

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. 57
Top Retail	pag. 71
Biblioteca	pag. 95
Documenti di impresa	pag. 97
Proposte immobiliari	pag. 115
Corsi e seminari	pag. 120
Profili e carriere	pag. 121

DIARIO

Produzione	pag. 7
Distribuzione	pag. 9
Finanza	pag. 10

TENDENZE E SCENARI

Società e consumi	pag. 14
-------------------------	---------

A causa della crisi economica diminuiscono pranzi e cene al ristorante. I consumatori preferiscono locali più economici e pasti più leggeri.

STATO DELLE IMPRESE

Šammontana	pag. 16
------------------	---------

È la più grande realtà italiana del settore. Dal 2008 ne fanno parte i marchi Tre Marie e Sanson grazie all'acquisizione della società GranMilano da Barilla.

PRODUZIONE

TÈ	
Un rito moderno	pag. 19

Nel 2008 in Italia i consumi della bevanda sono cresciuti del 3% rispetto al 2007, proposta in innumerevoli varianti e gusti, dal tè verde a quello alla frutta.

CAFFÈ

Un business ristretto	pag. 25
-----------------------------	---------

Quotazioni all'origine e prezzo del petrolio

alle stelle hanno messo a dura prova il settore. Il consumo mondiale non decolla a eccezione dei nuovi Stati dell'Ue.

ITTICO

Pesce fresco e certificato	pag. 29
----------------------------------	---------

La rintracciabilità della filiera è un valore aggiunto sia per le aziende sia per i consumatori, garanzia di provenienza e salubrità del pesce acquistato.

NORMATIVE

Uova a prova di legge	pag. 35
-----------------------------	---------

Il settore degli ovoprodotti, destinati al consumo diretto o alla preparazione di dolci, è sottoposto a scrupolose regole igieniche che ne salvaguardano la salubrità.

ABBIGLIAMENTO

La moda del low cost	pag. 37
----------------------------	---------

La necessità di risparmiare, insieme all'evoluzione della società, ha imposto un nuovo modo di vestire che privilegia capi dai costi contenuti, ma di qualità.

ELICOLTURA

Il ritmo di corsa della lumaca ...	pag. 40
------------------------------------	---------

Domanda e offerta in crescita. Gli allevamenti sono passati dai 5 milioni di mq del 1980 ai 70 del 2007. L'Italia è prima nel mondo, eppure non soddisfa la richiesta.

TESSILE CASA

Lenzuola, piumoni... un mercato addormentato ...	pag. 41
--	---------

Il segmento della biancheria per il letto è in difficoltà con un fatturato di 2.270 milioni di euro nel 2007 (-0,9% rispetto al 2006) a causa della contrazione dei consumi.

DETERGENZA

La selezione dell'igiene in casa... ..	pag. 45
--	---------

Anche nel settore della pulizia domestica crescono le vendite dei prodotti di primo prezzo e delle private label, effetto della crisi dei consumi.

OCCHIALERIA

Un mercato in vista	pag. 49
---------------------------	---------

Settore ancora in positivo grazie ai buoni risultati delle esportazioni. Verso l'Europa si dirigono circa il 60% delle esportazioni italiane.

Produzione in breve	pag. 51
---------------------------	---------

DISTRIBUZIONE

CARTOLERIA

Quaderni e diari in competizione	pag. 60
--	---------

L'innovazione di prodotto è l'unica opportunità di sviluppo in un mercato a basso ritmo di crescita e aggressivo come quello dei corredi scolastici.

CONTRAFFAZIONE

I pirati del made in Italy	pag. 63
----------------------------------	---------

Capi di abbigliamento, calzature, borse e accessori sono i prodotti più contraffatti e imitati dalla criminalità organizzata nazionale e internazionale.

LIBRI

Piccoli editori crescono	pag. 65
--------------------------------	---------

Il settore ha registrato nel 2007 un trend positivo. Le case di piccole o medie dimensioni sono però schiacciate dai grossi gruppi che occupano il mercato.

Distribuzione in breve	pag. 69
------------------------------	---------

CONSUMATORI

COMPORAMENTI

Impegno sociale a tavola ...	pag. 73
------------------------------	---------

Cresce il numero di italiani che scelgono un'alimentazione a basso impatto ambientale scegliendo gruppi d'acquisto solidali, ristoranti a "km 0" o a filiera corta.

ATTITUDINI

Amici al guinzaglio	pag. 77
---------------------------	---------

Il rapporto con gli animali di casa è un idillio che non conosce recessioni. Alimenti biologici, accessori di moda, farmaci, per un esercito di 15 milioni di esemplari.

DOCUMENTI: LA POVERTÀ IN ITALIA

Pochi quattrini per sopravvivere	pag. 80
--	---------

L'Istat ha aggiornato la mappa delle famiglie italiane in difficoltà. Sono l'11% della popolazione complessiva e vivono con meno di 1.000 euro mensili.

TUTELA

Il post vendita tra standard ed estensione	pag. 81
--	---------

Abbastanza soddisfatto dei centri di assi-

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

I PROFILI

ALCISA (pagg. 134-135). Alcisa si colloca tra le maggiori industrie italiane nel settore della salumeria ed è al vertice nella mortadella: quella marchiata "Due Torri" è ancora oggi il simbolo dell'azienda, che ha implementato un forte investimento per dotare i propri stabilimenti di moderni impianti per la produzione di energia pulita.

DIENNEA (pagg. 12-13). Diennea è specializzata nei servizi e nelle tecnologie per la comunicazione e il marketing digitale. Il suo core business è MagNews™, piattaforma tecnologica ideata per generare e veicolare newsletter e gestire campagne di e-mail marketing.

FILA (pagg. 58-59). Presentiamo le novità FILA a marchio Didò, la pasta per giocare che aiuta i più piccoli ad allenare la loro manualità e la loro fantasia, crescendo divertendosi e imparando i primi concetti di tridimensionalità. I suoi ingredienti naturali la rendono innocua, sicura e facile da rimuovere.

PAY BACK ITALIA (pagg. 4-5). Attivo in Europa e Sud America, Pay-back Group offre alle imprese l'opportunità di far emergere i "profitti nascosti" nella contabilità, analizzando a bilancio chiuso soprattutto la contrattualistica con i fornitori. Responsabilità, integrità, affidabilità sono i valori che la società mette a disposizione dei retailer e dei fornitori italiani.

I CASI AZIENDALI

CONAD DEL TIRRENO (pag. 70). Per il suo software *Cavaliere del Tau*, realizzato per fare del punto cassa un momento di relazione tra cassiere e cliente, Conad ha scelto i sistemi Pos Epson, efficienti, convenienti e affidabili.

GLI INCONTRI IN AZIENDA

GALBANI (pag. 54). Galbani dal 13 novembre al 6 dicembre scorsi ha aperto ai consumatori, ai giornalisti e alle istituzioni il proprio stabilimento di Casale Cremasco

(Cr), nell'ambito della terza edizione di "Apertamente: l'industria alimentare in Italia apre le porte al pubblico".

LE INNOVAZIONI PRODUTTIVE

LG ELECTRONICS (pag. 136). Al lungo elenco degli eco-prodotti LG, si è aggiunto dalla scorsa estate un nuovo rivoluzionario sistema di lavaggio: il lavaggio a vapore, introdotto dalla Lavatrice a Vapore Direct Drive.

LE INTERVISTE

DATALOGIC SCANNING (pag. 112). Intervista a Roberto Schiavo, Regional Sales Director di Datalogic Scanning spa, sulle prospettive e le novità del mercato della raccolta dati e, in particolare, di Datalogic.

DAY RISTOSERVICE (pag. 84). Il mercato dei buoni pasto è andato fortemente sviluppandosi in questi anni. Tant'è che le società che lo presidiano stanno ormai diversificando il bouquet dei loro servizi. Day Ristoservice è una tra le più attive, come ci spiega Alessandra Agliocchi, direttore commerciale della società bolognese.

VALFRUTTA FRESCO (pag. 53). Valfrutta Fresco è la nuova società consortile costituita recentemente da alcune realtà leader nel settore ortofrutticolo per commercializzare ortofrutta fresca e di IV gamma. Ne parliamo con il direttore marketing Stefano Soli.

FOCUS

ACQUAVET (pag. 33). AcquaVet "consulenza veterinaria per il mondo acquatico", nasce nel 2006 da un'idea del dottor Paolo Ardizio, medico veterinario e subacqueo professionista, impegnato da anni in attività di ricerca nell'Elemento Acqua.

ARBE (pag. 21). La vasta gamma di tisane "firmate" da Arbe si distingue innanzitutto per l'alta qualità delle materie prime e della lavorazione: due plus affiancati da al-

stenza e della loro opera, il cliente vorrebbe però sentirsi più seguito e coccolato. E quanto emerge da una ricerca Gnresearch.

CREDITO

Carte a rischio di donazione ... pag. 82
Le frodi informatiche sono sempre più diffuse: Bancomat, carte di credito e revolving vanno usati con estrema attenzione, soprattutto su Internet.

Consumatori in breve pag. 83

COMUNICAZIONE

ADVERTISING

Pubblicità sul maxi schermo ... pag. 86
In Italia siamo agli inizi, ma all'estero il settore della comunicazione digitale a scopo promozionale sta conoscendo un vero boom con tv in store e videowall.

DOCUMENTI: MUSICA

Note rubate pag. 89
L'abitudine di scaricare gratis canzoni e file musicali da Internet ha ormai preso piede tra i giovani. Vengono invece snobbati i siti autorizzati.

Comunicazione in breve..... pag. 91

IMBALLAGGIO

PRODOTTI ALIMENTARI

Cibi monoporzione e single vanno a nozze pag. 99
Cresce il numero di famiglie mononucleari e di persone che vivono da sole e il settore del packaging si adegua con le confezioni singole.

Imballaggio in breve pag. 103

LOGISTICA

NORMATIVE

Controlli rigorosi per gli alimentari deperibili ... pag. 107
Le aziende che si occupano dello stoccaggio e del trasporto dei prodotti alimentari devono rispettare un disciplinare scrupoloso imposto dalla legge.

RADIOFREQUENZA

Standard su tutta la rete pag. 108
Primo dall'Università di Parma le prime prove di Epc Network e i risultati sono positivi. Che

per l'Rfid nella gdo sia il momento del decollo?
Logistica in breve pag. 111

RISORSE UMANE

PROFESSIONI

Lo specialista del baratto pag. 116
Figura importata dagli Stati Uniti, il barter trader si occupa delle transazioni commerciali tra aziende che scambiano servizi e beni al posto dei pagamenti in denaro.

PROFESSIONI

L'elemento chiave dei contratti... pag. 117
Uomo che opera in modo trasversale, muovendosi fra produzione, distribuzione e servizi, il national account è un vero protagonista all'interno del marketing.

Risorse umane in breve pag. 118

FINANZA

STRUMENTI

La banca nel carrello della spesa pag. 122
La convergenza tra il mondo del banking e quello del retail prende sempre più piede anche in Italia. Un'indagine del Politecnico svela gli scenari del futuro.

STRUMENTI

Liquidi comodi al piccolo imprenditore pag. 125
Le carte aziendali piacciono sempre di più alle pmi e il 69% delle imprese intervistate da Visa ritiene di incentivare lo sviluppo di questo mezzo di risparmio.

Finanza in breve pag. 127

AMBIENTE

DOCUMENTI: RICICLO

La Cina affamata di carta da macero pag. 128
Le quotazioni del materiale cartaceo recuperato sono in rialzo grazie alle forti richieste provenienti dai mercati asiatici. In Italia il settore è in crescita.

ATTREZZATURE FRIGO

L'ultimo anello della catena del freddo pag. 129

Bassi consumi energetici, efficienza e rispetto dell'ambiente anche grazie a fonti alternative: sono le caratteristiche dei moderni banchi frigo.

Ambiente in breve pag. 137

ENERGIA

BIOENERGIE

Quando i contadini produrranno elettricità pag. 138
Ancora relativamente poco utilizzate – ma i numeri restano un mistero – le biomasse sono lontane dal formare una vera alternativa, un settore organizzato e razionale.

BIOCARBURANTI

Dalle biomasse l'energia del futuro pag. 140
Azioni concrete per lo sviluppo delle bioenergie e un coordinamento europeo. Sono queste le finalità del progetto Bites promosso da cinque enti ambientali.

Energia in breve..... pag. 141

INDEX & MONITORING

Materie prime pag. 142
Le quotazioni delle materie prime proseguono a febbraio il trend di ripresa emerso nel mese di gennaio (-2,7%) dopo la fase di rientro attraversata nei mesi precedenti.

Prezzi e consumi pag. 144
Nel mese di gennaio 2009, l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (Icc) rileva una contrazione tendenziale pari a -4,6%, un dato peggiore rispetto a dicembre.

Vendite gdo pag. 146
Il 6° bimestre del 2008 conferma la tendenza al rallentamento del fatturato della gdo relativa alle vendite dei beni del largo consumo confezionato.

Intenzioni di acquisto pag. 148
Secondo l'Osservatorio Findomestic a febbraio gli italiani sono tornati pessimisti dopo una lieve ripresa del clima di fiducia nel mese precedente.

Percorsi di lettura pag. 151

Notizie per i lettori e gli inserzionisti... pag. 152

tri importanti punti di forza, che ne fanno una risposta di pregio alle richieste di un consumatore esigente.

DUTCH FISH MARKETING BOARD (pag. 31). Oggi, la popolazione di platessa del Mare del Nord ha raggiunto livelli biologicamente sostenibili. Questa la conclusione del parere espresso dagli ittiologi alla Commissione Europea lo scorso giugno 2008.

NOBERASCO (pag. 85). L'area del benessere è la tendenza che sta caratterizzando l'intero comparto alimentare: una domanda crescente, a cui Noberasco risponde con prodotti appositamente dedicati a chi cerca un'alimentazione sana e nutriente senza rinunciare al gusto.

RECKITT BENCKISER (pag. 47). La famiglia SOLE si arricchisce di due nuove proposte pensate per permettere di lavare tutti i capi colorati insieme, rispondendo così a un'importante esigenza dei consumatori: SOLE Proteggicolore e SOLE Lana e Delicati e Tuttilcolori.

SPOT

ALEA (pag. 39). Dal 1952, Alea è sinonimo di made in Italy nella camiceria maschile. La ricerca e lo sviluppo di nuovi materiali fanno dell'azienda un punto di riferimento nel settore della camiceria italiana.

BBS (pag. 51). La linea Teddy è un concetto cross category sviluppato sulle categorie del party e del regalo in modo specifico pensando alle ricorrenze del primo anno di vita di un bambino: nascita, battesimo, primo compleanno.

CASTELLO DI UDINE (pag. 55). Il Gruppo Birra Castello spa, una delle realtà birrarie più intraprendenti nel panorama italiano, si rinnova attraverso una nuova comunicazione e un rilancio del prodotto Pedavena.

EPTA (pag. 131). EPTA – gruppo leader europeo e partner globale nella refrigerazione commerciale per la distribuzione organizzata – si è affermata nel mondo grazie ai suoi marchi Costan, Bonnet Névè, BKT, George Barker ed Euro'Cryor.

LINDE MATERIAL HANDLING ITALIA (pag. 113). Linde Material Handling dà una spinta al magazzino con una gamma di sette nuovi carrelli: i tre transpallet elettrici T16, T18 e T20 con portate rispettivamente di 1,6, 1,8 e 2 tonnellate, e i quattro stoccatrici L10B, L10, L12 e L12i con portata di 1 e 1,2 tonnellate.

PUBBLICITÀ TABELLARE

AGRA EDITRICE (pag. 33 Diretto); ALLPACK (pag. 105 Diretto); ARNEG (pag. 132 Studio Verde); CAFÉ DO BRASIL (pag. 24 Diaframma); CASCINA ITALIA (pag. 34 Elc); CASTELLO DI UDINE (pag. 8 T&F Partners); CIP4 (pag. 104 Extra-design); CNC Ambientazioni e Arredi (pag. 68 Elc); COCA-COLA HBC ITALIA (pag. 4^a di cop. Artefice); CONAD (pag. 3^a di cop. Aldo Biase Comunicazione); CONSORZIO PROSCIUTTO PARMA (pag. 74 Cayenne); DANONE (pag. 6 Artefice); EPTA (pag. 130 Wave Coomunication); EURORATING (pag. 126 Preferenze); FIERA MILANO INTERNATIONAL (pag. 56 Diretto); GALFRÉ ITALIA (pag. 92, 93 Elc); GEFI - Gestione Fiere (pag. 114 Diretto); GLOBOTEX (pag. 38 Immaginae); GOGLIO (pag. 26 Diretto); HEINEKEN ITALIA (pag. 102, 150 MC&A Mediavest); HET NEDERLANDS VISBUREAU (pag. 30 Link2 Italy); HUHTAMAKI (pag. 2^a di cop. Diretto); KRAFT FOODS ITALIA (pag. 98 J.W.T.); LEIFHEIT (pag. 44 Tix); MORANDO (pag. 76 Bernardi Comunicazione); NORDA (pag. 72 Diretto); OROGEL (pag. 50 Diretto); PEPSICO BEVERAGES ITALIA (pag. 22); RADEBERGER GRUPPE ITALIA (pag. 90 Gbm Italia); RECKITT BENCKISER ITALIA (pag. 46 Euro Rscg); SITER TRASPORTI (pag. 110 Diretto); SWITZERLAND CHEESE (pag. 52 The Others); THE NIELSEN COMPANY ITALY (pag. 96 Durat Prina Associati); VITALIA div. Bonomelli (pag. 18 Diretto).