

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

Biblioteca	pag. 117
Studi e ricerche	pag. 119
Documenti di impresa	pag. 121
Soluzioni informatiche	pag. 131
Proposte immobiliari	pag. 133
Opportunità di lavoro	pag. 141
Profili e carriere	pag. 143
Corsi e seminari	pag. 145

DIARIO

Distribuzione	pag. 6
Finanza	pag. 8

TENDENZE E SCENARI

L'alimentare che esporta pag. 13
Internazionalizzazione: Rappresenta un obiettivo strategico per il nostro Paese. Se ne è reso conto il Governo istituendo il Ministero del Commercio internazionale.

La crescita mondiale dei prodotti per la casa pag. 14
Analisi globale: Gli acquisti di prodotti per la pulizia della casa sono cresciuti nel mondo in valore del 6% nel 2007. È il principale risultato di uno studio condotto in 61 Paesi.

FUSIONI E ACQUISIZIONI

Principali operazioni pag. 16
India: Da terra di conquista per gli occidentali ha cominciato a fare shopping delle nostre aziende. Tra le numerose operazioni, recente l'acquisizione del marchio italiano Guru.

PRODUZIONE

SOSTITUTIVI DEL PANE
Un mercato in lievitazione pag. 18
Cracker, pan carré e grissini piacciono sempre di più agli italiani. Alimentano un mercato di quasi 1 miliardo di euro di cui la gdo è il canale più importante.

SURGELATI
Senza differenze con la pizzeria ... pag. 22
Mentre continua il successo delle pizze, altri snack entrano fra le novità. I consumi crescono con oltre 300 milioni di euro di fatturato dalle vendite alla gdo.

SPUMANTI
Frizzanti per metodo pag. 27
Hanno saputo innovare nel rispetto di qualità e tradizione. E, sulla scia dei consumi di vino in ripresa, hanno ricominciato a crescere con 147 milioni di bottiglie nel 2007.

COSMETICI
Sicuri per la pelle pag. 31
Testati, ma senza sperimentazioni sugli animali, in più con un'etichetta esauriente e conforme alle dichiarazioni. Lo prevede una normativa oggi tra le più dettagliate.

CREME SOLARI
Filtrati e protetti pag. 34
L'unione europea ha introdotto la Raccomandazione, uno strumento a tutela del consumatore, dell'efficacia e della sicurezza dei prodotti.

DISTRETTI INDUSTRIALI
Dal delta del Po il piatto forte di Rovigo pag. 36
Nato nel 2003, il polo ittico di Rovigo comprende circa 300 imprese con quasi 3.500 addetti e un fatturato annuo di circa 500 milioni di euro.

PETCARE
Beniamini a dieta pag. 41
Dagli healthcare, alle "merende intelligenti", ai trattamenti speciali. Un mercato in crescita con molti nuovi prodotti per il benessere degli animali da compagnia.

CALZATURE
La scarpa riprende il passo pag. 45
Rallentano il trend negativo con effetti anche sull'export. Le performance migliori soprattutto per i modelli in pelle, mentre è in corso la lotta alle contraffazioni.

PELLETERIA
Un anno per la pelle pag. 46
Un bilancio positivo contrassegna l'andamento di un comparto che non risente di crisi nei consumi. A trainare la domanda, con oltre 900 milioni, le borse da donna.

Produzione in breve pag. 47

DISTRIBUZIONE

FOODSERVICE
Strategie del fuori casa pag. 53
Sempre più consumi e alternative: ristorazione, cash and carry, ma anche distribuzione automatica. Un business in crescita a un 46% della spesa sui consumi familiari.

E-COMMERCE
Lo shopping con un click pag. 57
L'acquisto on-line fa compiere un salto ai consumi. Sta cominciando a diventare un mezzo per la spesa di tutti i giorni, con crescita annue medie del 40%.

SHOPPING
Le città ideali degli acquisti pag. 60
Svolgono le funzioni delle antiche agorà: luoghi dove riunirsi. Così si sono evoluti per rispondere alle esigenze di categorie sociali più ampie.

PROFILI
Uniti per vendere pag. 62
Emd, organizzazione indipendente del dettaglio europeo. Una struttura con vendite potenziali per 118 miliardi di euro che agisce con strategie comuni.

CANALI
Dettaglio alla riscossa pag. 63
Vendite allineate della grande distribuzione, con dati mensili che addirittura ne indicano il sorpasso. È il risultato anche delle liberalizzazioni.
Distribuzione in breve pag. 71
altre notizie su www.largoconsumo.info/abbonati

CONSUMATORI

GELATI
Un brivido di gusto pag. 75
Incide fortemente sulla crescita dell'industria dolciaria nazionale. Nel 2006 sono state quasi 3 miliardi e mezzo le porzioni vendute per un fatturato di 1.860,7 milioni di euro.

APERITIVI
Il momento spumeggiante della serata pag. 79
Una tendenza trendy che dà luogo a un'offerta sempre più varia. Crocino, Sanbitter, Gingerino, altro storico aperitivo San Pellegrino, insieme fanno più dell'80% del mercato.

TELEVISIONE
Acquisti per la diretta pag. 82
Tra gli italiani un'occasione per cambiare il vecchio apparecchio con uno nuovo, possibilmente ad alta definizione. Lo rivela un'indagine su 1.000 consumatori.

SICUREZZA
A scuola con poco gusto pag. 87
Da un'indagine di Cittadinanzattiva condotta in 184 scuole emergono refezioni sporche e poco sicure. Sempre più diffusi i menu multietnici e biologici.

ATTITUDINI
Per un credito trasparente pag. 89
Nel 2007 il Consiglio dei ministri ha approvato un disegno

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

I PROFILI

UNICHIPS (pagg. 84-85). San Carlo e Pai confermano la loro vocazione sportiva, supportando diverse discipline: si va dalla "title sponsorship" del Team Honda Gresini di MotoGP per San Carlo, alla sponsorizzazione della Figo per Pai, protagonista di "Febbre Azzurra", grande concorso in occasione degli Europei 2008.

WARNER BROS CONSUMER PRODUCTS (pagg. 108-109). Warner Bros. Consumer Products è una delle aziende leader a livello mondiale nell'ambito del licensing e del merchandising. Con un portafoglio di oltre 3.700 licenze attive, WBCP gestisce infatti il licensing e il merchandising per i nomi, i loghi e i brand di una vasta library.

I CONVEGNI

DITECH (pagg. 68-69). Con grande partecipazione di pubblico e una formula "alta" - un convegno sugli scenari del retail con speaker italiani e stranieri, per riaffermare la propria missione consulenziale e il know-how del mondo retail - si è tenuta lo scorso 6 maggio, presso il Sole 24 Ore a Milano, la 4ª edizione dell'Incontro all'Innovazione promosso da Di.Tech.

LE PREMIAZIONI E I RICONOSCIMENTI

ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO (pagg. 4-5). Lo scorso 17 aprile si è tenuta, presso la Facoltà del Design del Politecnico di Milano, la cerimonia di assegnazione degli Oscar dell'Imballaggio 2008. La 51ª edizione della prestigiosa iniziativa ha inteso premiare le soluzioni di packaging progettate secondo i criteri del quality design.

SALONI INTERNAZIONALI FRANCESI (pagg. 10-11). Il 15 e 16 maggio scorsi, in occasione del Sial China, si è riunita a Shanghai la Giuria internazionale che ha votato i Sial d'Or 2008: per l'Italia, il premio è stato vinto dalla linea Santal 5 Colori di Parmalat. La cerimonia di assegnazione si terrà il prossimo 19 ottobre nell'ambito del Sial di Parigi.

LE INTERVISTE

BRANDMASTERS (pag. 116). Maurizio Comollo, responsabile per l'Italia di Superbrands, ci spiega la filosofia di fondo, il meccanismo di assegnazione e le finalità del premio che individua e valorizza i "super marchi" in più di ottanta Paesi nel mondo.

GENERALE CONSERVE (pag. 48). Il presidente Vito Gulli ci illustra le strategie di sviluppo commerciale e

marketing della società del famoso tonno As do Mar, illustrandoci i motivi e gli obiettivi dell'acquisizione dell'ex stabilimento Palmera in Sardegna.

I CASI AZIENDALI

CAVANNA (pag. 130). Il sistema informativo della società non era più in grado di supportarne efficacemente il business: il progetto Gestione Commessa, sviluppato con il supporto di Watermark Italy, ha fornito a Cavanva tutte le funzionalità per gestire e monitorare in maniera centralizzata ogni fase del business.

CANON (pag. 120). Con il supporto del sistema MagNews di Diennea, Canon ha sviluppato negli ultimi anni una newsletter dapprima indirizzata ai consumatori finali, quindi al target del dealer, centrando importanti obiettivi di comunicazione e rafforzamento dei rapporti con i propri interlocutori.

GLI INCONTRI IN AZIENDA

MADI VENTURA (pag. 50). Lo scorso 14 maggio Madi Ventura, protagonista italiano nel mercato della frutta secca, ha organizzato una visita al proprio stabilimento di Chieve (Cr). La struttura è specializzata nella tostatura di arachidi e pistacchi e nell'imbustamento di tutti i tipi di frutta secca in guscio, sgusciata e morbida.

IL MANAGEMENT AZIENDALE

COCA-COLA (pag. 142). Tre organizzazioni di vendita, dedicate rispettivamente a Modern Trade, Wholesalers & Vending, Normal Trade & Horeca costituiscono gli elementi portanti della nuova struttura commerciale varata da Coca-Cola HBC Italia.

LE COMPAGNIE SOCIETARIE

ESSELUNGA (pag. 140). Mentre la società arriva al traguardo dei 5 miliardi di ricavi, è ormai compiuto il processo di riorganizzazione in seno a Esselunga, avviato tre anni fa e destinato a preparare il Gruppo alle sfide dei prossimi anni.

FOCUS

BACKSTAGE (pag. 105). Backstage, agenzia di licensing indipendente fondata nel 1991 dall'attuale Ceo Gianpietro Peia, gestisce e commercializza sul territorio italiano licenze legate a serie animate, film e brand.

BOLTON ALIMENTARI (pag. 115). Rio Mare Natura è il tonno al naturale leggero e gustoso, il vero sapore del mare con meno dell'1% di grassi. Un prodotto in grado di rispondere alle esigenze degli attuali consumatori della categoria.

CANALI (pag. 73). Il Centro Commerciale Porte di Moncalieri, la cui inaugurazione è prevista per fine 2008,

di legge che impone alle società erogatrici regole più severe e offre maggiori garanzie per i finanziamenti al consumo.

VINO
Dal bere al degustare pag. **90**
Un calice assaggiato in enoteca o presso il produttore, possibilmente un'etichetta consigliata da esperti. Il profilo di un consumatore più esigente anche quando la scelta passa alla gdo.

ATTITUDINI
Gli acquisti in mano alle donne ... pag. **92**
La spesa resta una competenza in maggior parte femminile, soprattutto per i prodotti alimentari. Solo nel toiletry cresce in modo decisivo la componente maschile.

SALUTE
La dieta? Questione di etichetta ... pag. **93**
Per contrastare l'aumento delle patologie legate ad una scorretta alimentazione, nasce la nuova etichettatura Gda che sarà apostata, a titolo volontario, su numerose confezioni di prodotti alimentari europei.

Consumatori in breve pag. **94**
altre notizie su www.largoconsumo.info/abbonati

COMUNICAZIONE

MEZZI
Estetica on-line pag. **99**
Modalità esplorative coinvolgono per ora questo mezzo nelle scelte comunicative del cosmetico. Le aziende però intensificano le campagne e non mancano i riscontri.

LICENSING
Il business dei cartoon pag. **101**
Personaggi di cartoni animati o di note serie televisive che danno impulso alle vendite. Un business in Italia ancora poco sfruttato, forse perché non sono mancati i flop.

MARKETING
Le mappe del buon vino pag. **110**
Il 45% dei consumatori considera quelle enologiche valide bussolle per l'acquisto di vino e vetrine efficaci per le aziende. Lo dice un'indagine dell'Università di Udine.

TENDENZE
Felicità da vendere pag. **112**
Pubblicità che vogliono trasmettere sensazioni positive. I codici comunicativi che le hanno improntate e le risposte tra gli utenti al centro di indagine.

Comunicazione in breve pag. **113**
altre notizie su www.largoconsumo.info/abbonati

LOGISTICA

TECNOLOGIE
Il bilancio dell'etichetta elettronica .. pag. **122**
In attesa della liberalizzazione delle frequenze, nel mondo re-

gistra progressi e casi di disimpegno. Un'indagine ha valutato in 15 miliardi di euro il mercato 2005.

FARMACI
Il packaging della salute pag. **125**
Sono in crescita in termini di consumo e di consapevolezza dell'utilizzatore. La confezione diventa una leva per le strategie che vogliono attirare la scelta sul valore della marca.

Logistica in breve pag. **127**

RISORSE UMANE

PROFESSIONI
La qualità come incarico pag. **134**
Dal controllo degli standard di processo alla customer satisfaction: un ruolo che copre praticamente tutto il campo delle attività aziendali e come tale evolutosi.

RETRIBUZIONI
L'iper dei buoni stipendi pag. **136**
La grande distribuzione in Italia continua a offrire stipendi di sopra la media. Con una quota di incentivi e bonus consistente anche per le posizioni ai vertici.

Risorse umane in breve pag. **138**

FINANZA

VALUTAZIONI
Riflettori su Feltrinelli pag. **146**
Con 97 store su tutto il territorio nazionale e oltre 1.500 dipendenti, il gruppo fondato negli anni Cinquanta è la più grande catena di negozi di libri e musica d'Italia.

Finanza in breve pag. **148**

AMBIENTE

NORMATIVE
L'etichetta che fa la differenza ... pag. **150**
Più efficienza e costi minori nel riciclo grazie alle nuove linee guida sull'etichettatura ambientale degli imballaggi presentate dal Consorzio nazionale imballaggi.

RECUPERO
Una Borsa on-line con poche inserzioni pag. **151**
Nonostante le premesse, il servizio per il commercio telematico dei rifiuti non dà i risultati attesi. Frutto dell'incertezza che vige in campo normativo.

RICICLO
Scarti di prima scelta pag. **152**
Biogas non solo dalle discariche ma anche dagli alleva-

menti zootecnici: al via il progetto in Emilia Romagna per la valorizzazione dei rifiuti.

CONSORZI
Un primato dai rifiuti elettronici ... pag. **153**
Il profilo di un'attività sorta su iniziativa privata che conta oggi 300 soci. È quello di Re.Media nel riciclo di televisori, climatizzatori, informatica e piccoli elettrodomestici.

NORMATIVA
L'igiene basta dichiararla pag. **154**
Non più autorizzazioni per avviare un'attività in campo alimentare. Le disposizioni comunitarie accolte ora in Italia ne affidano la responsabilità all'operatore.

Ambiente in breve pag. **155**
altre notizie su www.largoconsumo.info/abbonati

ENERGIA

CARBURANTI
La super come premio fedeltà ... pag. **156**
Dieci centesimi in meno il litro alle pompe dei centri commerciali. A beneficiarne le attività di fidelizzazione della gdo, ma il mercato non è ancora del tutto libero.

FONTI
Un mercato a rischio black-out ... pag. **158**
I costi alti e lo spettro della tariffa fissa familiare frenano gli operatori alla conquista del mercato domestico dell'energia elettrica.

FISCO
Efficienti e rimborsati pag. **160**
Le agevolazioni della Finanziaria a chi ristruttura con sistemi di risparmio energetico. Una detrazione del 55% dall'Irpef e dall'Ires delle spese sostenute.

Energia in breve pag. **161**
altre notizie su www.largoconsumo.info/abbonati

INDEX & MONITORING

Materie prime pag. **162**

Prezzi e consumi pag. **164**
Indicatore Concommercio: Situazione congiunturale ancora all'insegna dell'incertezza. Il -1,7% rispetto al marzo 2007 ritrae la flessione più marcata dall'inizio del 2005.

Percorsi di lettura pag. **167**

Notizie per i lettori e gli inserzionisti pag. **168**

è un progetto importante e al tempo stesso una grande opportunità da cogliere in una zona - quella di Moncalieri e del sud torinese - commercialmente molto sviluppata.

EFFEFPE PETFOOD (pag. 43). Effepe Pet Food, l'azienda leader in Italia nella produzione di alimenti secchi per cani e gatti a marchio del distributore, è stata insignita del Premio Innovazione nell'ambito del concorso tenutosi alla fiera Marca 2008.

FIDA (pag. 49). La politica aziendale di Fida, improntata su un grande progetto di rinnovamento e rilancio da affiancare alla solidità della tradizione acquisita in oltre 30 anni di attività, comincia dalla cura di ogni piccolo particolare.

JETIX EUROPE (pag. 103). Jetix Europe srl è la controllata italiana di Jetix Europe N.V., società partecipata al 75,7% dal Gruppo Disney leader nell'intrattenimento per ragazzi con canali tv e siti web distribuiti in tutto il mondo.

NESTLÉ ITALIANA (pag. 77). Da oggi, con La Cremeria, il gelato coniuga finalmente gusto e benessere. Lo storico brand Nestlé - Motta, infatti, presenta sul mercato una nuova gamma di gelati, in vaschette e multipack, che offrono il vero piacere del gelato.

NOBERASCO (pag. 95). Noberasco ha creato Happy Hour, una linea di prodotti che, oltre alla massima selezione per qualità delle materie prime, offre una varietà incredibile di gusti, con ricette più sfiziose e originali.

OLIDATA (pag. 107). Olidata, il maggior produttore italiano di Personal Computer, presenta JumpC: il notebook per essere grandi, dotato di processore Intel, sistema operativo Windows® e software Magic Desktop di EasyBits.

PIAGGIO (pag. 129). Piaggio Porter nasce proprio per soddisfare queste esigenze. Il suo progetto consente a commercianti, artigiani e trasportatori di affrontare il lavoro quotidiano con maggiore efficienza.

RINALDO FRANCO (pag. 44). Rinaldo Franco ha presentato il 18 aprile scorso, in occasione della riunione annuale con la forza vendita, l'edizione 2008-2009 del Catalogo Best Friend, un volume dedicato ai clienti della gdo e delle grandi superfici del bricolage.

SEALED AIR (pag. 23). Packforum®, il centro espositivo permanente per i clienti Sealed Air Cryovac, sito a Roissy Charles de Gaulle, nei pressi di Parigi, ha ospitato lo scorso ottobre 2007 un incontro sul packaging della pizza.

UNIVERSITÀ DI PARMA (pag. 139). È stata presentata lo scorso 23 maggio a Parma la decima edizione dell'Horeca Distech, il corso di perfezionamento post laurea proposto dall'Università di Parma in collaborazione con Italgrob e alcuni big del mercato del beverage.

SPOT

PROMOS (pag. 71). Promos, società bresciana attiva nella promozione, commercializzazione e gestione di interventi immobiliari commerciali, presenta l'apertura del Palmanova Outlet Village.

PUBBLICITÀ TABELLARE

AD CHINI (pag. 86 *Mistral*); **ALMECA** (pag. 38 *Diretto*); **BOLTON ALIMENTARI** (pag. 114 *Inform*); **CENTRO COMMERCIALE PORTE MONCALIERI** (pag. 132 *Canali & C.*); **CIP 4** (pag. 32 *Ex-tradesign*); **CONSERVE ITALIA** (pag. 2ª di cop. *DDB*); **CONVERTING WET WIPES** (pag. 30 *Elc*); **COOPERLAT** (pag. 52 *Studio Tomassetti*); **FORSAN** (pag. 93 *RF Comunicazione*); **IBM** (pag. 56 *Sprint Production*); **JETIX EUROPE** (pag. 102 *Diretto*); **KRAFT FOODS ITALIA** (pag. 166 *Ogilvy*); **MONGE** (pag. 42); **manca materiale MONTANA ALIMENTARI** (pag. 70 *Diretto*); **MONTENEGRO** (pag. 80 *Diretto*); **MORANDO** (pag. 40 *Bernardi Comunicazione*); **NESTLÉ ITALIANA div. Gelati** (pag. 74 *Diretto*); **NEXTPLORA** (pag. 118 *Ecomunicare*); **NORDA** (pag. 97 *Lavelli Adv*); **PEPSICO BEVERAGES ITALIA** (pag. 72 *Encanto*); **PEUGEOT** (pag. 128 *Euro Rscg*); **RAI TRADE** (pag. 104 *Diretto*); **SANPELLEGRINO** (pag. 3ª cop. *Maxus*); **SIAL** (pag. 12 *Diretto*); **SIG COMBIBLOC** (pag. 96 *Diretto*); **SOCO** (pag. 98 *Diretto*); **SONY ITALIA** (pag. 4ª di cop. *OMD*); **SVILUPPO DISCOUNT** (pag. 64 *LDB*); **UPA** (pag. 144 *Diretto*); **ZONIN** (pag. 26 *Diretto*).