

## 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/052013/Citati05-13.pdf](http://www.largoconsumo.info/052013/Citati05-13.pdf)

### RUBRICHE

**Top & Trends** ..... pag. 70  
**Etica e Imprese** ..... pag. 99  
**Profili e Carriere** ..... pag. 118

### DIARIO

**ACCADIMENTI AZIENDALI** ..... pag. 12

### PUNTI DI VISTA

**VINO E GDO:**  
**Stare bene sullo scaffale** ..... pag. 17  
Canale sempre più privilegiato per le vendite di vino in Italia, la gdo è alla continua ricerca di varietà enologiche con cui attrarre il consumatore .....

### CLIMA DI FIDUCIA

**CONSUMATORI**  
**Disoccupazione uguale apprensione** ..... pag. 18  
Sono soprattutto le preoccupazioni per le prospettive di occupazione a caratterizzare il clima su cui s'innestano le ultime rilevazioni .....

### TENDENZE & SCENARI

**SOCIETÀ E CONSUMI**  
**Come alimentarsi in futuro** ..... pag. 20  
A fronte di sprechi enormi di cibo (finisce in pattumiera 1/3 circa del totale, 1,3 miliardi di tonnellate), il futuro corre il rischio di vedere .....

### SOSTENIBILITÀ E RESPONSABILITÀ

**ETICA E IMPRESE**  
**Heineken tra presente e futuro** ..... pag. 22  
Heineken è in Italia da circa 35 anni; i birrifici in cui l'azienda produce sono quattro e Heineken è ormai il più grande produttore di birra del .....

### IMPRESE E AMBIENTE

**H&M si riprende i vestiti usati** ..... pag. 23  
H&M ha lanciato nel mese di febbraio una campagna per la raccolta di abiti usati. Si tratta di un progetto attivato su scala mondiale. ....

### POLITICHE E STRATEGIE

**GDO**  
**Il centrocampo di Magazzini Gabrielli** ..... pag. 24  
Tra le novità presentate nell'ultima convention del gruppo Gabrielli il debutto della nuova formula Oasi Family, pensata per un'offerta every day ...

**E-COMMERCE**  
**Gli obiettivi di Zalando** ..... pag. 25  
Zalando, ossia comprando e vendendo attraverso un Pc? Non solo, perché il big tedesco del pronto moda di marca ha ormai saltato il .....

### QUADRO COMPETITIVO

**INDUSTRIA DELLA COSMESI E CURA PERSONA**  
**Stato di salute del settore** ..... pag. 27  
Il mercato cosmetico resta nelle abitudini quotidiane dei consumatori senza risentire più di tanto delle tensioni congiunturali di crisi. ....

### I NUMERI DEL MERCATO

**ELETTRONICA DI CONSUMO**  
**Male nel 2012, stabile nel 2013** ..... pag. 30  
Un 2012 caratterizzato da una profonda contrazione delle vendite, ma con timidi segnali di ripresa, in particolar modo nella parte finale .....

### INFORAMA

**BIBLIOTECA** ..... pag. 132  
**SOLUZIONI TECNOLOGICHE** ..... pag. 134

### PRODUZIONE

**ACQUA MINERALE**  
**Sorgenti sempre più green** ..... pag. 33  
Siamo il Paese europeo che più ama e consuma acqua minerale, quindi è giusto che le aziende produttrici si prendano le loro responsabilità .....

### IV E V GAMMA

**Le verdure per una nuova società** .. pag. 37  
Il successo dei prodotti ortofrutticoli di IV e V gamma racconta i cambiamenti di un'intera società, delle sue abitudini, delle sue esigenze. ....

### EDITORIA

**Minori tirature migliorano la gestione** ..... pag. 42  
In questo momento di grande cambiamento per l'editoria anche il settore della tipografia, con le varie novità provenienti dalle tecnologie digitali,

### CURA AUTO

**Pressoché costanti le attenzioni alla vettura** ..... pag. 46  
La contrazione dei consumi ha avuto effetti negativi sul mercato dei prodotti per la cura dell'auto, ma gli italiani non rinunciano alla pulizia e .....

### DISTRIBUZIONE

**PRIVATE LABEL**  
**Convenienza e qualità fattori attrattivi** ..... pag. 53  
La marca commerciale si conferma autentica risorsa e salvezza della grande distribuzione in un anno davvero sofferto .....

### SICUREZZA

**Poco tranquilli nel proprio negozio** ..... pag. 59  
Il "problema" della sicurezza è molto sentito dagli italiani, e nello specifico dai negozianti che, soprattutto in alcuni settori, devono .....

### GIOIELLI E BIJOUX

**Lusso accessibile al centro commerciale** ..... pag. 62  
La gioielleria è uno dei settori immancabili nell'offerta delle moderne gallerie commerciali, animate da consumatori sempre più interessati .....

### RISTORAZIONE

**FOOD COURT**  
**Pranzo o cena tra un acquisto e l'altro** ..... pag. 72  
Nel contesto dei centri commerciali l'offerta ristorativa ricopre ormai un'importanza straordinaria .....

## COMUNICAZIONI D'IMPRESA

### PROFILI

**ENI** (pagg. 44-45). Presente in 90 paesi con circa 78.000 dipendenti, in Italia eni è il primo operatore nella raffinazione e distribuzione di prodotti petroliferi. Nel mercato retail, Eni punta a mantenere la leadership in Italia, dove conta circa 4.700 stazioni di servizio e ad aumentare le vendite in aree selezionate del resto d'Europa.

**FHP** (pagg. 14-15). Protagonista assoluto nella categoria dei prodotti in microfibra per la pulizia della casa, Vileda presenta una gamma ancora più segmentata ed efficace, ampliando sensibilmente l'offerta e coprendo al meglio le destinazioni d'uso per rispondere ai bisogni ancora insoddisfatti del consumatore.

**GAZELEY ITALIA** (pagg. 106-107). Fondata nel 1987 in Inghilterra e attiva in Italia dal 2005, Gazeley è protagonista in Europa e Cina nello sviluppo immobiliare in campo logistico. Gazeley ha sviluppato oltre 7 milioni di mq di immobili logistici per conto di oltre un centinaio di clienti fra retailer, industrie, aziende di logistica.

### I CONVEGNI

**BOLOGNA FIERE** (pagg. 92-93). Si è svolta dal 25 al 27 marzo scorso, registrando numeri in crescita rispetto allo scorso anno, la sesta edizione di Bologna Licensing Trade Fair, in occasione della quale si è tenuto un seminario organizzato da Largo Consumo sul tema: "Quale rapporto tra licensing e moderna distribuzione?".

### LE INTERVISTE

**TYCO FIRE & SECURITY** (pag. 68). Cresce la richiesta, da parte del retail, di sistemi e soluzioni che ottimizzano la sicurezza delle superfici e, nel contempo,

aiutino a migliorare la shopping experience e a ricavare dal comportamento dei consumatori utili elementi di marketing. Ne parliamo con Andrea Natale, marketing manager di Tyco Integrated Fire & Security.

### FOCUS

**AMARO LUCANO** (pag. 87). L'azienda lucana promuove da sempre un consumo responsabile. Alcuni anni fa ha abbassato la gradazione alcolica del suo prodotto di punta - da 30 a 28% vol. - mantenendone assolutamente inalterata la ricetta. E così oggi l'Amaro Lucano si posiziona tra quelli con il più basso contenuto alcolico.

**CONAD SICILIA** (pag. 67). Il Teatro Garibaldi di Modica ha ospitato lo scorso 18 aprile la grande festa per i primi 40 anni di attività di Conad Sicilia. Per celebrare degnamente un anniversario così importante, il retailer ha organizzato una tavola rotonda intitolata: "Conad Sicilia 1973-2013: al Sud si può".

**EFFEFPE PETFOOD** (pag. 55). Il mercato del petfood sta premiando aziende come Effepe Pet Food, che in vent'anni di attività ha saputo imporsi per la sua specializzazione nella fornitura di un'ampia range di alimenti per cani e gatti esclusivamente in ambito private label e co-manufacturing.

**GECA** (pag. 43). Geca spa è una litografia industriale sin dal 1979 e conta nella propria clientela oltre cento editori in tutta Italia, che hanno scelto di affidare la stampa dei loro libri proprio all'azienda lombarda. L'azienda è particolarmente specializzata nella stampa di libri e cataloghi.

**GRANDI SALUMIFICI ITALIANI** (pag. 56). Oggi l'azienda si configura tra i principali produttori di private label (anche all'estero, vedi insegne quali Lidl e Rewe), forte della sua presenza in tutti i canali della distribuzione e del poter vantare la gamma di prodotti più ampia del mercato.

**LETE** (pag. 34). Il Gruppo Lete ha registrato un +6,6% di fatturato nel 2012,

ria, ma i trend sono differenti a seconda .....

**GELATERIE**

**Opportunità di sviluppo nella diversificazione** ..... pag. **75**  
Stanno cambiando molto le gelaterie negli ultimi anni, seguendo anche quelli che sono i desideri dei consumatori, che stanno modificando le .....

**CELIACHIA**

**A cena fuori, lontani dal glutine** .. pag. **76**  
Un progetto dell'Aic sta portando alla costruzione di un network di ristoranti in cui anche i celiaci potranno mangiare senza correre .....

**Ristorazione in breve** ..... pag. **77**

**CONSUMATORI**

**I FORUM DI LARGO CONSUMO: DIGITAL MARKETING**

**A prova di cliente multicanale**..... pag. **79**  
L'interazione digitale con il consumatore è ormai un'esigenza acquisita. La sfida è lo sviluppo di metriche e kpi adatte al nuovo contesto. ....

**FARMACI EQUIVALENTI**

**Un settore in crescita tra dubbi e riserve** ..... pag. **84**  
L'avvento dei farmaci generici ha portato molti cambiamenti, ma non tutti sono convinti che si tratti di cambiamenti positivi. ....

**GIOVANI E ALCOL**

**Il bere responsabile nasce solo in famiglia** ..... pag. **85**  
Nonostante in altri Paesi europei la situazione sia peggiore, anche in Italia i ragazzi iniziano a bere alcol molto precocemente, e spesso si .....

**MARKETING SCORRETTO**

**Multe più alte se si inganna la gente** ..... pag. **88**  
Una nuova legge rende più aspre le sanzioni con cui vengono punite le imprese che utilizzano pratiche commerciali scorrette. ....

**Consumatori in breve** ..... pag. **89**

**COMUNICAZIONE**

**PUBBLICITÀ**

**Comunicazione a due velocità** ..... pag. **90**  
Esistono reali differenze territoriali fra Nord e

Sud-Italia nel settore della pubblicità e, in questo caso, ciò cosa comporta? .....

**LICENSING**

**Alla ricerca del marchio vincente** ..... pag. **94**  
La crescita del licensing in Italia offre sempre maggiori opportunità, nel non food ma anche nell'alimentare, a patto di affidarsi al character...

**Comunicazione in breve** ..... pag. **97**

**IMBALLAGGIO**

**GREEN PACK**

**Un imballaggio dal cuore verde** ..... pag. **101**  
L'ecosostenibilità del packaging si sta sempre più affermando come decisiva leva di marketing per le aziende virtuose impegnate nella tutela .....

**Imballaggio in breve** ..... pag. **105**

**LOGISTICA**

**OUTSOURCING**

**Contract logistics in crescita** ..... pag. **109**  
Nel settore logistico il contoterzismo sta crescendo in modo considerevole e i margini di sviluppo sono ancora indubbiamente notevoli. ....

**Logistica in breve** ..... pag. **113**

**RISORSE UMANE**

**FRANCHISING**

**Formula attraente per potenziali imprenditori** ..... pag. **114**  
Quella dell'affiliazione commerciale è una soluzione interessante per diversi target, fra cui donne e giovani, attratti da questa opportunità .....

**Risorse umane in breve** ..... pag. **116**

**FINANZA**

**INDUSTRIA**

**Industria italiana specchio della crisi** ..... pag. **120**  
Le difficoltà che da qualche anno stanno incon-

trando le famiglie italiane continuano a condizionare in modo significativo il mondo dei beni .....

**BANCONOTE**

**L'euro cambia volto** ..... pag. **123**  
A breve inizieranno a circolare le nuove banconote da cinque euro, che verranno seguite poi da tutti gli altri tagli, con lo scopo di .....

**MEDIAZIONE USURARIA**

**Regole e controlli per gli intermediari** ..... pag. **124**  
A partire da fine 2012 sono cambiate molte cose nel mondo della mediazione creditizia, per cercare di porre fine ai compensi usurari. ....

**Finanza in breve** ..... pag. **125**

**AMBIENTE**

**CAR WASH**

**Meno auto e meno lavaggi** ..... pag. **126**  
Le difficoltà che stiamo incontrando in questo momento hanno portato a una drastica riduzione degli acquisti di auto, e gli impianti di .....

**Ambiente in breve** ..... pag. **127**

**ENERGIA**

**CONSUMI ELDOM**

**Prestare attenzione alla classe energetica** ..... pag. **128**  
L'etichetta che troviamo sugli elettrodomestici al momento dell'acquisto è uno strumento fondamentale per fare la scelta più saggia, .....

**FOTOVOLTAICO**

**Verso una raccolta corretta dei pannelli esauriti** ..... pag. **130**  
Una proroga last minute ha dato ulteriori 3 mesi di tempo ai consorzi di riciclo dei moduli fotovoltaici per assolvere al recupero di fine vita .....

**Energia in breve** ..... pag. **131**

Percorsi di lettura ..... pag. **142**

Le copertine di Largo Consumo ..... pag. **143**

Notizie per i lettori e gli inserzionisti... pag. **144**

con una produzione totale di oltre 500.000.000 di bottiglie. L'andamento positivo è confermato anche nel primo trimestre 2013 con una crescita delle vendite in valore dell' 11,2% rispetto a un trend del mercato del -2,1% dell'omologo periodo del 2012.

**SPOT**

**BAYERNLAND** (pag. 51). Bayernland porta sulle tavole degli italiani la bontà naturale della propria produzione con la nuova Mozzarella Ciliegine da 125 g e offre ancora una volta qualità e gusto ai propri estimatori.

**CIELO E TERRA** (pag. 69). Si chiama Freschello ed è prodotto da Cielo e Terra - Gruppo Cantine Colli Berici, il vino in bottiglia preferito dagli italiani a cui si aggiunge il primato di cantina veneta i cui vini sono i più venduti nel largo consumo nel formato 0,75 litri.

**G.I.D.D** (pag. 112). G.I.D.D. - Gruppo Italia Distribuzione Depositi nasce nel 1980 ad Agrate Brianza (Mi) dall'evoluzione di Gautier Corriere Espresso, azienda di trasporti fondata nel 1934 da Ubaldo Gautier e attualmente guidata da Walter e Umberto Gautier.

**IASA** (pag. 49). Iasa presenta due nuovi prodotti - il "Tonno Grigliato" e il "Tunaburger" - realizzati con innovativi sistemi di produzione non ancora sperimentati nel settore delle conserve ittiche.

**PARMA ANTONIO & FIGLI** (pag. 60). La Parma Antonio & Figli, fondata nel 1870 dal cavaliere del lavoro Antonio Parma, è l'azienda leader nel settore della sicurezza per attività produttiva, dimensioni della rete di vendita e assistenza, qualità dei prodotti.

**PRIMA** (pag. 57). Prima srl affianca quelle aziende che per struttura, dimensione, necessità di lancio di nuovi prodotti o riorganizzazione hanno bisogno di supporto commerciale e marketing a costi certi. Prima è in grado di costruire con il cliente la strategia migliore, con progetti studiati ad hoc.

**GLI SPECIALI TEMATICI**

**PACKAGING MEETING** (pag. 137-141). Presentiamo le 17 soluzioni di packaging finaliste alla 56^ edizione della kermesse organizzata e promossa dall'Istituto Italiano Imballaggio dedicata quest'anno al tema dell'eco-compatibilità.

**TRYP NETWORK** (pag. 5-11). Presentiamo la terza edizione italiana della manifestazione che premia il sapore dei prodotti nel settore food & beverage: quest'anno ne sono stati testati oltre 60.

**PUBBLICITÀ TABELLARE**

**AGRAS DELIC** (pag. 54 Diretto); **CALZIFICIO PM** (pag. 50 Diretto); **CLESP** (pag. 64 Diretto); **CONAD** (pag. 3a di cop. Aldo Biase Comunicazione); **DOPLA** (pag. 52 Diretto); **EGAF EDIZIONI** (pag. 16 Diretto); **EIDOS** (pag. 26 Graphicamente); **FIERA MILANO** (pag. 4 Diretto); **GAZELEY ITALIA** (pag. 4<sup>a</sup> di cop Diretto); **GOGLIO** (pag. 100 Diretto); **GULLIN ITALIA** (pag. 39 Diretto); **HEINEKEN** (pag. 2<sup>a</sup> di cop. MC&A Mediavest); **LETE** (pag. 32 Armando Testa); **LPR ITALIA** (pag. 110 TTA); **NUMBER1 LOGISTICS GROUP** (pag. 108 Diretto); **OP VALLE PADANA** (pag. 38 Trattostampa); **PUBLIPOST** (pag. 98 Diretto); **ROTOPRINT SOVRASTAMPA** (pag. 102 Diretto); **SAN LIDANO** (pag. 40 Diretto); **SEALED AIR** (pag. 136 Diretto); **THE NIELSEN COMPANY** (pag. 78 Diretto).