

## 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/032013/Citati03-13.pdf](http://www.largoconsumo.info/032013/Citati03-13.pdf)

### RUBRICHE

**Relazioni digitali** ..... pag. 80  
**Formazione e lavoro** ..... pag. 96

### DIARIO

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

### PUNTI DI VISTA

**LEGGE "SALVA OLIO":**  
**Una norma troppo "scivolosa"?** ... pag. 9  
Pubblicate sulla Gazzetta Ufficiale in gennaio, le "Norme sulla qualità e la trasparenza della filiera degli oli di oliva vergini" hanno incassato .....

### CLIMA DI FIDUCIA

**GRANDE DISTRIBUZIONE ALIMENTARE**  
**Pessimismo tra gli scaffali** ..... pag. 10  
L'arretramento generalizzato che colpisce i consumi non risparmia nemmeno l'ambito degli acquisti alimentari: situazione che provoca, .....

### TENDENZE & SCENARI

**MATERIE PRIME**  
**I mercati rimangono in tensione** ... pag. 12  
La fine del 2012 ha costituito una fase di passaggio molto delicata per l'economia mondiale; in questo contesto, la pressione sulle materie prime ...  
**BRAND LOYALTY**  
**Rapportarsi con il nuovo consumatore** ..... pag. 14  
La comunicazione digitale è sempre più diffusa e

ormai a portata di mano in qualsiasi momento, grazie alle innumerevoli piattaforme e alla. ....

### MERCATO E CONCORRENZA

**PUBBLICITÀ INGANNEVOLE**  
**Multate Danone, Colussi, Galbusera** ..... pag. 16  
L'Antitrust ha sanzionato con una multa da 340.000 euro per pubblicità ingannevole tre big dell'industria alimentare: Danone, Colussi e Galbusera. ....

**CREDITO AL CONSUMO**  
**Finanza on line poco in regola** ..... pag. 17  
La Commissione europea ha promosso un'indagine sui siti web che propongono servizi finanziari di credito al consumo per capire se i .....

### POLITICHE E STRATEGIE

**DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA**  
**Selex, lo sviluppo di un leader** ..... pag. 18  
È proseguita anche nel 2012 la crescita del gruppo commerciale Selex, che ha fatto registrare un aumento del 3,8% sull'anno precedente, ..

**RISTORAZIONE**  
**CIR Food, il business come ricetta** ..... pag. 19  
CIR Food, Cooperativa italiana di ristorazione, è una delle maggiori aziende italiane ed europee del settore. Nata nel 1992, è oggi, con. ....

### QUADRO COMPETITIVO

**SALUMI**  
**Analisi economica finanziaria di settore** ..... pag. 21  
Per quanto concerne il settore dei salumi, il 2011 si è rilevato un anno complesso, ma le imprese del settore hanno reagito, riqualificando la .....

### I NUMERI DEL MERCATO

**DISTRIBUZIONE AUTOMATICA**  
**Il vending, un primato italiano** .. pag. 24  
Il circuito del vending mette oggi a disposizione

un tipo di tecnologia che si presta a integrare altri comparti, fra cui anzitutto il retail. ....

### INFORAMA

**BIBLIOTECA** ..... pag. 110  
**SOLUZIONI TECNOLOGICHE** ..... pag. 112  
**STUDI E RICERCHE** ..... pag. 114

### PRODUZIONE

**PET FOOD**  
**Un settore in continuo sviluppo** ..... pag. 27  
Gli alimenti per animali derivano ormai da materie prime di ottima qualità e, oltre alle norme comunitarie, i produttori adottano su base .....

**VALIGERIA**  
**Viaggiare sempre più leggeri** .... pag. 33  
Viste le difficoltà economiche che stanno affrontando, gli italiani viaggiano sempre meno, ma quando lo fanno vogliono con sé bagagli .....

**ABBIGLIAMENTO**  
**Più estero per la moda italiana** pag. 35  
Come confermano molti espositori presenti a Modaprima, l'export rappresenta sempre più una via d'uscita per il tessile-moda italiano, .....

**Produzione in breve** ..... pag. 39

### DISTRIBUZIONE

**FRESCO**  
**Fra taglio e take away** ..... pag. 43  
I consumatori, nonostante il tempo per la spesa sia sempre meno, continuano ad apprezzare il servizio al banco per prodotti freschi, quali .....

**SOLUZIONI RETAIL**  
**Settore in sofferenza** ..... pag. 47  
Si è chiuso un anno sfavorevole per l'information technology tradizionale, mentre risulta in controtendenza quella legata al web, al mondo dei .....

**DISINTERMEDIAZIONE**  
**Meno passaggi più competitività** ..... pag. 55  
Il cambiamento della distribuzione mirato a raggiungere direttamente pdv o consumatore porta

## COMUNICAZIONI D'IMPRESA

### PROFILI

**KELLOGG** (pagg. 4-5). Perfezionata e resa pienamente operativa per l'Italia dallo scorso 1 marzo, l'operazione permette a Kellogg di proseguire nella sua strategia di diversificazione, rafforzando la propria presenza nei mercati globali. Il rilancio di Pringles, in tv dal 24 febbraio con un nuovo spot, sarà implementato con forti attività marketing e commerciali.

### GLI EVENTI AZIENDALI

**IFOA** (pagg. 116-117). L'attesa cosiddetta "riforma Fornero" sta avendo un notevole impatto sul mondo del lavoro. Ifoa, società da 40 anni impegnata nel campo della formazione, ha organizzato in collaborazione con Largo Consumo un workshop di analisi delle principali novità per lavoratori e imprese.

### LE INTERVISTE

**GIO' STYLE** (pag. 72). Un rilancio in grande stile, deciso con la passione per il migliore made in Italy e la vocazione per le sfide imprenditoriali: è quello che vede protagonista Gio' Style, storico marchio acquisito a fine ottobre 2011 da Co.ge.fin. attraverso la

controllata Colombo Smart Plastic. Ce ne parla Nicola Colombo, presidente di Colombo Smart Plastic.

### GLI INCONTRI IN AZIENDA

**SEALED AIR** (pag. 84). L'azienda ha organizzato lo scorso 19 febbraio, presso la sede di Passirana di Rho (Mi), un incontro sul tema "Coniugare l'efficienza e sostenibilità nei processi di confezionamento delle carni", moderato da Armando Garosci, giornalista di Largo Consumo. Vi hanno partecipato aziende di produzione e retailer.

### FOCUS

**BETHBOSS** (pag. 63). Torna l'appuntamento con "Franchising Nord", l'unica fiera del settore dedicata a tutti coloro che sono interessati a entrare nel mondo del franchising. La manifestazione è organizzata da BeTheBoss.it e QUICKFairs®. La fiera si terrà il 25 e 26 maggio 2013 presso i quartieri fieristici di PiacenzaExpo.

**CATA INFORMATICA** (pag. 52). Cata Informatica si propone come solution provider su alcune aree ben definite, con competenze specialistiche e un approccio orientato alla comprensione e soddisfazione delle esigenze delle Pmi. Come dimostrano le decine di progetti Vision4 in aziende che

vari benefici, ma genera l'esigenza di una.....

BRICO

**Marca privata fai da te** ..... pag. **58**  
Nel mondo del bricolage le pl risultano in costante crescita, andando controcorrente rispetto al resto del comparto .....

EDICOLE

**Un flebile raggio di luce per i giornalisti** ..... pag. **60**  
Il futuro delle edicole si preannuncia tutt'altro che roseo, anche se una recente legge ha portato finalmente qualche buona notizia per questo .....

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

## RISTORAZIONE

ON LINE

**Il pasto viene dal web** ..... pag. **64**  
Si stanno diffondendo sempre più i siti da cui è possibile ordinare dei pasti da farsi poi recapitare a casa o in ufficio, soluzione pratica e flessibile ...

PAGAMENTI

**Ritardi "istituzionalizzati"** ..... pag. **66**  
I buoni pagatori non sono tanti nel settore horeca, e questo mette numerose aziende, già provate dalla congiuntura negativa, ancora più in .....

**Ristorazione in breve** ..... pag. **67**

## CONSUMATORI

ITICI

**Prodotti ad alto gradimento** ..... pag. **69**  
I consumatori italiani dimostrano di apprezzare molto il pesce, che si tratti di branzino o di alici, soprattutto quando è fresco e proviene dai .....

**Consumatori in breve** ..... pag. **73**

## COMUNICAZIONE

REBRANDING

**Quando si vuole cambiare pelle...** pag. **74**  
La scelta di cambiare un marchio è sempre molto delicata, ma a volte può portare vantaggi notevoli. L'importante è seguire le giuste procedure .....

PUBBLICITÀ

**Proteggere creatività e investimenti** ..... pag. **75**  
Esiste una serie di regole con le quali la legge difende la creatività, così cruciale in ambito pubblicitario, dai possibili plagi .....

BRAND

**Prestigio a livello globale** ..... pag. **76**  
I migliori marchi a livello mondiale mantengono il loro grande appeal, come mostra l'autorevole analisi annuale di Interbrand .....

**Comunicazione in breve** ..... pag. **77**

## IMBALLAGGIO

PACK BIODEGRADABILE

**Packaging amico dell'ambiente** ..... pag. **83**  
Gli imballaggi biodegradabili rappresentano una soluzione ottimale in molti ambiti, oltre a essere una risposta importante alla crescente, .....

**Imballaggio in breve** ..... pag. **85**

## LOGISTICA

GDO

**Più efficienza nei trasporti** ..... pag. **86**  
La grande distribuzione organizzata deve ripensare il proprio modello distributivo, all'insegna di una maggiore funzionalità in grado di .....

MOBILITÀ

**Automobili in condivisione** ..... pag. **89**  
Stanno prendendo piede, e anche l'Italia si sta adeguando, soluzioni quali il carsharing e il carpooling, che spesso permettono di .....

**Logistica in breve** ..... pag. **91**

## RISORSE UMANE

CSR

**I professionisti della responsabilità** ..... pag. **92**  
Le imprese italiane considerano le questioni ambientali e sociali molto importanti per la propria

competitività, una potente leva nei confronti .....

**Risorse umane in breve** ..... pag. **95**

## FINANZA

ASSICURAZIONI

**L'imprevisto è dietro l'angolo** ..... pag. **98**  
Assicurarsi contro il rischio di interruzione attività aziendale per cause di forza maggiore è importante, anche se in Italia si tende a sottovalutare .....

BOND

**La corsa al mercato del debito** ..... pag. **100**  
Le emissioni europee di corporate bond sono in aumento: molte società, anche del largo consumo, stanno sfruttando il momento propizio .....

**Finanza in breve** ..... pag. **101**

## AMBIENTE

SVILUPPO SOSTENIBILE

**Il mare come laboratorio** ..... pag. **102**  
Le Aree marine protette svolgono un ruolo fondamentale non solo nella tutela della biodiversità, ma anche nella creazione di modelli di .....

TRIBUTI RES

**Con l'ecotassa aziende al tappeto** ..... pag. **103**  
Il nuovo tributo sui rifiuti e servizi ha provocato un aumento medio delle tariffe pagate dalle imprese del 300%, mettendo sotto pressione .....

**Ambiente in breve** ..... pag. **105**

## ENERGIA

COSTI ENERGETICI

**La "tassa occulta" del settore tissue** ..... pag. **106**  
La spesa energetica ha un'incidenza del 20% sul costo totale di produzione di carte per usi igienici e sanitari. Decisivo il ruolo di cogenerazione .....

**Energia in breve** ..... pag. **109**

Percorsi di lettura ..... pag. **118**

Le copertine di Largo Consumo ..... pag. **119**

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

devono affrontare la problematica dei rapporti con la Gdo.

**EFFEFPE PET FOOD** (pag. 32). Se la capacità produttiva, l'affidabilità, la versatilità e il servizio al top spiccano da sempre tra gli "atout" dell'azienda lombarda, è sul rigido presidio della qualità – e sulla sua capacità di fornire risposte eccellenti ai trend del mercato – che Effeffe ha costruito il proprio successo.

**REPLY** (pag. 54). Proximity Commerce coniuga e integra le funzionalità di più elementi della piattaforma HI Reply. Tra questi, HI Shop è la soluzione di Contextual Marketing che consente, utilizzando il proprio smartphone o tablet, di vivere un innovativo viaggio nello shopping.

## SPOT

**CLO** (pag. 88). Fondata nel 1937 a Milano come Cooperativa Facchini da alcuni operatori del Verziere, il vecchio mercato ortofruttilicolo del capoluogo lombardo, CLO ha assunto nel 1978 l'attuale denominazione di Cooperativa Lavoratori Ortomercato.

**SALUMIFICIO SCARLINO** (pag. 41). A poco più di sei mesi dalla modifica della governance aziendale che ha portato Attilio Scarlino, detentore della maggioranza assoluta del capitale sociale, alla carica di Amministratore Unico, il Salumificio Scarlino ha aperto il 2013 all'insegna del dinamismo e di numerose novità.

**VITAKRAFT** (pag. 29). Heart-Breakers è la linea di prodotti di altissima qualità nata per nutrire in maniera specifica cani di piccola taglia e gatti. Questi alimenti completi hanno un elevato contenuto di carne, sono senza zucchero e senza cereali, ideali in caso di allergie, intolleranze al glutine e digestione delicata.

## PUBBLICITÀ TABELLARE

**AGRAS DELIC** (pag. 26 Diretto); **ARNEG** (pag. 20 Diretto); **BAYERNLAND** (pag. 42 Studio Mediamics); **BBC TECHNOLOGIES** (pag. 46 Elc); **BEDIN SHOP SYSTEM** (pag. 50 Elc); **CIP4** (pag. 56 Diretto); **COMIECO** (pag. 104 Tita); **CONAD** (pag. 3<sup>a</sup> di cop. Aldo Biase Comunicazione); **CUCINA NOSTRANA** (pag. 44 Diretto); **EIDOS** (pag. 50 Diretto); **EPSON ITALIA** (pag. 62 Elc); **GOGLIO** (pag. 82 Diretto); **HEINEKEN** (pag. 4<sup>a</sup> di cop. MC&A Mediavest); **IIR ITALY** (pag. 78 Diretto); **L'ISOLA D'ORO** (pag. 68 Studio Candelari); **LPR ITALIA** (pag. 87 TTA); **NOVA FOODS** (pag. 30 Crea House); **PUBLIPOST** (pag. 77 Diretto); **RADEBERGER GRUPPE ITALIA** (pag. 2<sup>a</sup> di cop. Gbm Italia); **SALUMIFICIO SCARLINO** (pag. 40 Diretto); **SEALED AIR** (pag. 95 Diretto); **THE NIELSEN COMPANY** (pag. 8 Diretto); **VITAKRAFT ITALIA** (pag. 28 Diretto); **ZOTT SE & CO** (pag. 94 Publicitas).