9**

DIARIO

Produzione	pag. 11
Distribuzione	pag. 13
Finanza	pag. 16

TENDENZE E SCENARI

Mondo e imprese	pag. 20
Etica e imprese	pag. 22
Cambiamenti e opportunità	pag. 23
Competitività e sviluppo	pag. 24

PRODUZIONE

SALUMI

Solo i migliori saranno affettati pag. **27**
Fiore all'occhiello del made in Italy il settore punta tutto sulla qualità delle materie prime privilegiando le produzioni locali. In un'ottica di integrazione di filiera che consente il più stretto controllo di tutte le fasi produttive.

RISO

Sempre più rapido e non scotto pag. **31**
È il cereale più consumato nel mondo e l'Italia è tra i principali Paesi produttori. I nuovi stili di vita dei consumatori impongono alle aziende di cambiare puntando su nuovi prodotti facili e veloci da preparare.

ORTOFRUTTA

Belle, fresche e imbustate pag. **37**
Veloci e pratiche da consumare anche fuori casa: sono le caratteristiche che determinano il successo di frutta e verdura di IV gamma. Un mercato da 600 milioni di euro in continua crescita.

SUPERALCOLICI

Spirito russo pag. **41**
Apprezzata per la sua versatilità, la vodka sta conquistando il mercato italiano. A spingerla sono i trend di consumo internazionali e l'input delle multinazionali a investire di più nella comunicazione.

DOCUMENTI: AGROALIMENTARE

Quando l'Italia è in campo pag. **43**
Le maggiori produzioni sono in contrazione, ma il mercato italiano regge grazie all'industria di trasformazione e ai consumi. Strategici l'export e i prodotti tipici tra cui dop e igp.

CALZETTERIA

Quanto è "in gamba" la grande distribuzione? pag. **44**
Dai lineari monocolori a un ampio assortimento di

fantasie, dal calzino basic al prodotto moda, dal nylon al bamboo: ecco come evolve il trade moderno. Nonostante le resistenze dei buyer.

Produzione in breve pag. **49**

DISTRIBUZIONE

RISTORAZIONE

Fast food per tutti pag. **56**
I ritmi di lavoro si fanno più frenetici e sempre più persone pranzano fuori casa. Un business in cui investire, anche affidandosi al franchising, che offre vantaggi agli imprenditori più inesperti.

WORLD RETAIL

Shopping e relax all'italiana pag. **59**
È boom dei factory outlet center nel nostro Paese. L'Italia è al secondo posto in Europa per aree di vendita. Grandi griffe a prezzi bassi e servizi per il tempo libero e il divertimento sono la formula vincente.

FIORI E PIANTE

Garden center alla svolta pag. **64**
Il punto di vendita giardinaggio è in evoluzione. In un comparto sempre in ascesa, nascono associazioni, gruppi di acquisto e catene specializzate sempre più attente ai consumatori.

INTERNAZIONALIZZAZIONE

L'Europa associata per competere pag. **70**
La cooperazione europea raccoglie i frutti dell'internazionalizzazione, strada solo ora imboccata dalla distribuzione cooperativa italiana. Lo si evince da alcuni casi esemplari al centro di analisi.

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

I PROFILI

NORDA (pagg. 106-107). In un mercato molto competitivo, Norda si distingue non solo per la qualità del proprio assortimento, ma anche per la sua strategia di comunicazione, che si differenzia da quella spesso "gridata" dei competitor, puntando sulla valorizzazione del marchio e sul marketing relazionale.

I CONVEGNI

OSSERVATORIO MULTICANALITÀ (pagg. 18-19). Il consumatore multicanale esiste, come dimostra la ricerca "Osservatorio Multicanalità 2007", illustrata nel corso del convegno "La multicanalità paga allo scaffale?", tenutosi lo scorso 15 novembre presso il Politecnico di Milano.

GLI EVENTI

COOPERNIC (pagg. 68-69). Coopernic - la più grande cooperativa europea di distributori indipendenti, costituita da Conad, Colruyt (Belgio), Coop Suisse (Svizzera), E.Leclerc (Francia) e Rewe (Germania) - ha annunciato l'acquisizione del pacchetto di maggioranza (80%) del gruppo baltico Palink.

GRUPPO C3 (pagg. 74-75). Uno dei protagonisti del trade moderno italiano ha scelto una crociera, salpata lo scorso 26 settembre 2007 da Savona alla volta di Barcellona, Palma di Maiorca e Montecarlo, per festeggiare in grande stile i 35 anni di attività.

LE INTERVISTE

CORALIS (pag. 76). È nato appena cinque anni fa e ha già raggiunto confortanti risultati in termini di crescita e di affermazione di un modo di fare distribuzione basato sul servizio e sulla partnership con l'industria: parliamo di Coral. Abbiamo incontrato Eleonora Grafione, presidente del Consorzio.

GIO'STYLE (pag. 50). Gio'Style ha affrontato con rinnovato slancio un 2007 che ha segnato una vera e propria svolta. A guidarla è stato Dino Falciola, amministratore delegato dal novembre del 2006 che ci illustra i progetti della storica azienda.

FOCUS

FIDA (pag. 53). Gruppo Fida di Castagnole Lanze (At), controllato da Credem Private Equity Sgr (Gruppo Credito Emiliano), ha raggiunto l'accordo per l'acquisto dei marchi "Charms" e "Sanagola" dal Gruppo olandese Leaf.

FIERA MILANO (pag. 93). Entro gennaio 2008 Fiera Milano siglerà con la Fiera di Hannover un'alleanza strategica per operare in Cina, dove potrà contare sulla base organizzativa e commerciale stabilita a Shanghai dal partner tedesco, che da anni organizza in loco importanti mostre B2B.

FRATELLI RE (pag. 89). Apex by Fratelli Re propone un nuovo modo di pensare alla gestione dell'ambiente domestico: Disney Cleaning Line, un progetto innovativo capace di declinare in forme e volumi accattivanti idee che rappresentano il meglio del made in Italy.

GARDENA (pag. 65). Gardena, azienda leader nella progettazione e sviluppo di soluzioni per il giardinaggio, è stata fondata nel 1961 a Ulm (Germania). Attualmente è attiva su scala mondiale, può contare su proprie società commerciali e di produzione. Nel 1991 è nata Gardena Italia, con uffici commerciali a Lainate (Mi).

GOLDEN LADY (pag. 47). Nata a Castiglione delle Stiviere (Mn) nel 1967, Golden Lady è oggi azienda leader nel mercato della calzetteria femminile italiana e interna-

DOCUMENTI: TENDENZE

Come spendono gli italiani pag. 73

Stipendi e salari ancora troppo bassi mettono in difficoltà le famiglie, nonostante la ripresa economica a livello europeo. Mutui, gas ed elettricità restano le voci più onerose, mentre stentano i consumi di alimentari e abbigliamento.

Distribuzione in breve..... pag. 77**CONSUMATORI**

ABBIGLIAMENTO

Italia in camicia pag. 78

Differenziato in molteplici segmenti, questo mercato sembra decretare il successo degli opposti: prodotti supereconomici o, al contrario, griffati e di grande pregio. Ecco i particolari.

DOCUMENTI:

RELAZIONE ANNUALE 2006 BANCA D'ITALIA

Segnali di prudente ripresa pag. 82

L'economia del Paese, tra domanda, offerta e prezzi, indica uno scenario in prospettiva migliore. Un parziale rilancio è in atto, trainato soprattutto dall'export.

ATTITUDINI

Affamati e agguerriti pag. 83

Differenziato in molteplici segmenti, questo mercato sembra decretare il successo degli opposti: prodotti supereconomici o, al contrario, griffati e di grande pregio. Ecco i particolari.

Consumatori in breve pag. 87**COMUNICAZIONE**

PANORAMA FIERISTICO

Alla conquista dell'estero pag. 91

Gli occhi degli operatori sono puntati ai mercati internazionali, complice la contrazione dei con-

sumi interni. Restano però da risolvere le carenze infrastrutturali del nostro Paese che frenano i visitatori stranieri.

Comunicazione in breve..... pag. 105**LOGISTICA**

TRASPORTI

Distributori di città pag. 112

Minimizzare l'impatto ambientale e razionalizzare la circolazione delle merci nei centri urbani, in sinergia con gli enti locali: sono gli obiettivi della city logistic. Luci e ombre di un fenomeno in evoluzione.

Logistica in breve..... pag. 115**RISORSE UMANE**

PROFESSIONI

Il farmacista del super pag. 118

La liberalizzazione introdotta dal decreto Bersani offre nuove possibilità ai laureati in farmacia. Con i suoi 20 corner della salute Coop guida la classifica degli iper che hanno approfittato della nuova normativa.

Risorse umane in breve..... pag. 120**FINANZA**

STRUMENTI

L'importanza del capitale circolante..... pag. 126

È una variabile strategica nella gestione aziendale e rappresenta il saldo delle voci operative. Si fonda sulla collaborazione tra il management finanziario e dell'area commerciale.

Finanza in breve..... pag. 129**AMBIENTE**

DOCUMENTI: RIFIUTI

Triturati ed ecologici..... pag. 130

Piccoli elettrodomestici installati nel lavello di casa, i dissipatori permettono di smaltire direttamente gli scarti alimentari. Molto diffusi negli Stati Uniti, in Europa sono poco conosciuti.

RIFIUTI

Non abbandonare**il tuo computer** pag. 131

Con il nuovo decreto ministeriale sarà possibile smaltire e riciclare i Raaee senza danneggiare l'ambiente e recuperando i materiali che li compongono. Se ne è discusso alla nona edizione dell'Award Ecohitech.

Ambiente in breve..... pag. 133**ENERGIA**

ELETRICITÀ

Una liberalizzazione**in corto circuito** pag. 134

Il quadro normativo poco chiaro e i vincoli imposti dall'Authority frenano l'ingresso delle aziende fornitrici nel mercato delle utenze domestiche. Cross-selling, fonti rinnovabili e tariffe biorarie sono le armi con le quali si giocherà la partita.

Energia in breve..... pag. 137**INDEX & MONITORING****Materie prime** pag. 138**Prezzi e consumi** pag. 140**Investimenti pubblicitari** pag. 142

Notizie per i lettori

e gli inserzionisti..... pag. 144

zionale: merito dell'alta qualità dell'assortimento e di una strategia commerciale vincente.

HYSTER (pag. 116). In cinque anni, il carrello retrattile Matrix di Hyster ha assicurato a oltre 1.000 clienti la soluzione ottimale per le operazioni in corsie strette: merito di un intenso lavoro di sviluppo, all'insegna di innovazione e performance.

MAIOR CONSULTING (pag. 121). MAIOR Consulting è una società di consulenza e formazione che dal 1989 realizza interventi professionali di consulenza strategica, organizzativa e gestionale, nonché percorsi formativi ad hoc per imprenditori, manager e quadri.

MARTIN GROUP (pag. 79). Martin Group, azienda di riferimento a livello mondiale nelle tecnologie di termopressione per l'industria tessile, presenta il modello per camiceria di ultima generazione: l'adesivatrice X600 SH.

RISO GALLO (pag. 35). Riso Gallo lancia la linea Riso Espresso: Arborio, Venere, 3Cereali, Blond e Basmati, cinque risi "rivoluzionari" facili e veloci, pronti in soli 2 minuti in padella o in microonde, ideali per infinite ricette all'insegna di qualità e praticità.

RISTOCHEF (pag. 85). Il percorso di responsabilità sociale di impresa di RistoChef è iniziato nel luglio 2004, quando l'azienda si è dotata di un codice etico reso accessibile on-line a tutti gli stakeholder.

SOGECOS (pag. 95). Il Cosmoprof Bologna compie nel 2008 41 anni di vita e diventa Cosmoprof Worldwide Bologna (10-14 aprile, Quartiere Fieristico di Bologna), per sottolineare la leadership mondiale tra gli eventi dedicati alla Bellezza.

SPOT

STELLA BIANCA (pag. 51). Situata nel Lodigiano, zona ricca di tradizioni in ambito agro-alimentare, Stella Bianca dal 1978 è sinonimo di prodotti lattiero-caseari di alto profilo qualitativo. La sua specializzazione sono i formaggi freschi.

PUBBLICITÀ TABELLARE

MDD EXPO - AGOR (pag. 14 Diretto); **AGRIA** (pag. 8 Arkè); **AIMPES SERVIZI** (pag. 100 Diretto); **ARIOSTO** (pag. 10 Ar Comunicazione); **BIANCHI** (pag. 38 Strocchi Studio); **BONDUELLE ITALIA** (pag. 36 Aida Partners); **BUREAU VAN DIJK** (pag. 128 Diretto); **CESARE FIORUCCI** (pag. 26 Studio Viglioli); **CHIQUITA ITALIA** (pag. 6 Ogilvy); **CIP Centro Italiano Pubblicità** (pag. 54 Diretto); **CONAD** (pag. 3ª di cop.); **COOPERLAT** (pag. 2 Diretto); **FIERA MILANO** (pag. 92 Diretto); **GENERALE CONSERVE** (pag. 86 Diretto); **GF GROUP** (pag. 2ª di cop. e 1 Diretto); **GOLDEN LADY COMPANY** (pag. 46 LDB); **IIR** (pag. 122 Diretto); **MAXXIUM** (pag. 40 TBWA); **MESSE DÜSSELDORF** (pag. 98 M&MC); **NURNBERG MESSE** (pag. 96 Global Werbagetur); **PARMACOTTO** (pag. 28 Diretto); **PARMA FIERE** (pag. 14 Diretto); **RIMINI FIERA** (pag. 102 Gambarini & Muti); **RISO SCOTTI** (pag. 32); **SITER TRASPORTI** (pag. 4ª di cop. Diretto); **SOGECOS** (pag. 94 Diretto); **VERONAFIERE** (pag. 90 Fullsix); **WORLD RETAIL CONGRESS** (pag. 58 Diretto).