

## sommario

### CONTENUTI EDITORIALI

#### RUBRICHE

**Etica e imprese** ..... pag. **82**  
**Profili e carriere** ..... pag. **104**

#### DIARIO

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

#### PUNTI DI VISTA

**RISCALDAMENTO GLOBALE**  
**Il presidente Nestlé, il clima, Dio**..... pag. **11**  
«Il cambiamento climatico fa parte intrinsecamente dello sviluppo del mondo. Poiché da quando esiste il mondo abbiamo avuto cambiamenti .....

#### CLIMA DI FIDUCIA

**IMPRESE**  
**Cresce la domanda creditizia** ..... pag. **12**  
Le imprese italiane riprendono a chiedere credito. I primi segnali si sono visti già dall'estate scorsa, ma oggi gli osservatori istituzionali .....

#### POLITICHE E STRATEGIE

**VENDITE A DISTANZA**  
**QVC, il nuovo shopping tv-web**... pag. **13**  
Incrementare l'assortimento di specialità alimentari, andando oltre l'enoteca oggi presente, inserire maggiori spazi per l'intrattenimento, diventare .....

#### MONDO E IMPRESE

**COMMERCIO DI TRANSITO**  
**Per L'Oréal il cliente è mobile**..... pag. **14**  
Dopo l'America, è ora la volta della scoperta del sesto continente. A guidare la spedizione è L'Oréal, che ha così ribattezzato il business del .....

**RISTRUTTURAZIONI**  
**Corrono ai ripari Coca-Cola e P&G**..... pag. **15**  
La crisi morde anche colossi del calibro di Coca-Cola e Procter & Gamble, che nel 2013 hanno realizzato numeri in calo e, per correre ai .....

#### TENDENZE E SCENARI

**CONSUMI VINICOLI**  
**Uno sguardo a tutto il 2017** ..... pag. **16**  
Il prodotto vinicolo rappresenta, praticamente da

sempre, una delle massime espressioni della cultura alimentare e gastronomica di un Paese. ....

**APRIRE NEGOZI ALL'ESTERO**  
**Non più una scelta ma una necessità** ..... pag. **18**  
Internazionalizzazione, internazionalizzazione, internazionalizzazione. Questo sembra essere il nuovo mantra per il settore produttivo italiano. ....

#### AGROALIMENTARE ITALIANO NEL MONDO

**SUD AFRICA**  
**Una porta sul "Continente nero"** .. pag. **20**  
La crisi sul mercato interno morde, e morderà ancora. Le antenne delle aziende sono sempre più attente all'export e ai Paesi con le migliori .....

**ROMANIA**  
**La terra promessa delle Pmi** ..... pag. **21**  
L'export agroalimentare italiano in Romania si è mosso in modo brillante negli ultimi anni. Basta dire che, nel 2005-2013, esso è più che triplicato ...

#### RISULTATI D'ESERCIZIO

**BEVERAGE**  
**I ricavi e i margini di San Benedetto** ..... pag. **22**  
Nel 2012 crescono le vendite, ma San Benedetto spa non riesce a mantenere la redditività del precedente esercizio. La società con sede a .....

**PROFUMERIA E CURA PERSONA**  
**Pagliari cresce, in controtendenza** ..... pag. **23**  
Un 2012 in chiaroscuro per Pagliari. Il gruppo, con sede ad Alessandria, opera nella produzione e commercializzazione di prodotti di .....

#### DISCIPLINA DEL COMMERCIO

**DISTRIBUTORI AUTOMATICI**  
**Vending sotto la lente**..... pag. **24**  
Le apparentemente innocue macchinette fornitrici di bevande e snack all'aperto e nei luoghi aperti al pubblico sono finite sotto la lente .....

#### I NUMERI DEL MERCATO

**LOGISTICA**  
**Il valore del contoterzismo** ..... pag. **26**  
In Italia il comparto della logistica conto terzi cresce da diversi anni a ritmi più elevati del Pil nazionale. A dirlo è l'ultima ricerca prodotta .....

#### INFORAMA

**BIBLIOTECA**..... pag. **120**

#### PRODUZIONE

**GLUTEN FREE**  
**Celiaci, target in crescita** ..... pag. **29**  
L'universo degli alimenti senza glutine è in espansione, rispondendo così alle esigenze dei molti celiaci che non vogliono rinunciare a una buona ...

**OLI DI OLIVA**  
**Tornare a creare valore**..... pag. **33**  
La sofferenza del settore oli, frutto della crisi e dell'adozione di politiche non sempre oculate, lascia tuttavia intravedere una possibilità di .....

**FUNGHI SECCHI**  
**La materia prima è soprattutto estera** ..... pag. **36**  
Il mercato dei funghi secchi sta cambiando, seguendo la strada tracciata dallo stesso consumatore, che chiede soprattutto comodità di preparazione. ....

**PET FOOD**  
**Qualità nella ciotola** ..... pag. **38**  
Crescono sempre più le attenzioni che i padroni riservano ai loro animali, così come sempre più curati sono i menu che decidono di proporgli.....

**MOBILI PER ESTERNI**  
**Un settore di aziende di piccole dimensioni**..... pag. **43**  
Il mercato dell'arredamento da esterni vive un trend positivo da diversi anni in Italia, che incoraggia sperimentazioni e innovazione.....

**INSETTICIDI**  
**La fanno da padrone le multinazionali**..... pag. **46**  
Il mercato degli insetticidi domestici è in evoluzione, seguendo quelle che sono le esigenze del consumatore, che si cerca di soddisfare con continue ...

**APPROFONDIMENTO: PROPRIETÀ INTELLETTUALE**  
**Marchi e design strumenti di marketing** ..... pag. **48**  
È sempre più un tema cruciale quello della proprietà intellettuale e della sua tutela, ricco di sfaccettature e distinguo .....

**GLI SCENARI DI LARGO CONSUMO: CLOUD**  
**L'innovazione è nell'aria**..... pag. **50**  
Il mercato italiano della nuvola deve ancora esplodere, ma la sua potenzialità è davvero elevata. E i benefici per le aziende sono innumerevoli .....

**Produzione in breve**..... pag. **53**

### COMUNICAZIONI D'IMPRESA

#### I PROFILI

**GAZELEY** (pagg. 8-9). La nuova struttura realizzata da Gazeley per l'Oréal occupa una superficie di circa 35.000 mq, aderisce al protocollo LEED che si applica in tutto il mondo agli immobili "green" e ecosostenibili e comprende uno dei più grandi immobili in Italia per lo stoccaggio di articoli aerosol. Nell'area in cui sorge il polo L'Oréal, Gazeley conta di realizzare il suo terzo Magna Park.

**SALONI FRANCESI** (pagg. 4-5). Presentiamo i sei prodotti che concorrono per l'Italia all'assegnazione del World Tour Award 2014, indetto quest'anno dal Salon International de l'Alimentation di Parigi (19-23 ottobre 2014) in occasione del suo 50° anniversario. I prodotti rappresentano i trend di consumo identificati dalla nostra rivista in qualità di rappresentante dell'Italia nella Giuria dell'Award.

#### I CONVEGNI

**PIEMMETI** (pagg. 122-123). Pubblichiamo il resoconto di un workshop sul ruolo della Gdo per lo sviluppo del pellet, tenutosi lo scorso 20 febbraio nell'ambito della nona edizione di Progetto Fuoco, la Mostra internazionale degli impianti e attrezzature per la produzione di calore ed energia dalla combustione di legna promossa da Piemmeti.

#### LE INTERVISTE

**COREPLA** (pag. 86). Il 2013 si è rivelato un anno molto positivo per la raccolta differenziata della plastica, mentre la copertura della popolazione servita raggiunge ormai il 96%, ovvero oltre 57 milioni di cittadini in 7.325 comuni. Ne parliamo con Giorgio Quagliuolo, imprenditore nel settore dell'imbottigliamento in plastica e presidente di Corepla.

**NETCOMM** (pag. 67). Seppur in ritardo rispetto a molte nazioni europee, tra il 2013 e il 2014 si può collocare la vera partenza del commercio elettronico italiano, che si trova ora a rincorrere una domanda più veloce dell'offerta. Roberto Liscia, presidente di Netcomm, illustra le tendenze e gli attuali risvolti di un mercato che si affaccia solo ora all'universo digitale.

**THE WALT DISNEY COMPANY** (pag. 80). Jay Visconti, Vice Presidente DCP, Retail & Licensing di The Walt Disney Company Italia, ci racconta lo stato dell'arte del progetto "Shop in Shop" e la strategia di sviluppo della multinazionale, che punta non solo sulla notorietà di un brand quale Disney e di franchise consolidate, ma anche sull'innovazione.

#### FOCUS

**EFFEFEE PET FOOD** (pag. 42). No Logo Bio è per Effefee Pet Food un grande progetto, che ha già conseguito ottimi riscontri da parte degli ope-

**DISTRIBUZIONE**

**ORTOFRUTTA**  
**Dal mercato al supermercato** ..... pag. **57**  
*La grande distribuzione organizzata è oggi luogo di vendita privilegiato anche per il settore dell'ortofrutta, in cui si assiste a non pochi cambiamenti....*

**VENDITE A DOMICILIO**  
**Crescita anticiclica per la vendita a domicilio**..... pag. **60**  
*La minore frequenza nei punti di vendita, una politica di prezzo competitiva e la possibilità di evitare costosi percorsi in auto mettono il turbo agli .....*

**MOBILE**  
**Marketing sempre più "leggero"** ... pag. **63**  
*Internet e i device personali stanno cambiando la vita di tutti noi. Uno scenario che offre ai brand (industria e retail) infinite opportunità per raggiungere i consumatori. ....*  
**Distribuzione in breve** ..... pag. **65**

**RISTORAZIONE**

**PRODOTTI A KM ZERO**  
**Appalti e norme discriminatorie** ... pag. **68**  
*La Corte Costituzionale si è di recente espressa riguardo alla certificazione dei prodotti a "km zero", tenendo ben presente la tutela della .....*  
**Ristorazione in breve**..... pag. **69**

**CONSUMATORI**

**PARCHI ACQUATICI**  
**Alternativi ai luoghi di vacanza** ... pag. **70**  
*I parchi acquatici sono una tipologia a tema molto amata e molto diffusa in Italia e non solo. Come hanno reagito alla crisi? .....*

**APPROFONDIMENTO: ACQUISTI A DISTANZA**  
**Soddisfatti e rimborsati**..... pag. **73**  
*La stipula di contratti a distanza è una materia molto delicata. Oggi una nuova Direttiva regola molto nel dettaglio tali operazioni .....*

**GLI SCENARI DI LARGO CONSUMO**  
**TECHNICAL CONSUMER GOODS**  
**L'evoluzione del consumo globale** ..... pag. **74**  
*Come tradizione, Deloitte ha realizzato due ricerche molto utili per capire come stanno cambiando dinamiche ed equilibri nel settore dei beni di. ....*  
**Consumatori in breve** ..... pag. **77**

**COMUNICAZIONE**

**UFFICI STAMPA**  
**Come relazionarsi con i media?** ... pag. **78**  
*Ormai è sempre più complesso, ma certo non impossibile, misurare l'efficacia delle campagne promosse dall'ufficio stampa in relazione agli. ....*  
**Comunicazione in breve**..... pag. **81**

**IMBALLAGGIO**

**PACK ALIMENTARI**  
**I vantaggi del metallo** ..... pag. **84**  
*Si sta sempre più diffondendo la convinzione che il packaging in metallo per i prodotti alimentari rappresenti una soluzione ottimale da diversi .....*  
**Imballaggio in breve**..... pag. **87**

**LOGISTICA**

**EXPORT**  
**Il made in Italy fa rotta sul mondo** ... pag. **89**  
*I prodotti italiani tipici del made in Italy, alimentari ma non solo, sono molto ambiti nel mondo, così diventa fondamentale la logistica a loro .....*

**IDENTIFICAZIONE MERCI**  
**Sempre più tecnologia**..... pag. **93**  
*Anche il settore della logistica non può che essere investito dalle nuove sfide che il mobile e le nuove tecnologie stanno portando in ogni settore .....*  
**Logistica in breve**..... pag. **96**

**RISORSE UMANE**

**MULTINAZIONALI**  
**Alla ricerca di figure su misura** ... pag. **98**  
*I professionisti per cui sembra esserci più richiesta da parte delle multinazionali operanti in Italia sono ingegneri, informatici e manager .....*

**RUOLI EMERGENTI**  
**Nuove professionalità alla ribalta** ... pag. **99**  
*Una società di head hunting importante come Michael Page ha stilato l'elenco delle figure professionali oggi di maggiore prospettiva .....*  
**Risorse umane in breve**..... pag. **101**

**FINANZA**

**PMI**  
**Le alternative al prestito bancario**... pag. **106**  
*Essendo sempre più difficile accedere a finanzia-*

*menti bancari, è oggi fondamentale per le piccole e medie imprese nostrane trovare altri canali .....*

**COMUNICAZIONE**  
**Tra imprese e investitori**..... pag. **108**  
*Dall'informativa obbligatoria ai social media, si moltiplicano le modalità per rendere il business dell'impresa sempre più trasparente.....*  
**Finanza in breve**..... pag. **109**

**AMBIENTE**

**RIFIUTI E GDO**  
**L'impronta delle attività commerciali**..... pag. **110**  
*Imballaggi, umido e secco indifferenziato mettono alla prova la capacità della gdo di gestire i rifiuti in modo (economicamente) sostenibile .....*

**APPROFONDIMENTO: APPARECCHIATURE ALIMENTARI**  
**L'hygienic design come vantaggio competitivo** ..... pag. **112**  
*La progettazione e costruzione igienica rappresenta uno dei principali requisiti per garantire prodotti sicuri e idonei.....*

**INTOSSICAZIONI ALIMENTARI**  
**La catena delle responsabilità** ... pag. **113**  
*Non è semplice stabilire dove stanno le colpe, e quindi le responsabilità, nel caso di intossicazione alimentare per un prodotto acquistato nella gdo .....*  
**Ambiente in breve**..... pag. **115**

**ENERGIA**

**PASTIFICI**  
**Quando l'efficienza abbatte la bolletta** ..... pag. **116**  
*Produrre pasta comporta un grande dispendio energetico, per questo i player del settore hanno scelto di intraprendere la via della sostenibilità .....*

**BIONERGIE**  
**Luci e ombre tra vegetali e alghe** ... pag. **118**  
*Il futuro delle bioenergie sembra roseo, ma in realtà non mancano i dubbi e gli interrogativi riguardo alla reale sostenibilità di questo settore .....*  
**Energia in breve**..... pag. **119**

*Le copertine di Largo Consumo*..... pag. **125**  
*Percorsi di lettura*..... pag. **127**  
*Notizie per i lettori e gli inserzionisti*... pag. **128**

ratori specializzati e dei consumatori. Per questo, sarà protagonista dello stand dell'azienda a Interzoo 2014 (Norimberga 29 maggio-1 giugno 2014). **EXPO COMMUNICATION** (pag. 55). Si terrà all'Exhibition and Conference Center di Bruxelles, il 3 e 4 giugno prossimi, la seconda edizione di Free From Food, il salone dedicato all'alimentazione "Free From", un settore che sta vivendo una fase di grande espansione in molti importanti mercati internazionali.

**MCUBE** (pag. 103). M-Cube potenzia la sua offerta grazie alla partnership con Sowre, società specializzata in soluzioni di shopping intelligence, fornendo agli operatori del retail strumenti di marketing altamente evoluti e strategici.

**SPOT**

**FARMO** (pag. 32). Farmo rafforza la sua posizione nel segmento della pasta secca, immettendo sul mercato una nuova linea di pasta di mais e riso trafilata al bronzo. Si tratta di Oro Natura, la nuova arrivata che racchiude in sé tutta l'esperienza dell'azienda.

**TRANSPORTONLINE** (pag. 91). Transportonline è una community di imprese interessate ad acquistare o vendere servizi di spedizione, trasporto, logistica e forniture per la movimentazione delle merci. Un servizio informativo qualificato, per agevolare l'incontro tra clienti e fornitori, migliorare il business e la competitività, risparmiando.

**VITAKRAFT** (pag. 41). Vitakraft, una delle aziende leader negli snack per cani e gatti, vanta un assortimento invidiabile per numero di referenze, innovazione e appetibilità dei prodotti. Quest'estate la gamma di snack dell'azienda sarà protagonista di un grande concorso a premi.

**PUBBLICITÀ TABELLARE**

**CIP4** (pag. 62 Diretto); **CONAD** (pag. 3ª di cop. Aldo Biasi Comunicazione); **DANONE** (pag. 66 Mindshare); **DI MARTINO SPA** (pag. 90 Adivi); **DITECH** (pag. 124 Diretto); **ELPE** (pag. 126 Diretto); **FINIPER** (pag. 76 Elc); **GERMINAL ITALIA** (pag. 28 Diretto); **GRAMM** (pag. 59 Diretto); **GULLIN ITALIA** (pag. 87 Diretto); **HEINEKEN ITALIA** (pag. 4ª di cop. MC&A Mediavest); **INTER IKEA** (pag. 100 Diretto); **KIKI LAB** (pag. 10 Diretto); **LATTERIA SORESINA** (pag. 30 After Design); **LPR LA PALETTE ROUGE** (pag. 97 Diretto); **MD DISCOUNT** (pag. 2ª di cop. Deltastudio); **NOVAMONT** (pag. 114 Ecocomunicazione); **OLEIFICIO ZUCCHI** (pag. 34 Now Available); **RADEBERGER GRUPPE ITALIA** (pag. 54 Gbm Italia); **SIAL** (pag. 88 Diretto); **SPREAFICO FRANCESCO & F.LLI** (pag. 56 Diretto); **TESI** (pag. 94 Diretto); **TOSHIBA** (pag. 102 Carat Enterprise); **VITAKRAFT** (pag. 40 Diretto).