

## sommario

### CONTENUTI EDITORIALI

Una **sintesi ragionata** di tutti gli articoli di questo fascicolo è pubblicata su [www.largoconsumo.info/flash](http://www.largoconsumo.info/flash)  
Citati: persone, imprese, marchi, organismi  
Vedi: [www.largoconsumo.info/022012/citati2-12.pdf](http://www.largoconsumo.info/022012/citati2-12.pdf)

### PUNTI DI VISTA

**LIBERALIZZAZIONI**  
**Il commercio alla prova della deregulation** ..... pag. 13  
A dispetto dei manifesti di elogio che molti nostri connazionali hanno rivolto a Mario Monti e al suo rigore, le categorie urtate dal pacchetto .....

### BAROMETRO

**PREZZI E CONSUMI**  
**Consumi ancora in difficoltà** ..... pag. 14  
Nello scenario italiano, la criticità della situazione congiunturale si conferma come il dato più costante del 2011 .....

### TENDENZE & SCENARI

**SOCIETÀ E CONSUMI**  
**In salute fin da piccoli** ..... pag. 18  
Il rapporto tra alimentazione e bambini rientra nel complesso scenario relativo allo sviluppo dei consumi e alla rispettiva sostenibilità sociale .....

**CAMBIAMENTI E OPPORTUNITÀ**  
**I servizi logistici tra domanda e offerta** ..... pag. 20  
La logistica è una chiave sempre più strategica non solo sotto il profilo delle necessità organizzative delle aziende, ma anche dal punto di .....

### TESTIMONIANZE

**CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY**  
**La sostenibilità secondo Philips** ..... pag. 22  
Essere un'azienda responsabile e sostenibile è l'unico modo possibile per fare business oggi per Sergio Tonfi di Philips .....

### MERCATO E CONCORRENZA

**SUPPLY CHAIN MANAGEMENT**  
**Rfid alla sfida dei mercati** ..... pag. 23  
Le sfide che le supply chain sono chiamate ad affrontare sono quelle di mercati sempre più volatili

in termini sia di domanda sia di fornitura .....

### AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA

**PACKAGING**  
**Danone fa arrabbiare Assografi** ..... pag. 24  
"Activia si libera dal cartone". E anche: "Meno carta più natura". Sono questi i claim lanciati da Danone per accompagnare il nuovo packaging ..

### POLITICHE E STRATEGIE

**RETAIL**  
**A Santhia l'outlet innovativo** ..... pag. 25  
Design Outlet Italiano (DO.it) presenta il suo progetto di otto centri di eccellenza del design. Centri innovativi di cui quello di Santhia .....

**FAST FOOD**  
**Un menu all'italiana per McDonald's** ..... pag. 27  
L'Italia è tra i Paesi dove McDonald's conta di crescere di più nei prossimi anni, assieme a Cina e Russia. Per questo motivo gli investimenti .....

### STATO DELLE IMPRESE

**SALUMI**  
**Riflettori su Salumificio F.lli Beretta** ..... pag. 28  
Il gruppo Beretta si colloca ai primi posti del mercato italiano dei salumi ed è oggi presente in tutti i Paesi europei e tantissimi Paesi extra-europei .....

### I NUMERI DEL MERCATO

**COMMERCIO ELETTRONICO**  
**L'Italia che compra on line** ..... pag. 30  
Commercio elettronico, acquisti e vendite on line, transazioni via Internet: si tratta di termini diventati, da diversi anni, sempre più familiari .....

### RICERCHE DI MERCATO

**INDAGINI E STUDI** ..... pag. 128

### MANIFESTAZIONI ESPOSITIVE

**FIERE E SALONI** ..... pag. 130

### INFORMATION & COMMUNICATION TECHNOLOGY

**Soluzioni per l'impresa** ..... pag. 132  
Una breve rassegna dedicata al momento di in-

contro fra la produzione del prodotto e l'information & communication technology .....

### PRODUZIONE

**LATTE**  
**Un alimento ancora poco conosciuto** ..... pag. 33  
Il latte è un alimento basilare nella dieta di ogni uomo. Grazie alle innovazioni tecnologiche è anche un prodotto sempre più sicuro, ma .....

**RISO**  
**Innovazione fra i chicchi** ..... pag. 38  
Il riso è un prodotto che sta vivendo una fase di grande rinnovamento, non solo in Italia, con nuove varietà, gusti, colori che si vanno .....

**DETERGENZA**  
**Un bucato a buon mercato** ..... pag. 41  
Visti i tempi non facili, i consumatori sono alla ricerca di detersivi a basso prezzo ma non scadenti, anche se ormai non si può sottovalutare .....

**COSMESI**  
**Gratificazioni davanti allo specchio** ..... pag. 46  
Nonostante il periodo caratterizzato dalle difficoltà economiche, le donne italiane non rinunciano al trucco, per regalarsi qualche soddisfazione .....

**TESSILE**  
**La certificazione dei tessuti biologici** ..... pag. 48  
A livello internazionale il tema della sostenibilità, che include anche il tessile bio, non è più un fatto congiunturale soggetto a essere sostituito .....

**Produzione in breve** ..... pag. 49

### DISTRIBUZIONE

**FORUM: IMMOBILIARE COMMERCIALE**  
**L'informazione è governance** ... pag. 52  
La filiera immobiliare del retail, dalle nuove aperture al refurbishment, è lunga e coinvolge molti soggetti. Risulta perciò indispensabile .....

**GARDEN CENTER**  
**Negozi con il pollice verde** ..... pag. 57  
La realtà dei garden center sta vivendo un periodo di mutamento: si tratta di un settore ancora un po' acerbo nel nostro Paese, ma .....

**AMBULANTI**  
**Tra una bancarella e l'altra** ..... pag. 60  
Il commercio ambulante tiene nonostante il perio-

## COMUNICAZIONI D'IMPRESA

### LE PREMIAZIONI E I RICONOSCIMENTI

**CNCC AWARD 2011** (pagg. 64-65). Si è svolta lo scorso 13 dicembre scorso a Milano nella splendida cornice di Palazzo Mezzanotte, in occasione del tradizionale Christmas Meeting, la cerimonia di consegna dei CNCC Italy Awards. Giunta alla nona edizione, la kermesse non ha assegnato Awards, ma 11 "Certificate of Merit".

**PACKAGING MEETING** (pagg. 134-139). Quella che si appresta a vivere il suo momento-clou, ovvero la cerimonia di premiazione, è un'edizione particolarmente importante dell'Oscar dell'Imballaggio, quest'anno dedicato alla tecnologia. Infatti, la 55ª edizione della manifestazione coincide con Ipack-Ima. Presentiamo i 24 finalisti.

**THE WALT DISNEY COMPANY** (pagg. 4-11). L'edizione invernale del Licensee Meeting ha accolto come tradizione vuole anche i Disney Quality Product Awards, gli speciali riconoscimenti dedicati ai prodotti e alle campagne che più si sono distinti nel rispetto dei tre elementi chiave Disney: innovazione, valore, qualità. Presentiamo i vincitori e i migliori classificati.

### FOCUS

**ALIMENTARIA EXHIBITIONS** (pag. 51). Alimentaria, salone internazionale dedicato a mondo del Food e Drinks, riunirà a Barcellona, dal 26 al 29 marzo 2012, la business community di comparti fondamentali per l'economia internazionale. Per la prima volta, i padiglioni saranno aperti al pubblico per quattro giorni.

**BARBERO** (pag. 85). Festa Sempre diventa cappello valoriale della pasticceria tradizionale piemontese di Barbero. Recentemente lanciata all'ISM di Colonia, la linea Festa Sempre comprende Tabui, Sonetti, Baci di Langa e Marrons Plus, questi ultimi presentati inoltre al New Product Showcase della fiera tedesca.

**BAYERNLAND** (pag. 35). Bayernland propone la nuova mozzarella a cubetti, un prodotto genuino da gustare fresco e versatile in cucina, nella pratica confezione con zip da 150 g. La mozzarella a cubetti Bayernland dal sapore delicato è prodotta con il miglior latte fresco di altissima qualità proveniente dai pascoli bavaresi.

**DELVERDE** (pag. 72). Nell'ultimo anno, Delverde ha destinato 1,5 milioni di euro per l'adeguamento tecnologico delle linee produttive e di confezionamento nello stabilimento di Fara S. Martino e ulteriori 3,5 milioni sono previsti entro fine 2012. L'azienda ha avviato un'intensa attività di ricerca per realizzare nuovi formati di pasta secca e fresca.

**ITHALAL** (pag. 82). L'azienda si occupa di produzione commercializzazione e distribuzione di prodotti alimentari certificati Halal. L'obiettivo è offrire prodotti sani e genuini, che vadano incontro al gusto degli italiani e non, proponendo ricette nuove e gustose.

**KEMECO** (pag. 42). Forte della fiducia dei consumatori e sempre attenta a cogliere le opportunità del mercato, l'azienda si è affermata a livello nazionale con Rio Casamia, la prima "ammoniaca detergente profumata": una linea completa di prodotti per la casa che ha visto costantemente crescere il proprio successo.

**LATTERIE FRIULANE** (pag. 37). Nato nel 1933, il Consorzio Cooperativo Latterie Friulane è oggi la prima realtà del settore agro-alimentare del Friuli Venezia Giulia. Un'impresa con oltre 350 collaboratori, capace di lavorare oltre

do difficile. Le famiglie italiane infatti trovano al mercato un buon rapporto qualità/prezzo .....  
**Distribuzione in breve** ..... pag. **61**

**RISTORAZIONE**

**FRANCHISING**  
**Nuove opzioni per pasti e spuntini** ..... pag. **66**  
Le soluzioni offerte dal franchising in ambito ristorativo risultano molto interessanti e vantaggiose da diversi punti di vista, in grado anche .....  
**Ristorazione in breve** ..... pag. **68**

**CONSUMATORI**

**PASTA**  
**La pasta asciutta più amata dagli italiani** ..... pag. **71**  
Quali caratteristiche deve avere una pasta secca per essere scelta da un consumatore italiano? Un'articolata ricerca cerca di rispondere.....  
**SALUMI**  
**Qualche fetta sana e gustosa** .... pag. **74**  
I salumi italiani sono molto cambiati negli ultimi anni: oggi il consumatore ha infatti a disposizione prodotti sani, certificati, differenti per .....  
**DOCUMENTI: CONCILIAZIONI PARITETICHE**  
**Esportiamo la soluzione pacifica** ..... pag. **77**  
La conciliazione paritetica diverrà "best practice" riconosciuta dalla nuova direttiva comunitaria ADR, decisione con la quale l'Europa .....  
**APPROFONDIMENTI: ASSISTENZA ANZIANI**  
**Un futuro per le "badanti"** ..... pag. **78**  
Non si può sottovalutare il fatto che un numero straordinario di persone, per lo più extracomunitarie, prive di formazione e supporto, i .....  
**HALAL**  
**Nel rispetto dell'Islam** ..... pag. **81**  
La Halal Italy Authority si occupa di certificare e controllare attività che vogliono andare incontro alle richieste dei consumatori musulmani, .....  
**Consumatori in breve** ..... pag. **83**

**COMUNICAZIONE**

**RICERCHE DI MERCATO**  
**Quando le aziende si informano** ..... pag. **87**  
Il settore delle ricerche di mercato ricopre un ruolo

sempre più importante per aziende anche di ambiti molto diversi, nonostante la crisi .....  
**EVENTI**  
**La giusta pubblicità per il giusto evento** ..... pag. **90**  
Sono sempre di più le aziende che affidano il lancio di prodotti a eventi su misura, ma di straordinaria importanza è sapere pubblicizzare .....  
**Comunicazione in breve** ..... pag. **91**

**IMBALLAGGIO**

**FIERE**  
**Aspettando Ipack-Ima** ..... pag. **95**  
Giunta alla 22esima edizione, la fiera si conferma tra le manifestazioni di riferimento del settore del packaging, offrendo soluzioni .....  
**ETICHETTATURA**  
**Più attenzione alle sostanze pericolose** ..... pag. **99**  
L'Europa ha approvato un nuovo regolamento in quanto a classificazione ed etichettatura di sostanze e miscele pericolose: ci sarà tempo .....  
**Imballaggio in breve** ..... pag. **100**

**LOGISTICA**

**DISTRIBUZIONE URBANA**  
**In città corrieri sotto controllo** .. pag. **102**  
La distribuzione delle merci nelle realtà urbane è sotto la lente d'ingrandimento a causa degli effetti negativi che ha sulla vivibilità, e si .....  
**Logistica in breve** ..... pag. **105**

**RISORSE UMANE**

**LEADERSHIP**  
**Le peculiarità di chi guida un'azienda** ..... pag. **106**  
La società in cui viviamo è molto cambiata negli ultimi anni, così come di conseguenza sono cambiate le caratteristiche richieste a chi .....  
**FIGURE GREEN**  
**Conviene lavorare con l'ambiente** ..... pag. **108**  
Sono diverse le nuove figure professionali che si occupano di tematiche legate all'ambiente in chiave "green", ruoli per cui c'è molta .....  
**Risorse umane in breve** ..... pag. **109**

**FINANZA**

**PRESTITO SOCIALE**  
**I propri risparmi nel supermercato** ..... pag. **110**  
Aumentano i soci Coop che decidono di utilizzare il libretto di prestito sociale, che offre servizi simili a quelli di un deposito in banca .....  
**MBO**  
**Quando il manager compra l'azienda** ..... pag. **112**  
Diverse sono le alternative che si offrono agli imprenditori che decidono di cedere la propria azienda. Una delle opzioni più naturali è .....  
**TEMPI DI PAGAMENTO**  
**In Europa si paga puntuali** ..... pag. **114**  
Una nuova Direttiva europea cerca di infliggere un colpo decisivo al ritardo nei tempi di pagamento nelle transazioni commerciali, .....  
**Finanza in breve** ..... pag. **115**

**AMBIENTE**

**PULIZIA**  
**Pavimenti puliti ma in modo sostenibile** ..... pag. **117**  
Il settore della detergenza casa punta sull'innovazione, andando incontro alle esigenze del consumatore, che richiede ottime performance, .....  
**Ambiente in breve** ..... pag. **121**

**ENERGIA**

**EFFICIENZA FRIGORIFERI**  
**Più consapevolezza sotto zero** ..... pag. **123**  
La refrigerazione dei prodotti alimentari è una voce pesante per qualsiasi supermercato, per questo oggi si cerca di risparmiare e di .....  
**LIBERALIZZAZIONE**  
**Energia libera ma stabile?** ..... pag. **126**  
La liberalizzazione che ha interessato le forniture di elettricità e gas ha aperto molte possibilità di scelta al consumatore, ma è importante .....  
**Energia in breve** ..... pag. **127**  
**Percorsi di lettura** ..... pag. **141**  
**Notizie per i lettori e gli inserzionisti** ..... pag. **143**

100.000.000 di litri di latte ogni anno, provenienti dagli allevamenti dei quasi 300 conferenti.

**MADEL** (pag. 44). Pulirapid Anticalcare è il marchio storico di Madel: da sempre sinonimo di qualità, è in portafoglio da più di 30 anni e si è meritato la leadership del segmento grazie alla sua formula, che garantisce estrema efficacia coniugata a delicatezza e brillantezza su tutte le superfici cui è destinato.

**SACI INDUSTRIE** (pag. 45). SACI Industrie S.p.A. opera nel settore dei detersivi liquidi per uso domestico come uno dei principali attori internazionali del private label. Crescita costante, attenzione alla qualità e al cliente sono i plus dell'azienda sin dal 1925.

**SERI SYSTEM** (pag. 92). Seri Group è un consulente strategico per le aziende che operano nel mercato della fidelizzazione e del promozionale. Gestire progetti e prodotti ideati per promuovere il successo dei propri clienti, agendo sulla relazione tra i loro brand/insegna e il loro consumatore, è la mission del Gruppo.

**SPOT**

**ALMA GRADUATE SCHOOL** (pag. 107). Il Trade Marketing & Sales Management Programme proposto da Alma Graduate School, business school dell'Università di Bologna, è il percorso ideale per le aziende che operano nel largo consumo e in quei settori che si affacciano alla gestione della grande distribuzione.

**FESA** (pag. 100). Vera e propria novità per il mercato italiano nel campo della protezione dei cibi, "Copri" è destinato a introdurre un'epocale innovazione nel mercato delle pellicole trasparenti. Si tratta di una speciale "cuffia" di plastica alimentare che sostituisce la pellicola trasparente per alimenti in rotolo.

**IGINO MAZZOLA** (pag. 83). Mazzola spa lavora da sempre per offrire ai consumatori il pesce migliore. Sin dal 1958, ha sviluppato il marchio Maruzzella, che produce direttamente tonno e filetti di merluzzo in scatola, mentre commercializza un'ampia gamma di prodotti ittici.

**SALUMIFICIO SCARLINO** (pag. 75). Il Wurstel Salute PIÙ, in puro suino, è la prova di come il Salumificio Scarlino, attivo sul mercato da oltre 40 anni, abbia saputo adeguare la propria offerta ad una clientela sempre più attenta alle tematiche della salute e dell'alimentazione.

**PUBBLICITÀ TABELLARE**

**ALLPACK** (pag. 101 Diretto); **ARIX** (pag. 118 Diretto) **ARNEG** (pag. 122 Studio Verde); **BAYERNLAND** (pag. 34 Diretto); **BLUMEN** (pag. 58 Diretto); **BOLOGNA FIERE** (pag. 93 Sts Italiana); **CIP4** (pag. 62 Diretto); **COMIECO** (pag. 96 Nadlermuco); **CONCORDIA** (pag. 86 Diretto); **DE CECCO** (pag. 70 Bcrome); **DI LEO PIETRO** (pag. 50 Vittorio Mancini Associati); **ECOBAGS** (pag. 144, 3° di cop, 4° di cop. Absolut Group); **EFFEFTE** (pag. 63 Diretto); **EGAF EDIZIONI** (pag. 26 Diretto); **FHP** (pag. 116 Real M&C); **FIERE DI PARMA** (pag. 142 Diretto); **FONDI PINETA** (pag. 12 Niggeler & Associati); **GL EVENTS EXHIBITION** (pag. 140 Diretto); **IPACK-IMA** (pag. 94 Diretto); **IPAFOOD** (pag. 84 Diretto); **MEGGLE ITALIA** (pag. 32 Diretto); **MONARI FEDERZONI** (pag. 2° di cop. InMediato); **MOTTA** (pag. 76 Proser); **PARMALAT** (pag. 36 Diretto); **RECKITT BENCKISER ITALIA** (pag. 40 De Rosa Team); **SALUMIFICIO SCARLINO** (pag. 75 Hi Comunicazione); **SCA HYGIENE** (pag. 79 Elc).