

sommario

CONTENUTI EDITORIALI

RUBRICHE

Top & trend pag. **56**
Profili e carriere pag. **94**

DIARIO

ACCADIMENTI AZIENDALI pag. **6**

PUNTI DI VISTA

CARTE FEDELITÀ
Le raccolte punti secondo UNC pag. **9**
Non dobbiamo più pensare alla vecchia raccolta punti con i talloncini da incollare sulla tabella di cartone, oggi le nuove tessere fedeltà sono

MONDO E IMPRESE

GRANDI MAGAZZINI
El Corte Inglés bussa al mercato pag. **10**
Per i turisti rappresenta una delle tante attrazioni simbolo della Spagna, per gli osservatori più critici e per la stampa internazionale, rappresenta

ELETRONICA ED ELETTRODOMESTICI
25 anni di Euronics in Europa pag. **11**
Un fatturato superiore a 17 miliardi di euro, circa 50.000 impiegati e un bacino di utenza di 600 milioni di consumatori. Questi i numeri di Euronics

PRODUTTIVITÀ E COMPETITIVITÀ

MESSICO
Porta di ingresso del Nafta pag. **12**
Con circa 113 milioni di consumatori, una classe media sempre più importante in termini di potere d'acquisto e tassi di crescita annui del 6%,

INDONESIA
Consumi e investimenti in aumento pag. **13**
Paese del Sud-est asiatico, tagliato dall'Equatore, l'Indonesia è il quarto stato più popoloso al mondo, dopo Cina, India e Stati Uniti, con oltre 240

TENDENZE E SCENARI

POPOLAZIONE MONDIALE
I giovani come grande opportunità pag. **14**
Dal rapporto realizzato dall'Unfpa (Fondo delle Nazioni Unite per la Popolazione) sullo stato demografico mondiale 2014, indagine presentata in Italia ...

TECNOLOGIE DIGITALI
Il marketing al tempo dei Millennials pag. **15**
Dal recente report "ZenithOptimedia's 2015 Emerging Top Ten Trends" elaborato da Zenith Optimedia, società inglese impegnata nel comparto

INNOVAZIONE

FOOD PRINTER 3D
Un risotto stampato e servito pag. **16**
"Che cosa ci stampiamo stasera per cena?". Questa domanda, che oggi appare a dir poco bizzarra, potrebbe entrare ben presto a far parte della

MARKETING OLFATTIVO
Consumatori "presi per il naso" pag. **17**
Dall'albicocca, all'anguria, dal gelsomino, alla lavanda fino alla pizza, al tartufo e al caffè. Da qualche anno sempre più aziende investono

TESTIMONIANZE

RENDICONTAZIONE
Il report integrato di Aspiag pag. **18**
Il report integrato, inteso come quel documento in grado di rendicontare anche aspetti aggiuntivi rispetto ai risultati economici raggiunti

MADE IN ITALY
Autogrill valorizza l'italianità pag. **19**
Da partner per la promozione dei prodotti del food del made in Italy fuori dall'Italia allo sviluppo di punti di vendita con formule legate al modello

MERCATO E CONCORRENZA

AZIENDE MAFIOSE
Dalla confisca al fallimento pag. **20**
Il 90% delle aziende sequestrate alla criminalità organizzata e rimesse nel mercato libero (e legale) fallisce. Il motivo?

CONSUMATORI
Authority a tutela dei diritti pag. **21**
Il recente recepimento da parte del legislatore italiano della direttiva europea "Consumer rights" del 2011 rappresenta un importante passo avanti

VALORI SOCIOECONOMICI

SERVIZI PUBBLICI LOCALI
Le utility, una risorsa per il Paese? pag. **22**
Il sistema dei servizi pubblici locali ha un ruolo importante nell'economia italiana. Infatti, il fatturato sviluppato dalle 100 aziende più grandi

SOSTENIBILITÀ E RESPONSABILITÀ

AGROALIMENTARE
Meno sprechi innanzi tutto pag. **24**
Nella logica di una sempre maggiore promozione della qualità della vita attraverso scelte consapevoli, anche per quanto riguarda i processi produttivi ...

PROGRAMMI DI SVILUPPO
Sodexo a favore delle Pmi in rosa pag. **26**
Un impegno da un milione di dollari per acquistare prodotti e servizi dalle piccole e medie imprese è

stato assunto da Sodexo, società leader
SOSTANZE TOSSICHE
Il "Detox" del fashion pag. **27**
Greenpeace ha ufficializzato la nuova classifica della "Shilata Detox" in cui viene valutato l'impegno delle aziende della moda nell'eliminazione delle

FORMAZIONE E LAVORO

GDO
Lidl l'insegna dove lavorare pag. **28**
È un risultato storico quello di Lidl, prima azienda della grande distribuzione organizzata a vincere il "Great Place to Work". Il premio è stato

START UP ALIMENTARI
Barilla investe sui giovani pag. **29**
Sfamare il pianeta attraverso il sostegno a progetti innovativi riguardanti i temi della nutrizione e della sostenibilità è l'impegno del Barilla Center for

RISULTATI DI ESERCIZIO

PENTOLAME
Allufion tra costi e ricavi pag. **30**
Fondata nel 1970, Allufion chiude il 45esimo anno di vita con un valore della produzione che è arrivato a sfiorare la soglia dei 100 milioni di euro.

PRODOTTI DOLCIARI
Elah Dufour torna a crescere pag. **31**
Il 2013 ha segnato per Elah Dufour il ritorno a una forte redditività. Il gruppo genovese ha chiuso infatti l'esercizio con un utile netto di 4,37 milioni di

POLITICHE E STRATEGIE

RISTORAZIONE
I nuovi concept di gruppo Elios pag. **32**
Il gruppo Elios è leader in Italia nella ristorazione collettiva ed è presente in 13 Paesi del mondo. Tra la ristorazione collettiva e quella commerciale,

TRASFORMAZIONE DELLA FRUTTA
Zuegg sempre più global pag. **33**
Correva l'anno 1860 quando, nel suo podere di Lana d'Adige (BZ), Ernst August Zuech (il cognome della famiglia diventerà Zuegg solo nel 1903)

DISCIPLINA DEL COMMERCIO

VENDITA CIBI SCADUTI
Di chi è la colpa? pag. **34**
Il legale rappresentante od il gestore di una società non può avere mille occhi: è responsabile per le deficienze dell'organizzazione di impresa e per

DANNI ALLE PERSONE
Il Pdv è sempre responsabile pag. **35**
La colpa è sempre del supermercato? Se non sempre, quasi. Infatti sono frequentissime le ipotesi in cui si applica, per episodi che si verificano nei,

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

I PROFILI

MAPA SPONTEX ITALIA (pagg. 4-5). Storica protagonista anche in Italia nel comparto degli accessori per la pulizia della casa e primo produttore mondiale di cellulosa e lattice, Spontex apre ai mercati Baby-care - con il marchio NUK nel segmento piccola puericoltura - e Healthcare, distribuendo in esclusiva il brand Billyboy.

LE INTERVISTE

ELPE (pag. 86). Dal 1° settembre 2014 l'azienda torinese ha "ingaggiato" un nuovo direttore generale, Alberto Scano, che affianca al timone dell'impresa il fondatore e presidente Giuseppe Gibin e l'ad Luisa Boscolo in un progetto complessivo di costante crescita e sviluppo. Elpe continua a investire sulle persone, risorsa imprescindibile per un servizio di qualità.

I CASI AZIENDALI

EQUITY FACTORY (pag. 100). Equity Factor S.A. è un advisor finanziaria,

basato in Svizzera, attivo dal 2008 in grado di sviluppare e realizzare progetti di crescita, acquisizioni e cessioni di aziende, turnaround. Il supporto al M&A è al centro dell'ultradecennale esperienza della società.

FOCUS

ABL (pag. 38). ABL dal 1978 si impone all'attenzione del mercato con soluzioni altamente performanti nell'ambito della pelatura meccanica ed è specializzata nel taglio e nella riduzione di forma della frutta.

HYBRIS SOFTWARE (pag. 71). Hybris software, società del gruppo SAP, fornisce soluzioni di customer engagement omnicanale e di commercio che permettono alle aziende di avere in tempo reale una comprensione contestuale dei loro clienti.

L'OREAL (pag. 89). Il 50 per cento dei giovani italiani tra i 19 ed i 26 anni, che frequentano l'Università nel nostro paese o all'estero, vuole trovare lavoro in Italia, nonostante il periodo difficile. È quanto emerge dall'indagine "Gli studenti italiani e il mercato del lavoro", realizzata per L'Oréal Italia.

INFORAMA

SOLUZIONI TECNOLOGICHE..... pag. 106

PRODUZIONE

IV GAMMA

La forza del fresco già pronto..... pag. 36
L'Italia, ai vertici dei consumi europei, è anche il Paese che concentra i leader delle tecnologie per la frutta e gli ortaggi confezionati.....

PRODOTTI E TERRITORI: MADE IN ITALY

Miseria e nobiltà delle eccellenze italiane..... pag. 43

Il nostro Paese deve certamente puntare forte su prodotti tipici e bellezze naturali, ma non deve trascurare l'accoglienza dei turisti.....

PICCOLI FRUTTI

Jolly "tascabili"..... pag. 46
I frutti più piccoli si stanno rivelando dei prodotti in grado di realizzare ottime performance, anche in controtendenza con altri segmenti del settore.....

APPROFONDIMENTO: SICUREZZA ALIMENTARE

Quanti rischi nel piatto..... pag. 48
Visti i numerosi, inquietanti casi di allerta alimentare che hanno interessato Paesi europei, è chiaro che diventa fondamentale il ruolo degli organi di controllo....

Produzione in breve..... pag. 49

DISTRIBUZIONE

DISCOUNT

Un canale sempre più frequentato pag. 51
Gli italiani si stanno sempre più affezionando ai discount e alle loro offerte, garantendo al settore un trend in controtendenza rispetto alla gd nel suo complesso....

MERCATI ESTERI

Non dare niente per scontato..... pag. 53
L'internazionalizzazione è ormai un'esigenza per molte imprese italiane, a causa della debolezza proclamata del mercato interno.....

PRIVATE LABEL

Nuovi paradigmi comunicativi..... pag. 54
Recessione ed innovazioni tecnologiche hanno modificato il rapporto fra marca e consumatori. La Pl, non di meno, si è dimostrata più reattiva.....

Distribuzione in breve..... pag. 55

RISTORAZIONE

APP

L'ordine sullo smartphone..... pag. 58
Si tratta di un fenomeno nuovo, ma in ascesa, quello delle app attraverso cui ordinare cibo che viene poi recapitato a casa.....

Ristorazione in breve..... pag. 59

CONSUMATORI

FARINE

Il piacere di impastare..... pag. 61
Gli italiani stanno riscoprendo il piacere di preparare nelle proprie cucine pane, pizza, dolci e simili. La farina quindi non può mancare.....

PRIVATE LABEL

Tira ancora l'alternativa al brand..... pag. 67
Se in Italia non brilla come un tempo, la marca privata a livello globale si dimostra un riferimento fondamentale per il consumatore.....

ANALISI: E-COMMERCE

Sempre più shopping sul web..... pag. 70
Ormai anche il settore della moda si è perfettamente "sposato" con il mondo dell'e-commerce, e i consumatori sembrano gradire.....

NEUROMARKETING

Misurare l'attività cognitiva sul pdv pag. 72
Le neuroscienze hanno dimostrato l'esistenza di processi cognitivi che sfuggono al controllo razionale: l'emozione risulta dunque determinante.....

Consumatori in breve..... pag. 73

COMUNICAZIONE

RICERCHE DI MERCATO

L'azienda vuole vederci chiaro..... pag. 74
Sempre più imprese chiedono aiuto alle ricerche di mercato per capire al meglio i loro clienti e migliorare le performance.....

Comunicazione in breve..... pag. 77

IMBALLAGGIO

FOOD PACK TODAY

Le ultime tendenze su shelf life e sostenibilità..... pag. 78
Le evidenze del convegno Aita fanno luce sui più recenti trend innovativi in materia di sicurezza degli imballaggi a contatto con gli alimenti.....

Imballaggio in breve..... pag. 80

LOGISTICA

GLI INCONTRI DI LARGO CONSUMO:

E-COMMERCE

I driver del servizio al cliente..... pag. 82
L'e-commerce impone lo sviluppo di nuovi modelli distributivi improntati alla relazione con il cliente e alla soddisfazione delle sue esigenze.....

Logistica in breve..... pag. 85

RISORSE UMANE

INDAGINE: PRIMA OCCUPAZIONE

Le aspirazioni del dopo laurea..... pag. 88
Nonostante la difficoltà del mercato del lavoro, è sempre l'Italia il posto dove cercare il primo impiego dopo l'università.....

I DOCUMENTI DI LARGO CONSUMO: AGRICOLTURA

Pochi giovani nei campi..... pag. 90
Ancora legato per molti a uno status sociale inferiore, il settore non è considerato un'opportunità. Ma i nuovi agricoltori sono laureati e investono in innovazione....

MANAGER DEL LUSSO

Innovativi con creatività..... pag. 92
Oggi alla testa dei più importanti poli del lusso vengono chiamati manager con un'esperienza nel settore dei beni di largo consumo.....

Risorse umane in breve..... pag. 93

FINANZA

COOPERATIVE DI CONSUMO

Prestito sociale con più rigore..... pag. 96
I recenti fallimenti delle cooperative del Nord Est hanno indotto Legacoop ad aumentare l'attuale livello di controllo e prevenzione del rischio finanziario..

FISCO

Agevolazioni innovative per le Pmi pag. 98
A sostegno del made in Italy il Governo ha istituito un regime di tassazione agevolata indirizzato ad alcune tipologie di Pmi.....

IRAP

Interamente deducibile il costo del lavoro..... pag. 99
Tra le novità più interessanti della cosiddetta legge di Stabilità, c'è il fatto che i costi sostenuti per i dipendenti a tempo indeterminato sono integralmente.....

Finanza in breve..... pag. 101

AMBIENTE

RICICLO

Un'altra vita per gli indumenti usati pag. 102
Anche i capi d'abbigliamento diventano rifiuti, il cui trattamento e smaltimento è a carico della società. Non di meno, anche per essi si apre.....

Ambiente in breve..... pag. 103

ENERGIA

COMPORAMENTI

La conoscenza spinge al risparmio pag. 104
Negli ultimi tempi si è molto complicato il mercato dell'energia, per districarsi al meglio è necessario informarsi in modo scrupoloso.....

Energia in breve..... pag. 105

Le copertine di Largo Consumo..... pag. 108

MOLINO COSMA (pag. 65). Da tre generazioni Molino Cosma opera al servizio dell'industria di seconda trasformazione, dei panifici e pastifici artigianali e della Gdo. Negli anni l'azienda è diventata per i propri clienti sinonimo di continuità ed affidabilità.

SIAD MACCHINE IMPIANTI (pag. 80). Il Gruppo Sem ha scelto il nuovo compressore VITO per il soffiaggio di bottiglie in PET di "SIAD Macchine Impianti", leader nel settore compressori Food & Beverage. VITO da maggio 2014 a oggi sta contribuendo alla lavorazione di 110 milioni di litri d'acqua per 75 milioni di bottiglie all'anno.

SPOT

CONAPI (pag. 49). Mielizia, top brand di Conapi, introduce un'assoluta innovazione nella categoria. Si tratta di tre nuovi miele monoflora della linea "Noi apicoltori" - Acacia, Eucalipto e Sulla - proposti in una rivoluzionaria confezione di carta e PLA che ha il vantaggio di essere 100% compostabile.

INVRSION (pag. 55). ShelfZone è una soluzione di realtà virtuale business to business che simula spazi retail e analizza i comportamenti dei consumatori. Parte di un più ampio progetto di ricerca, ShelfZo-

ne riproduce aree molto grandi e consente di muoversi liberamente nello spazio.

LA LINEA VERDE (pag. 39). Una nuova limited edition firmata Dimmidisi accompagna l'evento dell'anno del nostro Paese: Expo Milano 2015. Si tratta di "I love Milano", una nuova insalata fresca e pronta al consumo. Dimmidisi rende così omaggio alla città che ospita l'importante manifestazione.

PUBBLICITÀ TABELLARE

A. RIEPER (pag. 64 Diretto); **ALMAVERDE BIO** (pag. 42 Casali & Associati); **CIP4** (pag. 66 Diretto); **COOPERLAT** (pag. 2ª di cop. Expansion Group); **GUILLIN ITALIA** (pag. 81 Diretto); **HEINEKEN** (pag. 3ª di cop. Mediavest); **INCALL** (pag. 76 Diretto); **LA LINEA VERDE** (pag. 40-41 Diretto); **LPR ITALIA** (pag. 87 TTA); **MOLINO PEILA** (pag. 62 Diretto); **MOLINO SPADONI** (pag. 60 Diretto); **PARTESA** (pag. 4ª di cop. Diretto); **THE NIELSEN COMPANY** (pag. 8 Diretto); **VITAKRAFT ITALIA** (pag. 50 Elc).