

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/062006/SommarioITA06-09.pdf

RUBRICHE

Fiere pag. **33**
Biblioteca pag. **77**

DIARIO

Produzione pag. **9**
Distribuzione pag. **10**
Comunicazione pag. **13**
Finanza pag. **14**

TENDENZE E SCENARI

Comportamenti pag. **16**
Si afferma anche in Italia la filosofia del low cost dai viaggi all'abbigliamento, alle assicurazioni auto. Assolowcost riunisce le aziende aderenti.

Società e consumi pag. **17**
Automedicazione consapevole, largo impiego di prodotti generici ed equivalenti: ecco come si è evoluto il rapporto tra gli italiani e le medicine.

STATO DELLE IMPRESE

Elettrodomestici pag. **18**
De Longhi è leader multispecialista in diversi segmenti di business, dalla climatizzazione ai prodotti per la cottura e la preparazione dei cibi.

I NUMERI DEL MERCATO

Lattiero-caseario pag. **20**
I prezzi al dettaglio di latte, yogurt e formaggi crescono, ma non quelli alla stalla, per questo gli allevatori sono in difficoltà.

PRODUZIONE

AGRICOLTURA
A difesa delle coltivazioni pag. **22**
Le malattie delle piante mettono a rischio buona parte del lavoro delle aziende agricole. Il ricorso agli agrofarmaci è diventato fondamentale.

FITNESS
Una palestra in casa pag. **23**
Attrezzi multifunzione che spesso non hanno nulla da invidiare a quelli delle strutture professionali. E, a fronte di un'offerta articolata, la domanda cresce.

STRATEGIE
Dove vendere abiti e scarpe pag. **26**
Il potenziale di mercato, anche nel comparto abbigliamento, è un indicatore indispensabile per le politiche produttive e distributive dell'impresa.

Produzione in breve pag. **28**

DISTRIBUZIONE

DOCUMENTI: COMPORTAMENTI
Le private label non vanno in crisi pag. **35**
Uno studio di Iri evidenzia un rinnovato interesse verso le marche private alle quali i consumatori si affidano per spendere meno senza rinunciare alla qualità.

FOTOGRAFIA
Obiettivo a Oriente pag. **36**
Il mercato apre ai Paesi asiatici: in Cina, Corea del Sud, Malesia e India crescono vertiginosamente le vendite di macchine fotografiche digitali.

VENDING
Le macchinette tengono il passo pag. **38**
Cresce il numero di distributori automatici installati negli uffici italiani, anche se il fatturato del settore è stabile. Il caffè tra i prodotti più consumati.

Distribuzione in breve pag. **41**

CONSUMATORI

ATTITUDINI
Il popolo delle ore felici pag. **47**
Sostitutivo della cena o semplice momento di svago prima di rientrare a casa, è diventato un'abitudine. Le aziende del settore studiano gusti e comportamenti.

FARMACI
Medicine on-line pag. **49**
Sul web è possibile reperire ogni genere di specialità anche per le patologie più gravi. L'utente sprovveduto può però incappare in una vera trappola.

DOCUMENTI: COMPORTAMENTI
Un anno di sacrifici? pag. **51**
Spese più oculate, occhio a sconti e offerte senza rinunciare alla buona tavola, al telefonino e all'automobile: così cambiano le abitudini degli italiani.

MARKETING
Alla conquista dei ragazzi pag. **53**
Creatività, coinvolgimento emotivo e uso di nuove tecnologie sono le strategie vincenti

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

GLI EVENTI AZIENDALI

SIGMA (pagg. 44-45). Resoconto della convention nazionale sul prodotto a marchio e sulle strategie del retailer, svoltasi lo scorso 27 marzo a Bologna nella prestigiosa cornice di Palazzo Re Enzo e intitolata "Il grande salto".

I CONVEGNI

IDC - GLOBAL RETAIL INSIGHTS (pagg. 6-7). Resoconto sul convegno "Global Retail Summit", dedicato alle strategie, ai modelli e alle tecnologie anticrisi per il mercato retail e gdo.

LE INTERVISTE

DISNEY CONSUMER PRODUCTS (pag. 75). Francesca Romana Giansin, Vice-President Retail Sales e Marketing di Disney Consumer Products - il segmento di Walt Disney Company attivo nel merchandising e licensing - ci aiuta a scoprire la filosofia, i tratti distintivi, l'approccio del leader del mercato.

GRUPPO UNIPOSTA MEDIA (pag. 72). Intervista ad Andrea Adamo, marketing intelligence manager della società specializzata in one-to-one marketing.

HUMAN LAB (pag. 92). Quale ruolo possono svolgere, in questo periodo difficile, gli specialisti del recruitment, alle prese con un tessuto economico in costante trasformazione e sempre più globalizzato? Ne abbiamo parlato con Marco Menghini, amministratore delegato della società milanese.

I CASI AZIENDALI

YAKULT ITALIA (pag. 74). Prosegue in occasione dei Mondiali di nuoto in programma il prossimo luglio a Roma, con tutta una serie di iniziative, la partnership tra Yakult, la bevanda probiotica che favorisce la salute dell'intestino, e FINA, la Federazione Internazionale.

FOCUS

BOLTON ALIMENTARI (pag. 67). Con i suoi marchi Rio Mare, Palmera e Alco, l'azienda è tra i fondatori di ISSF, Fondazione Internazionale per la Sostenibilità della Pesca: un'organizzazione globale non-profit che raggruppa primari esponenti della comunità scientifica, le aziende leader e associazioni ambientaliste non governative quali il WWF.

ETHICA - GRUPPO LA-VIS (pag. 42). Storie di Vite, la proposta storica del Gruppo La-Vis per il canale moderno, è a tutti gli effetti una selezione di 9 vini ottenuti dagli oltre 1.400 ettari di giardino vitato che compongono la realtà cooperativa di La-Vis.

FRES.CO (pag. 69). Fres.co è il secondo produttore in Italia di sughi freschi per condimento. La società agisce con cinque marchi: Vogliazzi presidia la fascia di prezzo e qualità elevata, Fres.co quella media. Per coprire la fascia dei primi prezzi vengono utilizzati i marchi Arte Gastronomica, Valle Più e Antichi Portici.

GOGLIO (pag. 82). Leader di mercato nella produzione del Fres-co System®, Goglio offre un sistema integrato di materiali e linee per il confezionamento di prodotti specifici in polvere, in granuli o in pezzi, prevalentemente per il settore alimentare.

per emergere nel mercato dei giovani. Un target sempre più attento e informato.

ACQUA MINERALE

Bottiglie sgassate pag. 59
Per il 2009 si prevede un calo dei consumi di minerale intorno all'1,5% in volume. Il settore subisce i contraccolpi della crisi: cre-scono le etichette a basso costo.

CONTRAFFAZIONE

I successi della lotta ai falsi pag. 63
Un fenomeno ancora diffuso che colpisce soprattutto l'export del made in Italy. La lotta tra Guardia di Finanza e criminalità organizzata è quotidiana.

Consumatori in breve pag. 65

COMUNICAZIONE

AFFISSIONI

Spettacoli di marca pag. 70
L'evoluzione della pubblicità esterna sui muri o sui mezzi pubblici. La tecnologia ne sta facendo uno strumento di grande impatto mass-mediatico.

Comunicazione in breve pag. 73

IMBALLAGGIO

SICUREZZA

Pack a prova di contaminazione pag. 80
Il nostro Paese è tra i 10 maggiori produttori di packaging, soprattutto per uso alimentare. Il settore è regolato da norme scrupolose che garantiscono l'igiene.

Imballaggio in breve pag. 85

LOGISTICA

RIFIUTI

Smaltire senza inquinare.... pag. 86
Anche il recupero e il trattamento dei rifiuti è causa di inquinamento: ottimizzare i trasporti significa risparmiare energia e limitare lo smog.

Logistica in breve pag. 88

RISORSE UMANE

PROFESSIONI

Il manager del web pag. 90
È il professionista che tiene le redini del marketing on-line, dalla pianificazione pubblicitaria alla realizzazione degli obiettivi attraverso Internet.

PROFESSIONI

Un'esperienza nei modelli di rete pag. 91
Lo sviluppo di soluzioni It richiede un tramite tra conoscenza delle tecnologie e management. È il ruolo di uno specialista oggi sempre più ricercato.

Risorse umane in breve pag. 93

FINANZA

FUSIONI E ACQUISIZIONI

Alla ricerca del benessere pag. 94
La farmaceutica e il comparto della salute guidano le operazioni del periodo a livello internazionale, con una crescita superiore all'80%.

Finanza in breve pag. 97

AMBIENTE

AVICOLO

La sostenibilità dei polli pag. 98
Basso impatto ambientale, garanzia di tracciabilità ed economicità dei prodotti rispetto ad altri tipi di carne sono i punti di forza del settore.

Ambiente in breve pag. 101

ENERGIA

FONTI

I biocombustibili al test della seconda generazione .. pag. 102
Nuove sperimentazioni per le agroenergie ottenute da materiali cellululosici, che non hanno impatto sulle produzioni alimentari. In Italia nasce un ente ad hoc.

Energia in breve pag. 103

INDEX & MONITORING

Materie prime pag. 104
Anche per il 2009 si conferma la risalita delle quotazioni delle materie prime che proseguono la ripresa emersa nel bimestre precedente.

Vendite della gdo pag. 106
Cresce il fatturato della gdo (+3,3% nel primo bimestre 2009), ma l'aumento dei prezzi incide sulla performance e i volumi sono in contrazione (-0,2%).

Prezzi e consumi pag. 108
A marzo 2009 si è arrestata la caduta dei consumi: secondo gli analisti, questo potrebbe forse rappresentare un primo segnale di ripresa.

Percorsi di lettura pag. 111

Notizie per i lettori e gli inserzionisti pag. 112

KRAFT FOODS ITALIA (pag. 41). Anno dopo anno l'offerta di salse Kraft è sempre più ricca grazie all'innovazione volta a identificare e soddisfare i diversi bisogni che guidano le scelte d'acquisto nel mercato allargato delle maionesi. L'obiettivo è, da sempre, la creazione di valore per favorire la crescita di fatturato più "sana".

NOBERASCO (pag. 43). La linea Bio di Noberasco propone tutta una serie di vere e proprie prelibatezze. Tra queste, spiccano i pomodori e il Wellness Mix., che completano un assortimento vasto e caratterizzato da alta qualità e contenuto di servizio per un consumatore moderno.

PEPSICO BEVERAGES ITALIA (pag. 57). Arriva in Italia per la prima volta il nuovo Tè Freddo Verde Lipton, una bevanda dissetante che combina l'eccezionale sapore del tè verde con la freschezza del limone. Ideale per l'estate e adatta anche per l'autunno perché offre al corpo l'idratazione di cui ha bisogno.

WARSTEINER ITALIA (pag. 31). Nata a metà del Settecento in Germania, Warsteiner è una delle più grandi, antiche e note aziende private tedesche, specializzata nella produzione di birra. L'azienda birraria, gestita dalla famiglia Cramer da nove generazioni, è la più importante del Gruppo Warsteiner.

SPOT

FINAGRICOLA (pag. 65). Grangusto, marchio d'eccellenza di Finagricola, ha deciso di comunicare direttamente al consumatore. Per tutto giugno e luglio, con recall in settembre, è infatti il protagonista di una forte campagna televisiva.

FONTI DI VINADIO (pag. 61). Sant'Anna BioBottle, la prima bottiglia di acqua minerale imbottigliata in un packaging 100% naturale, ha ricevuto il premio della VII Edizione del Sodalitas Social Award, in occasione del convegno "Sostenibilità: il punto di svolta" a Milano.

TECNOCUPOLE PANCALDI (pag. 101). La società, leader nella produzione e commercializzazione di lucernari ed evacuatori di fumo e calore, è stata scelta da CESI, Cooperativa Edil-Strade Imolese, per la fornitura e installazione di evacuatori di fumo e calore presso il centro commerciale Carosello di Carugate (Mi).

PUBBLICITÀ TABELLARE

AGRA EDITRICE (pag. 76 Diretto); **BIRRA FORST** (pagg. 2, 3 Diretto); **BOLTON ALIMENTARI** (pag. 66 Diretto); **CAVIRO** (pag. 50 Armando Testa); **CONSORZIO AGRARIO DI PARMA** (pag. 34 Max Fun); **CONSORZIO PROSCIUTTO DI PARMA** (pag. 2^a di cop. Cayenne); **ESSEQUATTRO** (pagg. 78, 79 Diretto); **EUORATING** (pag. 96 Preference); **F.LLI VERONI FU ANGELO** (pag. 64 Life Longari & Loman); **FM LOGISTIC ITALIA** (pag. 89 Pietro Cordelli); **FRESNO GROUP** (pag. 68 Figuera); **GUILIN ITALIA** (pag. 83 Diretto); **HEINEKEN ITALIA** (pag. 110 MC&A Mediavest); **HUHTAMAKI** (pag. 12 Diretto); **IBM** (pag. 48 Ogilvy); **KRAFT FOODS ITALIA** (pag. 40 J.W.T.); **L'ISOLA D'ORO** (pag. 3^a di cop. Paolo Candelari); **MADI VENTURA** (pag. 4^a di cop. Geggi Tagliafico); **NORDA** (pag. 58 Lavelli ADV); **NURNBERG MESSE** (pag. 32 Global Werbagetur); **PARMACOTTO** (pag. 8 Armando Testa); **PEPSICO BEVERAGES ITALIA** (pag. 56 Soleluna Comunicazione); **PROLOGIS ITALY MANAGEMENT** (pag. 29 Diretto); **RADEBERGER GRUPPE ITALIA** (pag. 46 Gbm Italia); **SIT** (pag. 81 Studio AG); **VENDITALIA SERVIZI** (pag. 39 Diretto); **WARSTEINER ITALIA** (pag. 30 Diretto); **ZUEGG** (pag. 52 Light Adv).