

sommario

CONTENUTI EDITORIALI

Una **sintesi ragionata** di tutti gli articoli di questo fascicolo è pubblicata su www.largoconsumo.info/flash

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

RUBRICHE

Fiere	pag. 39
Top retail	pag. 51
Studi e ricerche	pag. 73
Biblioteca	pag. 75
Soluzioni informatiche	pag. 88
Proposte immobiliari	pag. 89
Profili e carriere	pag. 93
Corsi e seminari	pag. 95

DIARIO

Produzione	pag. 5
Distribuzione	pag. 6
Finanza	pag. 9

TENDENZE E SCENARI

Etica e imprese pag. **12**
In un'epoca di responsabilità sociale, può capitare che un'azienda finisca sotto il mirino di qualche movimento di tutela dei diritti umani o ambientali.

Sviluppo e sostenibilità..... pag. **14**
I biocarburanti hanno ricevuto negli ultimi anni un'attenzione crescente, a seguito dal-

l'esigenza di dare risposte alle problematiche energetiche.

PRODUZIONE

DOLCIUMI

Non solo gustose da mettere in bocca..... pag. **16**
Caramelle, pastiglie, gomme da masticare. Il consumatore non vi rinuncia: e per conquistarlo del tutto l'offerta di nuove varianti, anche light, è continua.

VINO

Il problema di guadagnare con l'uva pag. **20**
Consumi interni ridotti ed estero meno dinamico rischiano di mettere in crisi la redditività delle imprese. Molto dipende dalla capacità di affermazione dei brand.

CIOCCOLATO

Non è Pasqua senza uovo ... pag. **25**
Le uova pasquali. Nel trend di continua progressione delle vendite si inseriscono il repentino sviluppo delle licenze e la comunicazione sul punto di vendita.

MODA

Ritorno all'eleganza..... pag. **27**
L'autunno-inverno 2009-2010 tiene conto dei nuovi trend di consumo oculato con un certo richiamo al classico rivisitato in chiave moderna.

Produzione in breve..... pag. **35**

DISTRIBUZIONE

LAYOUT

Un progetto che nasce per vendere..... pag. **41**
Dallo store concept allo store design: un pro-

cesso non sempre facile da equilibrare. Ogni sua fase richiede un fattivo coinvolgimento tra tutte le parti in gioco.

FRANCHISING

La lunga marcia dell'affiliazione pag. **44**
Un decennio di crescita è la premessa per un futuro di sviluppo. Si moltiplicano intanto le iniziative per sostenere le reti con nuovi validi strumenti.

Distribuzione in breve pag. **49**

CONSUMATORI

IV E V GAMMA

Quarta e quinta gamma sotto inchiesta pag. **53**
Mercato ricco di un'offerta articolata, ma con poche realtà rappresentative a livello di numeri e distribuzione. Il successo si gioca più sul prezzo che sulla pubblicità.

PET

La salute fin da cuccioli..... pag. **57**
Dall'alimentazione alla cura sotto tutti i profili. Un trend che sostiene la crescita di un mercato in cui il ruolo di consigliere è sempre più affidato allo specialista.

DOCUMENTI

L'indice sulla crisi dei consumi pag. **60**
La percezione delle famiglie sullo stato e le prospettive dei propri bilanci. Filo conduttore di una seconda indagine a livello europeo allargata da 10 a 12 Paesi.

Consumatori in breve pag. **61**

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

I PROFILI

NOVALYS (pagg. 32-33). Nuova collocazione alla Porte de Versailles e le nuove date (fine ottobre 2008): una scommessa vinta per Intersélection, che si è confermato l'appuntamento da non mancare per la business community del prêt-à-porter e degli accessori per la gdo. La prossima edizione è in programma dal 6 all'8 aprile 2009.

SIDAC (pagg. 80-81). "Forte di un'esperienza lunga 80 anni, l'azienda specializzata nel packaging e nel labeling per il largo consumo è protagonista di un grande rilancio, implementato dal nuovo assetto proprietario. A coronamento di sforzi costanti in qualità e innovazione, Sidac ha conseguito la certificazione BRC".

I CONVEGNI

ASSOCARTA (pagg. 10-11). Resoconto del seminario sul tema: "Marca e marca privata tra competizione e sinergie", tenutosi lo scorso 17 ottobre 2008, in occasione del Miac di Lucca.

LE INTERVISTE

EUROGROUP (pag. 72). Eurogroup Consulting è una società di consulenza di direzione nata per supportare le aziende nella ridefinizione strate-

gica e nel miglioramento delle performance operative, avvalendosi del network europeo. Ce ne parla la partner Francesca Benini.

GALBUSERA (pag. 36). Dopo un 2008 all'insegna dello sviluppo e del restyling di logo e packaging, Galbusera affronta il nuovo anno con nuovi importanti obiettivi, come ci conferma Lorenzo Galbusera, consigliere delegato comunicazione di Galbusera.

GUNNEBO (pag. 104). Marco Depaoli è country manager della filiale italiana di Gunnebo: a lui abbiamo chiesto una disamina del mercato della sicurezza e le linee-guida per il prossimo futuro.

HENKEL (pag. 34). Un 2008 chiuso in controtendenza, con risultati di business molto positivi; un 2009 all'insegna del lancio del brand Gliss e di altre importanti novità: la Divisione Cosmetica di Henkel Italia è in grande fermento. Come ci conferma il suo Sales & TMM Director, Riccardo Ventimiglia.

PAGE PERSONNEL (pag. 92). Da una recente indagine di Page Personnel, leader europeo nella selezione del personale, emerge che il retail offre a candidati ambiziosi e capaci di accettare qualche sacrificio, notevoli chances di carriera. Ne parliamo con Fabrizio Travaglino, responsabile della Divisione Retail di Page Personnel.

IL MANAGEMENT AZIENDALE

CALDIROLA (pagg. 94). Un'operazione di "leverage buyout" condotta in porto in poche settimane; un marchio storico rilanciato con successo; un piano di investimenti da realizzare a breve-medio termine. In questi pas-

COMUNICAZIONE

NORMATIVA

Il day after dei rapporti con l'utente..... pag. **64**
Anno chiave il 2008 per le modifiche alle regole delle informative commerciali. Dalla pubblicità ingannevole alle fidelity card i temi delle novità legislative.

Comunicazione in breve..... pag. **69**

IMBALLAGGIO

MATERIALI

La seconda vita della plastica nel food pag. **76**
L'evoluzione normativa consente di utilizzare plastica riciclata a contatto con gli alimenti. Prodotta però secondo condizioni di processo autorizzate e controllate.

Imballaggio in breve pag. **77**

LOGISTICA

RETAIL

La gdo in un'ottica di magazzino pag. **83**
Un sistema distributivo frammentato ha portato a moltiplicare i centri che smistano merci a iper e supermercati.

VEICOLI

Un navigatore per tutti..... pag. **85**
Oggi questi sistemi sono alla portata di chiunque, anche se restano uno strumento rivoluzionario, in grado di portarci dove vogliamo.

Logistica in breve pag. **87**

RISORSE UMANE

PROFESSIONI

L'ingegnere dell'ambiente .. pag. **90**
Un esperto alla gestione delle risorse energetiche e del territorio. Lo richiede un numero sempre maggiore di aziende che puntano sul business ecologico.

Risorse umane in breve..... pag. **91**

FINANZA

STRUMENTI

I servizi finanziari nella gdo..... pag. **96**
In Italia le insegne che offrono servizi finanziari sono ancora poche, ma la tendenza è quella di un costante incremento come nel resto d'Europa.

Finanza in breve pag. **99**

AMBIENTE

RIFIUTI

L'ecologia parte dalla casa pag. **100**
La sensibilità ambientalista non sembra subire contraccolpi dalla crisi dei consumi. Si conferma il successo della raccolta differenziata.

RICICLO

Da spreco a risorsa energetica pag. **102**
Da emergenza ecologica a fonte sostenibile per lo sviluppo economico. Progetti pilota per la conversione dei rifiuti con prospettive molteplici di riutilizzo.

Ambiente in breve pag. **103**

ENERGIA

CONSUMI

Risparmio in grandi dimensioni pag. **106**
Illuminazione, refrigerazione e condizionamento sono i tre asset su cui la grande distribuzione interviene con successo per contenere gli oneri della bolletta.

INDEX & MONITORING

Materie prime pag. **110**
La discesa delle materie prime non accenna a arrestarsi. L'indice generale segna a dicembre un -21,5% sul mese precedente.

Prezzi e consumi pag. **112**
Nel mese di novembre, l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (Icc) segnala una ulteriore contrazione del livello dei consumi.

Vendite gdo pag. **114**
Il quinto bimestre 2008 mostra una certa tenuta del fatturato della grande distribuzione organizzata per le vendite di beni del largo consumo confezionato.

Intenzioni di acquisto pag. **116**
Comincia l'Osservatorio sulle dinamiche in grado di influire sui comportamenti di consumo degli italiani.

Percorsi di lettura pag. **119**

Notizie per i lettori e gli inserzionisti pag. **120**

saggi si possono sintetizzare gli ultimi mesi vissuti dalla Casa Vinicola Caldirola.

FOCUS

ARBE (pag. 37). Arbe è sinonimo di spezie, erbe aromatiche e infusi di elevatissima qualità e salubrità, certificate a livello internazionale: una gamma ispirata al rispetto della tipicità, che propone il meglio della produzione italiana e - nel caso delle spezie - delle zone tropicali.

FUJITSU SIEMENS COMPUTERS (pag. 105). Il risparmio energetico è una componente fondamentale quando si parla di protezione ed eco-sostenibilità dell'ambiente. Fujitsu Siemens Computers è fortemente impegnata nel risparmio energetico e nella tutela dell'ambiente.

VERONA FIERE (pag. 23). Vinitaly (2-6 aprile 2009) tiene fede alla sua politica potenziando il suo ruolo di sistema integrato per la promozione commerciale delle migliori aziende vitivinicole. La richiesta di continuare sulla strada intrapresa viene dagli oltre 4.200 espositori in arrivo da 35 nazioni.

SPOT

EXPOENERGIE (pag. 107). Dal 7 al 9 maggio prossimi si terrà in Fiera a Verona la 10a edizione di Solarexpo, la mostra-convegno internazionale su energie rinnovabili e generazione distribuita. Solarexpo festeggia i suoi "primi" dieci anni di successi.

MESSE DUSSELDORF (pag. 21). Tutte le più importanti regioni del vino a

livello mondiale parteciperanno, dal 29 al 31 marzo 2009, alla Fiera di Düsseldorf, alla grande manifestazione dedicata l'industria internazionale del vino e degli spirits.

POMPEA (pag. 29). Pompea è leader in Italia nel mercato dell'abbigliamento intimo seamless, e seconda azienda nel settore calze e collant nell'ambito della grande distribuzione.

ZAINI (pag. 19). Zaini, azienda dolciaria italiana presente sul mercato dal 1913, ha rivisto la sua proposta delle classiche caramelle Toffee e Gelees, con nuove buste porzionate con licenza Disney e sorpresa: ogni busta da 120 grammi contiene 6 porzioni da 20 grammi e una sorpresa.

PUBBLICITÀ TABELLARE

ALLPACK (pag. 79 Diretto); **APOFRUIT ITALIA** (pag. 52 Casali e Associati); **BAULI** (pag. 3ª di cop. Fullsix); **CALZIFICIO P.M.** (pag. 30 Immaginae); **CIP Centro Italiano Pubblicità** (pag. 74 Congress Today); **CNC Ambientazioni e Arredi** (pag. 40 Elc); **CROSS POINT** (pag. 108 Diretto); **FLLI VERONI FU ANGELO** (pag. 82 Life Longari & Loman); **HENKEL ITALIA** (pag. 4ª di cop.); **IDC** (pag. 50 Diretto); **IPACK-IMA** (pag. 78 Caleidos); **MONGE** (pag. 58 Nuove Ipotesi Studio); **MORANDO** (pag. 56 Bernardi Comunicazione); **OM CARRELLI ELEVATORI** (pag. 2ª di cop. SS&C); **OROGEL** (pag. 68 Diretto); **PIESSE** (pag. 70 Diretto); **RADEBERGER GRUPPE ITALIA** (pag. 4 Gbm Italia); **THE NIELSEN COMPANY** (pag. 118 Durat Prina Rossi Associati); **VERONAFIERE** (pag. 22 Fullsix); **ZAINI** (pag. 18 Loscarabocchio).