

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.info

RUBRICHE

Fiere	pag. 49
Biblioteca	pag. 87
Studi e ricerche	pag. 88
Documenti di impresa	pag. 89
Corsi e seminari	pag. 103

DIARIO

Produzione	pag. 14
Distribuzione	pag. 17
Finanza	pag. 18

TENDENZE E SCENARI

Mondo e imprese..... pag. 22
Tra i principali Paesi esportatori di mobili l'Italia rappresenta il 17% dell'export internazionale. Per questo il suo sviluppo è al centro della strategia promozionale Ice.

Etica e imprese pag. 25
Metro conferma l'impegno a favore delle fasce più deboli della popolazione. Anche nel 2008 ha infatti aderito alla Giornata Nazionale del Banco Alimentare.

PRODUZIONE

NUTRIZIONE E SALUTE
Alla ricerca del peso leggero... pag. 27
Mantenersi in forma, esigenza che dà impulso

a un mercato di alimenti e ingredienti specifici destinati al benessere. Che cresce facendo leva sull'innovazione.

OVINI
Un mondo di agnelli..... pag. 30
Uno scenario internazionale contrassegnato da forti scambi. In un quadro europeo di calo della produzione, l'Italia mantiene intatto il suo patrimonio.

SALUMI
Un paniere di affettati italiani pag. 35
Area del made in Italy alimentare in espansione globale. L'estero chiave fondamentale delle strategie aziendali, malgrado le barriere e i problemi di contraffazione.

DOCUMENTI:
OSSERVATORIO FINDOMESTIC 2009
Gli italiani stringono la cinghia..... pag. 39
I dati annuali della principale fonte di analisi del credito in Italia confermano la crisi dei consumi. Colpisce le auto, ma regge il mercato della casa.

FLOROVIVAISMO
Il bel verde di casa nostra..... pag. 42
Piante in vaso d'appartamento e terrazzo: filone di successo del made in Italy. Un mercato che vanta una produzione oltre i 600 milioni di pezzi l'anno.
Produzione in breve..... pag. 45

DISTRIBUZIONE

EDITORIA
Quando il lettore cambia canale pag. 51
Solo 4 italiani su 10 hanno letto un libro nel

2007, ma cresce l'élite dei lettori forti (+2%) e l'appeal delle librerie tradizionali rispetto ai grandi store.

DOCUMENTI:
RAPPORTO COOP 2008
L'Italia del primo prezzo pag. 55
Gli italiani vanno alla ricerca sempre più spinta della convenienza. Risultano in crescita marche private e discount. Ma iper e super reggono.

FARMACI
Il terzo canale per curarsi pag. 58
Le parafarmacie, nuove nel panorama distributivo del Paese, stanno rapidamente affermandosi. Merito dell'approccio verso il consumatore.

RETAIL
Il negozio fa centro..... pag. 61
Il commercio qualifica l'identità urbana. Al contempo può farsi promotore di iniziative per dare un volto e una qualità di vita migliori ai luoghi storici.

Distribuzione in breve pag. 63

CONSUMATORI

SPUMANTI
Per festeggiare ogni momento è buono pag. 67
La sfida è passare dal consumo legato alle feste a quello di tutti i giorni, a tavola o al bar. Per riuscirci si sta mettendo in campo ogni mezzo.

ADDOBBI
La festa vale la spesa pag. 73
Il mercato degli addobbi è valutato in circa 40 milioni di euro, in lieve calo rispetto

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

I PROFILI

CALDIROLA (pagg. 56-57). Dopo il cambio di proprietà dello scorso ottobre, l'azienda brianzola, sulla scia degli ottimi risultati 2008, affronta con grande slancio il 2009 ponendosi alcuni obiettivi: diventare il punto di riferimento per i produttori di vino, affermarsi come leader di costo, con una forte attenzione alla qualità e rafforzare la partnership con la gdo.

FIERA MILANO INTERNATIONAL (pagg. 40-41). Si svolgerà in fieramilano, dal 10 al 13 giugno prossimo, la seconda edizione di Tuttofood, appuntamento biennale rigorosamente B2B, con il meglio di uno dei settori di punta della nostra industria: una vera e propria piattaforma di affari a valenza internazionale, arricchita da un ricco programma di eventi e convegni.

GRUPPO LA-VIS (pagg. 20-21). Una giornata nel cuore dei vigneti della Cantina La-Vis e Valle di Cembra per "toccare con mano" come opera una grande realtà cooperativa che fa del fortissimo legame con il territorio, della valorizzazione delle sue peculiarità, della qualità e dell'identità, valori fondamentali che il Gruppo intende trasmettere anche al trade moderno.

GLI EVENTI AZIENDALI

OSSERVATORIO MULTICANALITÀ (pagg. 80-81). Prosegue la crescita della domanda di multicanalità da parte dei consumatori italiani: è il trend emerso dall'"Osservatorio Multicanalità 2008", i cui dati sono stati illustrati nel corso del convegno "Aziende e consumatori: la multicanalità lascia o raddoppia?", tenutosi presso il Politecnico di Milano, lo scorso 29 gennaio.

LE INTERVISTE

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE (pag. 46). L'azienda ha chiuso il 2008 confermandosi tra i leader a livello mondiale nel mercato degli alcolici e ha iniziato il 2009 con fiducia, avviando nuovi progetti a supporto dei brand e con l'annuncio della partnership commerciale con Rémy Cointreau. Ne parliamo con il direttore marketing e strategic development, Marco Ferrari.

GRUPPO C3 (pag. 62). A dispetto della recessione strisciante che ci ha accompagnato per tutto il 2008, il Gruppo C3 continua a perseguire con successo la strategia di crescita dei soci e dei punti di vendita. Abbiamo chiesto un approfondimento su questi temi al vicepresidente del Consorzio, Alberto Celesia.

FOCUS

ARBE (pag. 64). Arbe produce una gamma completa di erbe, spezie, insaporitori che sta raccogliendo crescenti consensi. Molti sono i punti distintivi dell'offerta di una società che sta introducendo in questi mercati l'alta qualità dei prodotti e delle loro coltivazioni, ma anche un forte contenuto di innovazione.

COMPO AGRICOLTURA (pag. 43). Gesal è il marchio che offre da 40 anni una vasta gamma di prodotti per la nutrizione e la cura delle piante e ancora oggi vanta la più alta notorietà sul mercato italiano (ndr, Indagine Doxa - 2006).

CORMAN (pag. 59). Produzione, distribuzione, e idee hanno fatto di Corman, fin dalla sua fondazione nel 1947 a opera di Corrado Mantovani (dal cui acronimo scaturisce il nome), una delle realtà più introdotte e dinamiche nelle farmacie.

EBLEX (pag. 32). Carne tenera e succulenta, l'English Lamb è presente tutto l'anno sul mercato, disponibile in diversi tagli che si prestano a un'infinità di ricette.

al 2008 sia in volume sia in valore. Un dato dovuto alla generale depressione economica?

Consumatori in breve pag. 75

COMUNICAZIONE

INTERNET

Il web è sempre più Mobile .. pag. 78

Cambiamenti strutturali per il mondo dei servizi su cellulare, connessi agli sviluppi della Rete. L'offerta crescente non riesce tuttavia ancora a imprimere una svolta al mercato.

MEZZI

Radio ad alto gradimento pag. 82

In netta controtendenza rispetto agli altri media, la radio continua la sua ascesa con un incremento degli ascoltatori della pubblicità del 4,2% nel 2008.

Comunicazione in breve pag. 84

IMBALLAGGIO

DETERGENZA

Il venditore silenzioso pag. 90

A colpire la fantasia del consumatore è l'immagine dei flaconi, tanti, di forme e colori diversi. Ormai il packaging plastico identifica detergenti e detersivi.

Imballaggio in breve pag. 95

LOGISTICA

SUPPLY CHAIN

Integrare per crescere pag. 97

Catene sempre più lunghe e globali accrescono la complessità di gestione. Sempre

più importante la condivisione dei ruoli attraverso la pianificazione..

Logistica in breve pag. 99

RISORSE UMANE

TECNOLOGIE

Per salvare

la borsa e la vita pag. 100

Esercenti tra le categorie a rischio di furti e rapine. Per contrastarli nuovi strumenti preventivi sono pronti a entrare in azione. Ma occorre più collaborazione.

Risorse umane in breve pag. 102

FINANZA

VALUTAZIONI

Riflettori su C.i.p.a.c. spa pag. 104

È una delle realtà più importanti del Centro Italia nel settore della gdo e ha sede a Pomezia dove opera in qualità di piattaforma di acquisto.

FUSIONI E ACQUISIZIONI

L'ora del piccolo ma solido ... pag. 106

È un periodo contrassegnato da operazioni minori, segnale della prudenza degli investitori. Le difficoltà tuttavia spingono nella direzione degli accordi.

Finanza in breve pag. 108

AMBIENTE

SICUREZZA

Un sano contorno

per gli alimenti pag. 110

Requisito indispensabile di tutto ciò che viene a contatto con le produzioni alimentari. Un ambito in cui operano qualificati fornitori di attrezzature e servizi.

NORMATIVE

Una task force

contro i rischi pag. 113

Procedure codificate a livello europeo per lanciare l'allarme a fronte di produzioni potenzialmente pericolose. È il progetto Rapex operativo dal 2004.

Ambiente in breve pag. 114

ENERGIA

CARBURANTI

I plus della pompa

sotto casa pag. 116

L'erogato non si è avvicinato di molto alle medie europee auspicate dagli artefici della liberalizzazione. La nostra rete risponde però a un tipo di consumatore particolare.

Energia in breve pag. 119

INDEX & MONITORING

Materie prime pag. 120

Dopo la discesa ininterrotta del secondo semestre 2008, le quotazioni delle materie prime a gennaio hanno invertito il senso di marcia tornando in crescita.

Prezzi e consumi pag. 122

Il dato riferito al mese di dicembre 2008 (-0,5%) alleggerisce la tendenza di segno negativo dei consumi per la quasi totalità dei beni e dei servizi.

Intenzioni di acquisto pag. 124

La percezione della situazione complessiva del Paese vede il livello medio di fiducia in lieve ulteriore crescita, in linea con gli ultimi 2 mesi di novembre e dicembre.

Percorsi di lettura pag. 127

Notizie per i lettori e gli inserzionisti pag. 128

FUJITSU SIEMENS COMPUTERS (pag. 115). Fujitsu Siemens Computers è il primo vendor It a offrire una gamma completa di prodotti eco-compatibili dedicati ai contesti più diversi, dal Data Center all'ufficio, alla casa, fino alla mobilità. L'integrazione di tecnologie eco-compatibili costituisce il comune denominatore di tutta l'offerta.

NOBERASCO (pag. 85). Cent'anni di storia: un'azienda sempre più solida che affonda le radici, con continuità ammirevole, nel suo territorio, il Ponente Ligure. È la storia di Noberasco di Albenga, leader nella selezione, trasformazione e distribuzione, in Italia e nel mondo, di frutta secca.

PARMACOTTO (pag. 36). Aperta a fine settembre 2008, Salumeria Rosi di New York, sita nel cuore del prestigioso Upper West Side, ha segnato l'avvio di un progetto cui Parmacotto tiene molto, non solo in chiave di diversificazione e di ulteriore affermazione nel mercato statunitense.

PIESSE (pag. 47). A BolognaFiere, dal 7 al 10 maggio prossimi, è di scena l'evento mondiale più importante dell'anno per il settore degli animali da compagnia. Si tratta di Zoomark International 2009, Salone dei prodotti per l'alimentazione e la cura degli animali da compagnia, di cui si tiene la tredicesima edizione.

SPOT

FRANCESCO FRANCHI (pag. 37). I salumi di alta qualità SENZ'ALTRO garantiscono le seguenti caratteristiche: senza Ogm; senza fonti di glutine; senza l'aggiunta di: caseinati, lattosio, polifosfati, glutammato, proteine vegetali.

QUALIVITA (pag. 65). La terza edizione dell'*Atlante Qualivita* è una pubblicazio-

ne unica nel suo genere, che raccoglie dati, informazioni e immagini di tutte le produzioni dop, igr e stg italiane.

PREMIAZIONI E RICONOSCIMENTI

OSCAR IMBALLAGGIO 2009 (pagg. 7-13). Si terrà il prossimo 26 marzo, nella cornice dell'Ipac-Ima in fieramilano, la premiazione dell'Oscar Imballaggio 2009, la prestigiosa manifestazione promossa dall'Istituto Italiano Imballaggio: presentiamo una carrellata dei 25 packaging finalisti.

PUBBLICITÀ TABELLARE

ADVANCEFAIR (pag. 16 *Diretto*); **ARBE** (pag. 64 *Elc*); **BAULI** (pag. 26 *Fullsix*); **BBS** (pag. 72 *Diretto*); **BISCALDI** (pagg. 68, 75); **CONAD** (pag. 3ª di cop. *Aldo Biase Comunicazione*); **CORMAN** (pag. 60 *Diretto*); **FIERA MILANO INTERNATIONAL** (pag. 4ª di cop. *Diretto*); **F.LLI VERONI FU ANGELO** (pag. 34 *Life Longari & Loman*); **GF GROUP** (pagg. 2ª di cop., 1 *Diretto*); **IBM** (pag. 96 *Ogilvy*); **L'ISOLA D'ORO** (pag. 2 *Studio Candelari*); **MEDIA CONSULTANTS** (pag. 86 *Diretto*); **NOSTROMO** (pag. 6 *Max Information*); **OROGEL** (pag. 28 *Diretto*); **POLTI** (pag. 126 *Diretto*); **RECKITT BENCKISER ITALIA** (pag. 94 *Euro Rscg*); **THE NIELSEN COMPANY ITALIA** (pag. 24 *Diretto*); **THE WALT DISNEY COMPANY ITALIA** (pag. 50 *Diretto*); **VITICOLTORI PONTE** (pag. 70 *Unidea*); **VALDO SPUMANTI** (pag. 66 *Diretto*); **VERONAFIERE** (pag. 48 *Caleidos*); **ZUEGG** (pag. 76, 77 *Saatchi & Saatchi*)