

## sommario

### CONTENUTI EDITORIALI

#### RUBRICHE

**Formazione e lavoro** ..... pag. 108

#### DIARIO

**ACCADIMENTI AZIENDALI** ..... pag. 6

#### PUNTI DI VISTA

##### OGM

**Una verità impossibile?** ..... pag. 9  
Tra Oscar Farinetti, patron di Eataly, e Umberto Veronesi, sicuramente il più noto e illustre fra i nostri oncologi, è sfida all'ultima ricetta. ....

#### CLIMA DI FIDUCIA

##### INDUSTRIA ALIMENTARE

**Tiene soltanto l'Export** ..... pag. 10  
Nonostante i consumi alimentari continuino a segnare una contrazione e i forecast cautamente ottimisti sul quarto trimestre del 2013 siano .....  
**CONSUMATORI**

**Beni durevoli al ribasso** ..... pag. 11  
Una previsione al ribasso per i consumi di beni durevoli: in estrema sintesi, ciò è quanto emerge dall'ultima edizione dell'Osservatorio sui .....  
**MONDO E IMPRESE**

##### LATTIERO CASEARIO

**Granarolo prende il largo** ..... pag. 12  
Prosegue a tappe serrate il processo di internazionalizzazione del gruppo Granarolo, il principale operatore a capitale italiano nel lattiero-caseario ...  
**E-COMMERCE**

**Il business to business di Alibaba** ... pag. 13  
Uno degli ambiti più significativi del commercio contemporaneo risiede nelle attività di commercio elettronico. Nel corso dell'ultimo decennio, .....  
**TENDENZE E SCENARI**

##### IMMOBILIARISMO COMMERCIALE

**Alla ricerca di affitti più vantaggiosi** ..... pag. 14  
La prima mossa per sostenere il commercio? Diminuire prezzi di vendita e canoni di locazione. A Roma e Milano si registrano ribassi al di sotto ....

### TESTIMONIANZE

#### EXPORT ALIMENTARE ITALIANO

**Quando le aziende fanno scuola** ..... pag. 16  
La discesa specifica dei consumi alimentari, malgrado la loro rigidità, è stata negli ultimi cinque anni molto pesante, passando dal 17,7 al 16,8% .....

### SOSTENIBILITÀ E RESPONSABILITÀ

#### COSMESI

**L'Oréal e la bellezza su misura** .... pag. 18  
Durante questi anni di profonda crisi che ha determinato il costituirsi di un contesto caratterizzato da grandi complessità che hanno messo a .....

#### ELETTRODOMESTICI ED ELETTRONICA

**L'ambiente secondo Panasonic** ..... pag. 19  
In linea con un sempre più attuale discorso di sviluppo sostenibile che tenga in considerazione e sotto controllo l'impatto che le attività commerciali .....

### POLITICHE E STRATEGIE

#### GDO

**Conad tra sviluppo e realtà** ..... pag. 20  
Conad è sempre più all'insegna della leadership assoluta e sempre più desiderosa di crescere. Lo ha confermato, in una chiacchierata .....

#### CAFFÈ

**Come Lavazza esporta l'aroma** ... pag. 21  
Prima in Italia nel mercato retail con una quota a valore superiore al 48% (dati Nielsen), forte di 3.700 dipendenti e di un fatturato pari a .....

### DISCIPLINA DEL COMMERCIO

#### MEDIE SUPERFICI

**Negozi e cultura a Firenze** ..... pag. 22  
Commercio di qualità contro il degrado, nuove aperture ma anche nuove regole. Le dà Firenze, città modello nel campo artistico e culturale, .....

#### VINCOLI URBANISTICI

**San Giuliano (Mi) si arrende a Lidl** ..... pag. 23  
Lidl Italia srl la spunta contro il Comune di San Giuliano Milanese con la sentenza n. 2271 del 10 ottobre 2013 del Tar di Milano. Una .....

### QUADRO COMPETITIVO

#### ALCOLICI

**Nuove sfide per Campari e Diageo** ..... pag. 24  
Mentre i nuovi consumatori delle economie emergenti premiano nelle loro scelte i brand di prestigio, grazie all'incremento del potere d'acquisto, .....

### I NUMERI DEL MERCATO

#### ACQUE MINERALI

**Dalla fonte alle nostre tavole** ..... pag. 26  
Nel nostro Paese, un comparto di significativa rilevanza è certamente quello relativo al mercato delle acque minerali: si tratta di uno scenario .....

### INFORAMA

**INNOVAZIONE** ..... pag. 116

**SOLUZIONI TECNOLOGICHE** ..... pag. 118

### PRODUZIONE

#### PRIMA COLAZIONE

**Non basta un caffè** ..... pag. 29  
Il rito della prima colazione continua a essere un po' trascurato se si considera la sua importanza, ma le cose stanno iniziando a cambiare anche da noi. ....

#### FRUTTICOLTURA

**Mele al passo con i tempi** ..... pag. 37  
Sono sempre più significative le innovazioni che interessano il comparto dedicato alla produzione di melicola, sospeso fra i concetti di sicurezza, ....

#### CONSERVE DI TONNO

**Nelle scatolele tranci per ogni stagione** ..... pag. 43  
Il tonno in scatola è un prodotto che sembra non soffrire la crisi, potendo contare su un ottimo rapporto qualità/prezzo e su un notevole valore .....

#### CASEARI

**Formaggi da oltre confine** ..... pag. 49  
I formaggi esteri attirano sempre più il consumatore, specialmente per il prezzo concorrenziale, ma gli italiani non si dimenticano della qualità. ....

#### BIOLOGICO

**Il bio made in Italy** ..... pag. 51  
I diversi mercati europei potrebbero offrire interessanti opportunità commerciali per i prodotti biologici italiani. ....

### COMUNICAZIONI D'IMPRESA

#### I PROFILI

**OWENS-ILLINOIS** (pagg. 94-95). Con circa 50.000 clienti nel mondo e una capillare presenza produttiva in Italia, O-I è leader nella produzione di bottiglie in vetro dedicate al settore vitivinicolo. La vicinanza degli stabilimenti alle aree di coltivazione e produzione italiane gli permette di proporsi come autorevole "glass specialist".

#### PREMIAZIONI

**UNIONE NAZIONALECONSUMATORI** (pagg. 4-5). Si è svolta lo scorso 21 novembre a Roma, in un Teatro Argentina gremito, la settima edizione del premio "Vincenzo Dona - voce dei consumatori", intitolato al fondatore dell'Unione Nazionale Consumatori, figura centrale del consumerismo italiano.

#### I CASI AZIENDALI

**SUTTER** (pag. 96). Tra i valori cardine della sua mission, Sutter annovera l'impegno per la salvaguardia dell'ambiente, applicato in un lavoro di ricerca in termini di soluzioni innovative e sostenibili. Ne è un esempio Mangia-Polvere, la linea di prodotti per la pulizia della casa, per la quale Sutter ha scelto pack in acciaio.

#### FOCUS

**CERES** (pag. 63). Accessibilità di quantità e di prezzo e maggiore accessibilità di consumo: la risposta di CERES è il lancio del formato 25clx2 che, in esclusiva per il canale retail, completa il portafoglio esistente. Il prodotto è disponibile da febbraio, con l'obiettivo di una piena distribuzione prima dell'estate.

**EFFEFPE PET FOOD** (pag. 84). In 25 anni di attività, Effepe ha saputo imporsi in Italia e sui mercati internazionali come specialista nello sviluppo e nella produzione di alimenti per cani e gatti in ambito private label e co-manufacturing. Oggi produce circa il 70% della marca del distributore commercializzata in Italia.

**ERIDANIA** (pag. 34). A dispetto della perdurante crisi dei consumi alimentari, anche nel 2013 Eridania, azienda leader della dolcificazione in Italia, parte del Gruppo Industriale Maccaferri di Bologna, si è confermata protagonista nel mercato di riferimento.

**GRUPPO MANGIARSANO GERMINAL** (pag. 35). La gamma Germinal Bio Senza Glutine estende l'offerta commerciale del marchio con 13 nuove referenze nei comparti della biscotteria, dei cereali e delle merende. Le nuove ricette sono state studiate in funzione di un apporto nutrizionale equilibrato.

**IASA** (pag. 46). "La buona alimentazione è la nostra sola idea". Basandosi su questa vision, Iasa si affaccia a nuovi orizzonti e pone l'accento sulla parola "innovazione", unendo esperienza e conoscenza, per abbracciare nuovi mercati e ricercare il particolare che fa la differenza.

#### SPOT

**BURGER KING - LAZZI** (pag. 79). L'ascesa rapida su scala nazionale del marchio Burger King corre di pari passo con l'espansione del franchising toscano di proprietà dei fratelli Lazzi, che hanno conquistato un altro angolo strategico, questa volta a Vittuone, comune dell'hinterland milanese.

**ELECTROLUX REX** (pag. 57). Electrolux Rex ha progettato il rivoluzionario asciugabiancheria SteamSystem che, grazie alla sensazionale forza del vapore, ridefinisce le regole dell'asciugatura, all'insegna di innovazione e delicatezza.

**DETERSIVI E LAVATRICI**

**Una centrifuga di innovazioni**... pag. 55  
Sono molte le novità che caratterizzano il mondo del bucato. L'obiettivo è quello dell'efficienza coniugata alla sostenibilità e al risparmio.

**DISTRIBUZIONE**

**BIRRA**

**La schiuma resiste**... pag. 61  
Il comparto della birra soffre, come tutti gli altri, soprattutto fuori casa, ma tiene, confermandosi un settore importante del made in

**GLI INCONTRI DI LARGO CONSUMO:**

**REDDITIVITÀ**

**Come definire il vero margine?**... pag. 67  
Nuovi approcci metodologici e nuovi strumenti per il calcolo del giusto margine, al centro di un workshop che ha coinvolto le funzioni

**LIBRI DI SCUOLA**

**Sempre meno cartacei e più digitali**... pag. 71  
Stiamo ormai entrando in una nuova era, quella del 2.0, per quel che riguarda i testi scolastici, ma non ancora tutto risulta chiaro e definito.

**FARMACIA**

**Carte fedeltà in camice bianco**... pag. 74  
Le carte fedeltà sono uno strumento molto utile per avvicinarsi al consumatore, anche in farmacia, nonostante questo settore abbia le sue peculiarità.

**Distribuzione in breve**... pag. 75

**RISTORAZIONE**

**ATTREZZATURE**

**L'innovazione non ferma la crisi**... pag. 76  
La situazione congiunturale sfavorevole lascia le sue tracce anche nel settore dei macchinari professionali per la ristorazione

**AUTOSTRADE**

**Stop, lunch and go**... pag. 78  
È variegato l'universo della ristorazione autostradale, settore che riesce a intercettare un grande numero e una grande varietà di consumatori.

**Ristorazione in breve**... pag. 79

**CONSUMATORI**

**CARNI ISLAMICHE**

**Una bistecca con sacri principi**... pag. 80  
Il settore degli alimenti certificati Halal non è più una nicchia di mercato: sono molte le aziende che hanno deciso di dedicarsi a questo segmento.

**AMICI DELL'UOMO**

**Uno shopping da cani**... pag. 83  
I cani ricoprono ormai un ruolo fondamentale nella vita dei loro padroni, che amano portarli anche a fare compere.

**COMUNICAZIONE**

**WEB**

**Il display advertising in soccorso del brand**... pag. 86  
Il mondo della pubblicità è in difficoltà, ma l'universo del web fa eccezione, e su questo hanno deciso di puntare molte aziende.

**Comunicazione in breve**... pag. 87

**IMBALLAGGIO**

**FOOD**

**La confezione cambia insieme al cibo**... pag. 89  
Il mondo del food packaging sta vivendo diverse trasformazioni, assecondando e seguendo quelli che sono i trend del comparto alimentare.

**VINO**

**Il pack preferito da Bacco**... pag. 92  
Il vetro rimane il materiale principale per il confezionamento del vino, anche se non manca chi sta sperimentando nuove strade.

**Imballaggio in breve**... pag. 97

**LOGISTICA**

**TRASPORTI**

**Le strade dell'ortofrutta**... pag. 99  
Il settore ortofrutticolo presenta caratteristiche peculiari che impongono di trattare con grande delicatezza e attenzione la movimentazione dei

**Logistica in breve**... pag. 103

**RISORSE UMANE**

**FORMAZIONE**

**Imparare i mestieri del supermercato**... pag. 104  
La grande distribuzione organizzata sta puntando molto sulla formazione, e nello specifico sulla formazione di ruoli e attività pratiche ancora

**FIGURE MANAGERIALI**

**Nuove professionalità al ristorante**... pag. 106  
Molte cose stanno cambiando nel retail in ambito ristorazione, ci si trova a fare i conti con nuovi mercati, strategie, mezzi, e servono nuove

**Risorse umane in breve**... pag. 107

**FINANZA**

**RETAIL REAL ESTATE**

**Tornare ad investire negli shopping center**... pag. 110  
La finanza guarda con fiducia al mondo dei centri commerciali, sperando e credendo in un'imminente ripartenza degli investimenti.

**Finanza in breve**... pag. 111

**AMBIENTE**

**IUC**

**Morta un'Imu se ne fa un'altra**... pag. 112  
La nuova imposta unica comunale è composta di diversi elementi: le novità maggiori riguardano le componenti Tasi e Tari.

**Ambiente in breve**... pag. 113

**ENERGIA**

**LUCE E GAS**

**Diamo un taglio alla bolletta**... pag. 114  
Nell'attuale contesto ricco di difficoltà, il risparmio sulle bollette di luce e gas potrebbe dare una boccata d'ossigeno, ma non è facile approcciarci

**Energia in breve**... pag. 115

**Le copertine di Largo Consumo**... pag. 120

**ELPO** (pag. 65). Elpo è al fianco di Birra Forst, la più importante realtà produttrice di birra in Trentino Alto Adige e una delle più grandi in Italia, per un duplice incarico. L'azienda ha realizzato l'impianto elettrico della quinta Sala di cottura di Birra Forst.

**GS1 ITALY - INDICOD-ECR** (pag. 107). Per festeggiare i 10 anni di attività formativa, GS1 Italy I Indicod-Ecr presenta il piano dei corsi 2014, pensato per offrire alle aziende gli strumenti per l'aggiornamento delle proprie risorse, adottare processi efficienti, aumentare le performance ed essere competitivi sul mercato.

**MAREBLU** (pag. 47). Mareblu, società del Gruppo MWBrands e secondo marchio in Italia nel settore delle conserve ittiche, si conferma tra i top player nel segmento del tonno al naturale, che rappresenta il 10% circa del mercato complessivo.

**MEGGLE** (pag. 50). Meggle è una delle più importanti realtà lattiero-casearie europee. Di casa madre tedesca, il Gruppo Meggle promuove da oltre 125 anni l'alta qualità dei suoi prodotti. Nell'ambito del suo vasto assortimento, spicca il Formaggio Emmentaler austriaco, prodotto da SalzburgMilch.

**POPLAST** (pag. 91). Poplast opera nel settore dell'imballaggio flessibile e serve i principali gruppi operanti in Italia nei settori alimentare, farmaceutico e industriale, distinguendosi per qualità della produzione, flessibilità ed efficienza organizzativa.

**ROMEO FICACCI** (pag. 87). Per festeggiare con i clienti e i consumatori il Cinquantesimo Anniversario, l'azienda ha lanciato la prima vaschetta di olive Multipack: il MistOlive, realizzato con il 100% di prodotto italiano.

**VI.P VAL VENOSTA** (pag. 39). Il 2014 vedrà VI.P, l'Associazione delle Cooperative Ortofrutticole della Val Venosta, protagonista di molteplici iniziative sul piano della comunicazione, sia in Italia che all'estero. Gran-

de risalto si darà anche alla qualità Bio Val Venosta.

**VITAKRAFT** (pag. 85). Vitakraft ha sempre in serbo gustose, sane e naturali novità di prodotto. Cat-Stick mini è lo snack premio appetitoso per tutti i gatti: si tratta di gustosi bastoncini morbidi con tanta carne, che fanno impazzire tutti i gatti.

**VOG PRODUCTS** (pag. 41). Il reparto ortofrutta ha un nuovo protagonista: è Leni's, il brand degli specialisti dei prodotti derivati di mela. L'offerta comprende oggi le fettine di mela pronte al consumo, la spremuta e la nuova mousse, tutte 100% mela.

**PUBBLICITÀ TABELLARE**

**BAULI** (pag.30 Craftww); **BAYERNLAND** (pag. 48 Diretto); **BIRRA FORST** (pag. 64 Diretto); **BLACK&WHITE** (pag. 96 Elc); **BOLOGNA FIERE** (pag. 3ª di cop. Diretto); **CERES** (pag. 62 Bcube); **CHEP ITALIA** (pag. 102 Sound Pr); **CLESP** (pag. 70 Diretto); **COLGATE PALMOLIVE** (pag. 58 Diretto); **CPR SYSTEM** (pag. 98 Diretto); **DETERPLAST** (pag. 54 Ellele Studio MD); **GENERALE CONSERVE** (pag. 4ª di cop. Diretto); **GERMINAL ITALIA** (pag. 52 Diretto); **GIACINTO CALLIPO** (pag. 44 Diretto); **L'ISOLA D'ORO** (pag. 42 Paolo Candelari); **LIC PACKAGING** (pag. 88 Elc); **MADDEL** (pag. 56 Elc); **MD DISCOUNT** (pag. 2ª di cop. Deltastudio); **MEGGLE ITALIA** (pag. 32 Diretto); **QUALITY FOOD GROUP** (pag. 28 Diretto); **RADEBERGER GRUPPE ITALIA** (pag. 60 Gbm Italia); **SANTERO** (pag. 93 Diretto); **THE NIELSEN COMPANY** (pag. 8 Diretto); **TXT** (pag. 72 Diretto); **VIP VAL VENOSTA** (pag. 38 Sprint); **VITAKRAFT ITALIA** (pag. 82 Diretto); **VOG PRODUCTS** (pag. 40 Fruitecom); **VOG SERVICE** (pag. 36 Fruitecom).