

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/032012/citati3-12.pdf

RUBRICHE

Social media pag. **86**
Profili e carriere pag. **112**

DIARIO

ACCADIMENTI AZIENDALI pag. **6**

PUNTI DI VISTA

CONTRO DEREGULATION
Promozioni a misura di Ue..... pag. **9**
Lara Comi ha al suo attivo proposte di legge coraggiose e innovative: dalla normalizzazione dei saldi all'uniformazione delle promozioni.....

BAROMETRO

FIDUCIA DEI CONSUMATORI
L'emergenza come stato d'animo pag. **10**
L'amore dell'opinione pubblica italiana che si rivela nel grado di fiducia al consumo si direbbe più che mai sotto pressione, riflesso dell.....

TENDENZE & SCENARI

MONDO E IMPRESE
Fast food targato Usa nel mondo pag. **14**
Non solo hamburger, ma anche caffè. Conditi da rigore operativo ed espansione nei mercati emergenti. Ecco la ricetta del fast food di successo

IMPRESE E OCCUPAZIONE
Recessione non fa rima con disoccupazione pag. **17**
Una recente ricerca della School of Management del Politecnico di Milano afferma che la selezione on line di personale su siti esterni specializzati è ...

TESTIMONIANZE

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE
Come essere green secondo Henkel pag. **18**
Henkel traccia una case history di enorme successo, soprattutto per avere saputo sempre accompagnare le performance commerciali

AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA

SISTEMI DI COTTURA
Seb frigge Philips pag. **19**
Non è piaciuta ai Giurì dell'Istituto di autodisciplina pubblicitaria la pubblicità di "Airfryer", lanciata sul mercato da Philips nel febbraio 2011.....

POLITICHE E STRATEGIE

DISTRIBUZIONE SPECIALIZZATA
Conforama ricomincia da Mestre pag. **20**
Ceduta nel 2010 da Ppr al gruppo sudafricano Steinhof, Conforama è oggi numero due al mondo nell'arredamento della casa, conta 13.40

CRESCITA E PROFITTI
Kraft si fa in due pag. **21**
L'annuncio della divisione di Kraft in due public company ha a suo tempo, e cioè poco dopo l'estate, sconvolto gli analisti finanziari.....

STATO DELLE IMPRESE

ACQUE MINERALI
Riflettori su Ferrarelle pag. **22**
Ferrarelle è un'azienda italiana che produce acqua minerale la cui fonte si trova a Riardo, ed è stata la prima, e l'unica a oggi, a vantare

I NUMERI DEL MERCATO

COSMESI
Come resistere alla crisi pag. **24**
In controtendenza rispetto all'andamento congiunturale, il mercato dei prodotti cosmetici pare non risentire della crisi, anche se non sono pochi

MANIFESTAZIONI ESPOSITIVE

FIERE E SALONI pag. **124**

PRODUZIONE

TONNO IN SCATOLA
Il sapore del mare in una lattina ... pag. **27**
Quello delle conserve ittiche è un mercato importante, in cui il tonno in scatola gioca un ruolo di primo piano, grazie a un ottimo rapporto

PASTA
Un vento italiano pag. **33**
La pasta è uno degli alimenti tipici della nostra tradizione e la sua produzione riesce ancora a mantenersi in bilico fra artigianalità e

FUNGICOLTURA
Funghi in decisa crescita pag. **37**
Questa coltura è diffusa più o meno in tutti i continenti. L'Italia è un produttore piuttosto importante, anche se molti passi in avanti hanno compiuto

GELATO
Fra innovazione e tradizione ... pag. **41**
Il gelato italiano rappresenta una delle punte di diamante del made in Italy alimentare, riuscendo a mantenere il giusto equilibrio fra

SOFT DRINK
Un bel drink anche senza alcol ... pag. **45**
Sono molte le novità che si susseguono nel settore dei soft drink, caratterizzato da naturalità e leggerezza da una parte, e dalla funzionalità

PRONTO MODA
A Firenze fast fashion di qualità ... pag. **47**
Si è svolto lo scorso novembre Modaprima, il più importante appuntamento fieristico per il mercato internazionale del fast fashion e ready-to-wear

Produzione in breve pag. **51**

DISTRIBUZIONE

SUPERMERCATI
La spesa a domicilio conquista i milanesi pag. **54**
Sono sempre di più le persone che a Milano scagliono di farsi recapitare la spesa a casa, pagando un sovrapprezzo. E non si tratta solo di

CENTRI COMMERCIALI
Fra un acquisto e l'altro pag. **56**
Nei centri commerciali assumono sempre più im-

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

PROFILI

CASA VINICOLA CALDIROLA (pagg. 4-5). La Casa vinicola brianzola nel 2011 ha messo a segno una crescita esponenziale, vedendo premiata una strategia che affonda le sue radici nel 2008 e una eccellente partnership con il trade moderno. Il 2012 si prospetta ancora denso di opportunità anche sui mercati internazionali.

LE INTERVISTE

THE WALT DISNEY COMPANY (pag. 60). Con la presentazione alla stampa del 4 febbraio e la grande festa di inaugurazione dell'11 febbraio scorsi, ha aperto i battenti il nuovissimo Disney Store interattivo di corso Vittorio Emanuele II 30, nel cuore di Milano. Ne parliamo con Gian Paolo Scrivano, country director di Disney Store Italia.

IL MANAGEMENT AZIENDALE

OGILVY & MATHER ADVERTISING (pag. 84). Dopo il successo del rilancio e la nuova rilevanza di Ogilvy & Mather Advertising a Parigi e Londra, anche l'Italia si è rinnovata, dando vita a un nuovo modello di agenzia di advertising in cui il digitale è pervasivo e contribuisce a creare soluzioni di business innovative.

FOCUS

CIELO E TERRA (pag. 85). Ottenuto grazie alla raccolta precoce delle uve da una filiera corta e controllata, Freschello Più oggi si propone anche con un'immagine

più moderna e accattivante. Freschello Più è in linea con le nuove esigenze del pubblico giovane, che cerca un prodotto di qualità ma a bassa gradazione.

LA MOLISANA (pag. 35). La Molisana compie 100 anni: lo storico pastificio, fondato nel 1912, è stato rilevato da un anno dal Gruppo Ferro, famiglia di mugnai da oltre un secolo. Oggi, chiuso il cerchio della filiera l'azienda, rinnovata grazie a un accurato restyling di logo e pack, produce ben 130 formati di pasta. Semole di altissima qualità per garantire un prodotto di eccellenza.

LONGO (pag. 81). L'azienda ha saputo affermarsi affinando know-how produttivi, colloquiando con un mercato via via complesso e competitivo, attento alla qualità delle proposte quanto al loro prezzo. Ad aiutare l'azienda sono l'esperienza e un profondo rispetto per l'interlocutore commerciale e per il consumatore.

PARMALAT (pag. 95). Zymil, brand leader nel segmento del latte ad alta digeribilità, prosegue sulla strada della crescita. Dopo le buone performance di Zymil 0,1% scremato in bottiglia lanciato nel 2011, Parmalat introduce sul mercato Zymil intero UHT e microfiltrato, entrambi in bottiglia da litro, disponibili a partire da febbraio.

SIG COMBIBLOC (pag. 91). SIG Combibloc prende in considerazione l'analisi della performance ambientale dei propri contenitori durante l'intero ciclo di vita del prodotto. Le confezioni di cartone SIG provengono fino a circa il 75% da legno; in fase di produzione SIG si impegna a ridurre il consumo energetico e di acqua.

UNES (pag. 55). Un valore sempre più centrale nelle strategie Unes (oltre 170 pdv in Piemonte, Lombardia ed Emilia Romagna) è l'eco-sostenibilità che, se-

portanza i "servizi extra" offerti ai clienti, che possono rendere più piacevole la permanenza.....

RETAIL

I preferiti per gli acquisti pag. **59**
Una ricerca mette in evidenza quali sono le insegne predilette dagli italiani per fare acquisti e per quali motivi viene scelto un negozio o

Distribuzione in breve..... pag. **61**

RISTORAZIONE

GDO

Fra pranzi e sfizi pag. **65**
È sempre più profondo e stimolante il legame che si sta sviluppando fra grande distribuzione e ristorazione, che sta portando a nuovi equilibri.

STREETFOOD

Il cibo di strada per "gustare" il territorio..... pag. **68**
Non fa concorrenza alla ristorazione classica ma ne è l'introduzione storica, una valida alternativa nazionalista al fast food di stampo Usa e al.....

Ristorazione in breve pag. **69**

CONSUMATORI

MOBILE PAYMENT

Pagare quasi senza accorgersene..... pag. **70**
Il mobile payment rappresenta una soluzione innovativa che tra non molto sarà diffusissima, anche se l'Italia registra un ritardo significativo

GARANZIE

Quando l'acquisto non fila liscio... pag. **71**
Sono molti i casi in cui il compratore rimane danneggiato da una compravendita in cui non tutto va come dovrebbe andare, a causa di vizi.

APPROFONDIMENTI: CONTRACCEZIONE

Generazioni

a confronto sul sesso pag. **72**
Una ricerca mostra qual è il grado di informazione riguardo alla sessualità, ai metodi contraccettivi e alle malattie sessuali che caratterizza

Consumatori in breve pag. **75**

COMUNICAZIONE

IDENTITÀ BRAND

L'importanza di essere "social" .. pag. **79**
Oggi risulta fondamentale muoversi con competenza sul terreno dei social network, andando verso il consumatore per condividere con lui.....

ARREDAMENTO

Come raggiungere il compratore finale..... pag. **80**
Il rapporto e la comunicazione fra l'industria del mobile e il consumatore stanno cambiando negli ultimi anni, e non è un fattore che le aziende

Comunicazione in breve..... pag. **83**

IMBALLAGGIO

ECOSOSTENIBILITÀ

Un nuovo approccio al packaging pag. **89**
Il pack ormai non viene più visto solo come uno strumento per imballare e conservare prodotti: si pensa infatti molto al marketing, alla.

LATTIERO-CASEARIO

A ognuno il proprio pack pag. **93**
La segmentazione di prodotto è comunicata dal packaging, che vede primeggiare bottiglie in Pet per il latte fresco, cartoni poliaccoppiati per.....

Imballaggio in breve pag. **97**

LOGISTICA

SERVIZI A VALORE AGGIUNTO

Sempre più terziarizzazione..... pag. **99**
L'entrata sul mercato di operatori logistici in grado di gestire per conto del cliente l'intera catena logistica ha dato impulso alla terziarizzazione

Logistica in breve pag. **102**

RISORSE UMANE

LE DONNE DEL VINO

Calici al femminile pag. **106**
Il mondo del vino è sempre più caratterizzato dalla presenza femminile, anche se non in tutti i ruoli le donne riescono a trovare spazio, con l'Italia.....

TRADE MARKETING MANAGER

Per pianificare le strategie..... pag. **109**
Sono sempre più richiesti manager in area trade marketing, grazie ai quali le imprese possono pianificare e gestire al meglio i loro rapporti

Risorse umane in breve..... pag. **111**

FINANZA

MICROCREDITO

Un salvagente per chi è in difficoltà pag. **114**
Sembra non allontanarsi il periodo di crisi che ha spinto molte persone in situazioni economiche non facili. Il microcredito si rivolge proprio a.....

DEBITI AGRICOLTURA

Imprenditori agricoli come tutti gli altri pag. **116**
Oggi anche le imprese agricole in crisi possono accedere alla ristrutturazione dei debiti e alla transazione fiscale secondo l'articolo 182 bis

Finanza in breve..... pag. **117**

AMBIENTE

TESSILE

Più responsabilità tra i vestiti ... pag. **118**
Come sta avvenendo in qualsiasi settore, anche il mondo del tessile/abbigliamento si sta muovendo verso un approccio più etico, con una

ETICHETTATURA

Marchi che parlano di ambiente... pag. **119**
I marchi ecologici sono uno strumento utile a dimostrare la responsabilità nell'utilizzo delle risorse da parte delle aziende, che comunicano

Ambiente in breve pag. **121**

ENERGIA

BIOGAS

Un settore sempre più interessante pag. **122**
L'anno passato ha fatto registrare un aumento dell'interesse nei confronti del biogas di origine agricola o zootecnica, e le prospettive future sono.....

Percorsi di lettura..... pag. **127**

Notizie per i lettori e gli inserzionisti..... pag. **128**

condo il retailer, si esprime attraverso l'impegno a promuovere un modello di consumo eco-compatibile da declinare a 360 gradi.

SPOT

CANTINE LUNGAROTTI (pag. 107). L'azienda mantiene una forte impronta familiare basata sul rispetto dei valori che uniscono tradizione, storia e territorio ed è oggi diretta dalle sorelle Chiara Lungarotti e Teresa Severini, mentre Maria Grazia Lungarotti dirige con successo i lavori della Fondazione.

FHP - VILEDA (pag. 75). Vileda lo scorso settembre 2011 ha lanciato Virobi, il robot cattura polvere che, grazie al suo sistema di navigazione autonomo, pulisce i pavimenti della casa consentendo a chi la abita di riposare, guardare la tv o uscire mentre il robot pulisce al posto suo.

GSE ITALIA (pag. 103). Dimo, fondata da Luciano e Franco Vipiana nel 1985, retailer a marchio Euronics per il nord-ovest, ha affidato a GSE Italia, General contractor specializzato nella progettazione e realizzazione di Piattaforme e Parchi logistici, l'incarico per la costruzione del nuovo Ce.Di. a Vercelli.

MTG (pag. 49). Nella bellissima e suggestiva Fashion House a Milano, è andata in scena la fashion performance della collezione Primavera/Estate Giorgia & Johns, un brand giovane e dinamico pensato per le donne moderne e cosmopolite sempre impegnate tra il lavoro e la vita privata.

PTA GROUP (pag. 57). PTA Group è il frutto dell'esperienza di un pool di professionisti con una vasta esperienza nel campo dei servizi per i centri commerciali, decisi a mettere in comune idee, passione e creatività per ideare e

realizzare eventi, promozioni, attività di marketing e comunicazione innovativi ed efficaci.

VI.P (pag. 77). Aumento della notorietà per il marchio Val Venosta e rafforzamento dei valori associati ad esso, sia sul territorio nazionale che all'estero: il lancio di 3 nuovi spot caratterizza l'attività marketing 2012 della VI.P, l'associazione delle Cooperative Ortofrutticole della Val Venosta.

PUBBLICITÀ TABELLARE

BARBERO (pag. 52 Comunicatore); **BAYERNLAND** (pag. 92 Mediamacs); **BRAVO SOLUTION** (pag. 104 Elc); **CALLIPO GROUP** (pag. 26, 40 Diretto); **CALZIFICIO PM** (pag. 63 Diretto); **CAVIRO** (pag. 2ª di cop. Armando Testa); **CONAD** (pag. 3ª di cop. Aldo Biasin Comunicazione); **COOP ITALIA** (pag. 48 Diretto); **DE CECCO** (pag. 32 Bcrome); **DI LEO PIETRO** (pag. 83 Vittorio Mancini Associati); **DR SCHAR** (pag. 62 Weber Shandwick); **ECOBAGS** (pag. 120 Absolut); **HEINEKEN** (pag. 64, 74 MC&A Mediavest); **IIR ITALY** (pag. 78 Diretto); **L'ISOLA D'ORO** (pag. 28 Studio Candelari); **NUMBER 1 LOGISTICS GROUP** (pag. 98 Sts Italiana); **O-I EUROPE** (pag. 88 Towa); **OM CARRELLI ELEVATORI** (pag. 4ª di cop. Design Leonetti); **PARMALAT** (pag. 94 Diretto); **POPPI ITALIA** (pag. 8 Diretto); **RECKITT BENCKISER** (pag. 73 Elc); **RED BULL** (pag. 44 Kastner & Partner); **SPREAFICO** (pag. 76 Diretto); **SYMPHONY IRI GROUP** (pag. 110 Diretto); **THE NIELSEN COMPANY** (pag. 16, 26 Itaca); **VERONAFIERE** (pag. 51 Emper).