

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/042013/Citati04-13.pdf

RUBRICHE

Etica e Imprese pag. **99**

DIARIO

ACCADIMENTI AZIENDALI pag. **6**

PUNTI DI VISTA

ORTOFRUTTICOLI

Oltre la retorica del localismo pag. **9**
Mentre il Cso indica il crollo dei consumi ortofrutticoli (86 kg in meno per nucleo familiare calcolati sui 417 kg di dieci anni fa), lo stesso

CLIMA DI FIDUCIA

CRISI E CONSUMI

Il fondo del barile pag. **10**
I segnali del declino italiano ci sono e si evidenziano, e moltiplicano, con il passare del tempo. Un declino che sta resettando il prezioso

TENDENZE & SCENARI

AGRICOLTURA

Essere imprenditori agricoli oggi... pag. **12**
Nel nostro Paese, il comparto dell'agricoltura rappresenta un caposaldo storico delle attività imprenditoriali ed economiche. Anche

ALIMENTAZIONE

Costi per tutti e profitti per pochi... pag. **14**
Il problema di garantire il diritto all'alimentazione s'intreccia con quello del costo del cibo e delle variabili che determinano la volatilità

TESTIMONIANZE

CASALINGHI

Come vendere pentole al mondo... pag. **16**
Quella di Ballarini è una vicenda emblematica del successo mondiale del made in Italy. Stiamo parlando di una realtà leader degli strumenti

BIOCARBURANTI

Per fare girare il motore pag. **17**
La green economy può diventare un'occasione di rilancio dell'industria chimica italiana? Al centro

di questa prospettiva è oggi il bioetanolo di

MERCATO E CONCORRENZA

ELETRONICA DI CONSUMO

Apple allunga la garanzia pag. **18**
Anche Apple si adegua al Codice del Consumo, comunicando in modo corretto l'obbligo di garanzia di due anni che copre i prodotti

AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA

ARREDAMENTO

Natuzzi contro Poltronese pag. **19**
Esplode la guerra dei divani. Protagonisti due importanti player italiani del settore: Natuzzi spa e Poltronese

SOSTENIBILITÀ E RESPONSABILITÀ

DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

La risposta di Conad alla crisi pag. **20**
I consumi alimentari e le dinamiche a essi legate sono cambiati e hanno subito gravi conseguenze a causa del complesso momento che il Paese

GRANDE DISTRIBUZIONE

Per Finiper l'italianità come valore... pag. **21**
Iper, La grande i, una delle poche realtà della grande distribuzione a essere completamente italiana, comprende 26 punti di vendita,

RISULTATI D'ESERCIZIO

SUPERMERCATI

I numeri 2012 di Esselunga pag. **23**
Migliora nel 2012 il fatturato del gruppo Esselunga di Bernardo Caprotti. L'esercizio si è chiuso con vendite per 6,8 miliardi di euro,

POLITICHE E STRATEGIE

DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

Perché Sisa è vicino ai consumatori... pag. **24**
Presente su tutto il territorio nazionale con 468 soci e più di 500 affiliati, 2.020 pdv al dettaglio, 7 all'ingrosso, una superficie totale

MONDO E IMPRESE

Pasta Zara, la forza del made in Italy pag. **25**
Millecinquecento tonnellate di pasta prodotte ogni giorno a ciclo continuo che prendono le rotte internazionali: questo è Pasta Zara,

I NUMERI DEL MERCATO

PELLETERIA

L'export come volano del settore... pag. **26**
Si conferma l'export il volano della crescita del

comparto pelletteria secondo Aimpes, che ha registrato per i primi dieci mesi del 2012

PRODUZIONE

ALIMENTARE

Aspettando Tuttofood 2013 pag. **29**
La Fiera guarda molto lontano, puntando sull'internazionalizzazione e sull'innovazione per supportare il settore.

PROSCIUTTO COTTO

Salume per ogni occasione pag. **38**
Il mercato italiano del prosciutto cotto tiene anche in questo momento delicato, puntando su qualità, leggerezza, comodità.

DOLCIARIO

Aspettando Dolce Italia 2013 pag. **40**
La Fiera lascia Cibus e Parma per trasferirsi a Milano, presso Tutto Food, dove si avrà modo di fare il punto sul mercato dolciario italiano,

I DOCUMENTI DI LARGO CONSUMO:

PROGETTO FOOD DELOITTE

L'agroalimentare italiano sotto la lente pag. **44**
Il nostro food può divenire la chiave di sviluppo di una cultura che crea occupazione e valore. Un recente studio ha fatto il punto sullo

SALSE

Condimenti comodi e gustosi pag. **47**
Gli italiani stanno consumando sempre più salse, sughi pronti e simili, un mercato che non sembra frenato dalla crisi, anche perché il tempo

BACK TO SCHOOL

Ritorno a scuola in grande stile pag. **49**
Anche se gli ultimi indicatori di mercato registrano trend negativi, i player del settore scuola puntano sulla qualità, in linea con le tendenze

IGIENE INTIMA

Un mercato "delicato" pag. **55**
Il comparto dei prodotti dedicati all'igiene intima gode di buona salute, ma non mancano differenze, anche notevoli, tra azienda e azienda

ARREDO BAGNO

Sul bagno si risparmia pag. **57**
Sono in flessione gli acquisti di arredamento per bagno in Italia, complice il clima di fiducia delle famiglie, che preferiscono interventi di

FORMAGGI

Formaggi top dalla Sicilia pag. **60**
Due prodotti Dop come il Pecorino Siciliano e il Ragusano costituiscono importanti realtà legate

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

PROFILI

BAYERNLAND (pagg. 36-37). L'azienda lattiero-casearia tedesca ha saputo affermarsi anche nel mercato italiano, conquistando retailer e consumatori grazie all'elevata qualità del suo vasto assortimento, a un marchio sempre più conosciuto e a un servizio all'avanguardia. Tra le novità, spicca la Mozzarella Ciliegine da 125 g. in vaschetta.

CALDIROLA (pagg. 4-5). La casa vinicola di Missaglia ha chiuso il 2012 all'insegna del segno positivo su tutti i fronti, confermandosi leader in grande distribuzione nel segmento vetro. La grande sfida di quest'anno è l'ingresso nel canale horeca, grazie a una partnership con Bere Italia, giovane e dinamica realtà distributiva specializzata nel fuori casa.

FILA (pagg. 52-53). Anche quest'anno la scuola mette il turbo grazie ai nuovi prodotti FILA. Novità di prodotto, confezioni ad hoc e interessanti promozioni pensate appositamente per il Back to School e per anda-

re incontro sia alle esigenze dei bambini (e delle loro mamme), sia a quelle dei retailer.

LE INTERVISTE

CONAD ADRIATICO (pag. 74). Con quali strategie e quali strumenti affrontare una situazione economica che si prospetta ancora molto difficile anche per il retail? Ne parliamo con Antonio Di Ferdinando, amministratore delegato di Conad Adriatico, che ci racconta le strategie dell'impresa distributiva per il 2013.

I CASI AZIENDALI

MEGAMARK (pag. 72). Per semplificare la gestione dei buoni pasto cartacei, il retailer leader nell'Italia meridionale ha adottato VeriFone Meal Voucher Solutions in tutti i 120 punti di vendita delle catene Dok e Famila, in Puglia, Campania e Abruzzo.

FOCUS

GERMINAL ITALIA (pag. 85). Nato dall'unione di due aziende storiche del biologico italiano, il Gruppo Mangiarsano Germinal opera in Italia e

alle tradizioni territoriali tipiche nostrane
Produzione in breve pag. **61**

DISTRIBUZIONE

MATERIALI E SOLUZIONI POP
Catturare l'attenzione del cliente pag. **63**

Fornitori e produttori di materiali e soluzioni promozionali escono dal lineare e propongono strutture espositive di grande impatto,

PULIZIA CASA
La marca privata fra le mura domestiche pag. **67**

Nel comparto della pulizia della casa la private label sta guadagnando sempre più terreno, e non solo grazie a un prezzo conveniente.

Distribuzione in breve pag. **73**

RISTORAZIONE

HORECA
Per qualche portata in meno pag. **77**

La crisi si sta facendo sentire anche nell'horeca, ma il comparto riesce a rimanere vivo andando incontro alle rinnovate esigenze dei consumatori.

AGRITURISMO
Pranzare in casa fra i campi pag. **79**

Meta sempre più amata dagli italiani, l'agriturismo ha saputo rinnovarsi negli anni, migliorando la sua offerta senza venire meno alla propria natura.

Ristorazione in breve pag. **81**

CONSUMATORI

PRIMA COLAZIONE
Il buon giorno si vede dal mattino pag. **83**

La colazione rappresenta il primo fondamentale rifornimento di energia della giornata, anche se ancora troppa gente tende a sottovalutarlo.

ARBITRATI
Finanziarie con il cartellino rosso .. pag. **87**

Da qualche anno è iniziata l'attività dell'Arbitro bancario finanziario, che ha il compito di garantire la trasparenza e correttezza nei

CAUSE COLLETTIVE
Class action all'italiana pag. **88**

Anche in Italia i consumatori possono unirsi e intentare una causa contro un'azienda che abbia operato in modo scorretto, ma siamo lontani

RFID E MOBILE
Nella mente dei clienti pag. **90**

L'utilizzo delle nuove tecnologie può avvicinare sempre di più le aziende ai propri consumatori, scoprendone gusti, propensioni, desideri.

Consumatori in breve pag. **91**

COMUNICAZIONE
INSEGNE LUMINOSE
Moderni vessilli sulla strada pag. **93**

Ricoprono un ruolo molto importante nell'offrire una prima, fondamentale impressione al consumatore: per questo dietro le insegne dei.

MUSICA NEL PDV
Non serve una rockstar pag. **96**

È interessante registrare i risultati di un esperimento che dimostra come, al momento dell'acquisto in negozio, i consumatori

Comunicazione in breve pag. **97**

IMBALLAGGIO
CARTONE
Resistenza e robustezza contro gli urti pag. **101**

Nei meccanismi della logistica di oggi il cartone ondulato, materiale robusto, duttile ed ecosostenibile, ricopre un ruolo fondamentale.

Imballaggio in breve pag. **104**

LOGISTICA
SICUREZZA
Magazzini a prova di incidente pag. **106**

Il magazzino è un luogo di lavoro e come tale deve rispettare tutte le disposizioni per la sicurezza degli operatori.

Logistica in breve pag. **109**

RISORSE UMANE
PMI
Come fare impresa in Italia pag. **110**

Le piccole e medie imprese nazionali rappresentano un modello solido e vincente anche in un contesto sempre più globalizzato come quello attuale.

RISTORAZIONE
Dentro e fuori dalla cucina pag. **111**

È un ruolo molto importante quello del direttore dei servizi di ristorazione, che deve collaborare con professionisti sia della cucina, sia

SMARTPHONE
Un po' telefono e un po' computer pag. **112**

È diventato ormai impossibile fare a meno dello smartphone per chi lavora, proprio come se fosse un prolungamento del computer

Risorse umane in breve pag. **113**

FINANZA
FALLIMENTI
Quanti libri in Tribunale pag. **114**

Non sono molto rassicuranti i numeri riguardanti i fallimenti di aziende italiane nel 2012, e anche l'anno in corso non promette molto meglio.

RETAIL ABBIGLIAMENTO
Cosa cambia attorno al guardaroba pag. **116**

Una grande variabilità sta caratterizzando le dinamiche di mercato del comparto dell'abbigliamento, che oltretutto è sempre stato

PMI
All'estero con la giusta protezione pag. **118**

Anche per le Pmi è sempre più importante puntare molto sull'export, ma contro i rischi del mercato globale è meglio assicurarsi.

Finanza in breve pag. **119**

AMBIENTE
RACCOLTA DIFFERENZIATA
Un posto per ogni rifiuto pag. **121**

La raccolta differenziata svolge un ruolo sempre più importante per gestire al meglio le risorse di cui disponiamo, anche se in Italia esistono.

ENERGIA
SMART GRID
Per un'energia più flessibile pag. **124**

Con la crescita della domanda e il complicarsi delle reti i fornitori devono puntare su tecnologia e trasparenza

Energia in breve pag. **125**

Percorsi di lettura pag. **126**

Le copertine di Largo Consumo pag. **127**

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

nel mondo, poggiando sui plus che ne hanno fatto un punto di riferimento. "Nutri la tua salute" riassume la filosofia del Gruppo, che si articola nella formulazione di prodotti rispettosi dell'uomo e in una politica di sviluppo attenta ai fattori ambientali.

RELEVI (pag. 69). Relevi è una delle più interessanti realtà produttive italiane nel settore household care. Oggi l'azienda opera su una superficie di 178.000 mq, di cui 36.000 coperti, che comprendono unità produttive, magazzini di stoccaggio, laboratorio chimico ed uffici.

ZOBELE (pag. 71). Per Zobebe Retail Solutions, la neonata business unit di Zobebe Holding dedicata al mondo delle private label, il 2013 sarà l'anno dei lanci di prodotto. Con l'aggressivo "Progetto 13x13" (13 lanci nel corso del 2013), infatti, il Gruppo intende ribadire il suo ruolo di leader nell'air care.

SPOT

BIKOSMES (pag. 56). Biokosmes è un'azienda lombarda che rappresenta una delle realtà più importanti nel panorama nazionale e internazionale per la realizzazione per conto terzi di prodotti pensati per la cura di tutte le tipologie di pelle e di tutte le parti del corpo.

PUBBLICITÀ TABELLARE

ALLPACK (pag. 105 Diretto); ARIX (pag. 66 Diretto); ARNEG (pag. 4ª di cop. Diretto); BRAZZALE (pag. 30 Daamstudio); CIP4 (pag. 54 Diretto); CONAD (pag. 3ª di cop. Aldo Biase Comunicazione); DOLFIN (pag. 43 Etc); ECOBAGS (pag. 120 Diretto); EIDOS (pag. 8 Graphicamente); EMMEBI NEON ENGINEERING (pag. 94 Mete di Arioli); FIERA MILANO (pag. 28 Diretto); GERMINAL (pag. 84 Diretto); HEINEKEN (pag. 2ª di cop. MC&A Mediavest); INSIGNA INDUSTRY (pag. 92 Diretto); INTER IKEA (pag. 22 Canali & Co); MADEL (pag. 68 Etc); MED FOOD (pag. 75 ELC); MOTTA (pag. 39 Diretto); PAN&CO (pag. 32 Reichl und Partner); POPAI ITALIA (pag. 62 Diretto); PRODAL (pag. 34 Etc); PRODOTTI ORCO (pag. 46 Diretto); PUBLIPOST (pag. 98 Etc); RADEBERGER GRUPPE ITALIA (pag. 76 Gbm Italia); DR. SCHAR (pag. 82 Etc); TIBERPACK (pag. 100 Diretto); URAGME (pag. 58 Studio Più); VIROSAC (pag. 123 Diretto).