

## 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/062012/citati6-12.pdf](http://www.largoconsumo.info/062012/citati6-12.pdf)

## RUBRICHE

Relazioni digitali ..... pag. 92

## DIARIO

ACCADIMENTI AZIENDALI ..... pag. 16

## PUNTI DI VISTA

EFFICIENZA DELLA SUPPLY CHAIN  
**Imparare dai costruttori d'auto** ..... pag. 19  
I produttori di beni di consumo sottovalutano spesso quanto possa essere alta l'efficienza potenziale della loro supply chain .....

## TENDENZE &amp; SCENARI

PREZZI E CONSUMI  
**Dinamismo nella discontinuità** ..... pag. 20  
L'attuale contesto che le imprese della grande distribuzione alimentare si trovano a dovere fronteggiare è caratterizzato da un elevato dinamismo....

## MERCATO E CONCORRENZA

BRICOLAGE  
**Leroy Merlin e il consumatore insoddisfatto** ..... pag. 22  
L'Agcm ha riscontrato delle scorrettezze nella promozione "Festa del Bricolage" di Leroy Merlin, imponendo al colosso del bricolage il pagamento ...  
COSMESI  
**L'Oréal "cade" sull'anticaduta** ..... pag. 23  
L'Antitrust ha sanzionato con una multa di 200.000 euro il colosso della cosmesi L'Oréal Italia per «pratiche commerciali scorrette» .....

## COMUNICAZIONI D'IMPRESA

## LE PREMIAZIONI E I RICONOSCIMENTI

**SIAL** (pagg. 4-5). La Giuria Internazionale del Sial d'Or – il prestigioso riconoscimento promosso dal Salon International de l'Alimentation di Parigi - ha emesso i verdetti riguardanti l'edizione 2012. Ancora una volta, tra le "vedettes" che si sono aggiudicate un Premio di categoria spicca un prodotto italiano. Si tratta di "Foglia a Foglia", novità assoluta della linea "Passione Verde".

## PROFILI

**RGIS** (pagg. 56-57). Leader mondiale nei servizi di inventario, RGIS mette la sua esperienza ultracinquennale, la professionalità del proprio personale, la versatilità nel rispondere alle esigenze del cliente attraverso procedure e strumenti all'avanguardia, al servizio delle imprese retail di qualsiasi comparto.

## LE INTERVISTE

**MARKMONITOR** (pag. 90). Basata a San Francisco, la società è leader mondiale nella fornitura di soluzioni integrate end-to-end in grado di consentire alle imprese di far riconoscere e tutelare i propri brand dagli innumerevoli problemi degli abusi online. Ne parliamo con Jerome Sicaud è regional manager, Southern Europe di MarkMonitor.

## I CASI AZIENDALI

**L'OREAL** (pag. 108). Si è svolta lo scorso 21 maggio, presso la Sala di Rappresentanza dell'Università degli Studi di Milano, la cerimonia di as-

## AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA

COMUNICAZIONE COMMERCIALE  
**Come tutelare cittadini e consumatori** ..... pag. 24  
Il bilancio delle attività svolte dallo Iap nel corso del 2011 ha segnato per l'ente performance decisamente positive, mentre per il futuro si prospetta .....

## POLITICHE E STRATEGIE

EVOLUZIONE ALIMENTARE  
**Barilla: dalla pasta al pasto** ..... pag. 26  
Nonostante l'acuirsi della crisi economica, il fatturato consolidato 2011 del gruppo Barilla si è mantenuto stabile a parità di perimetro, .....

CONVENIENCE STORE ALL'ITALIANA  
**Essere Benessere tra farmacia e gdo** ..... pag. 27  
Messa sotto assedio dalla concorrenza di Internet, del video on demand, delle pay tv, Blockbuster Italia ha finito per cedere i propri 118 pdv .....

## I NUMERI DEL MERCATO

CHIMICO CASA  
**Innovazione per reagire alla crisi** ..... pag. 28  
Il comparto della detergenza reagisce alla crisi concentrandosi sul consumatore stesso, lavorando e impegnandosi per andare incontro alle sue .....

## INFORMATION &amp; COMMUNICATION TECHNOLOGY

**Soluzioni per l'impresa** ..... pag. 124  
Una breve rassegna dedicata al momento di incontro fra la produzione del prodotto e l'information & communication technology .....

## BIBLIOTECA

LIBRI E DOCUMENTI ..... pag. 122

## PRODUZIONE

PRIMA COLAZIONE  
**Iniziare al meglio la giornata** ..... pag. 31  
Il mercato dei prodotti per la prima colazione si basa oggi su un grande numero di referenze: a quelli più tradizionali, infatti, si affiancano .....

## CERTIFICAZIONI

**Garanzie nero su bianco** ..... pag. 36  
Le nostre aziende continuano a investire per dotarsi di certificazioni di qualità, scelta incoraggiata dalla crescente esigenza di sicurezza dei .....

AGRICOLTURA AMATORIALE  
**Rilassarsi fra orto e giardino** ..... pag. 40  
Sono sempre di più gli italiani che si dedicano per passione alla cura del proprio orto o giardino, senza volere trarre alcun guadagno da .....

ACQUACOLTURA  
**Ma quale mare aperto** ..... pag. 43  
Il settore dell'acquacoltura è in costante crescita e le prospettive sono molto incoraggianti, anche se il consumatore continua a essere pieno di .....

INSETTICIDI  
**Insetti nemico pubblico** ..... pag. 47  
Quando si avvicina l'estate, tutti noi sappiamo che è giunta l'ora di ingaggiare una lotta senza quartiere, quella che ogni anno ci vede .....

**Produzione in breve** ..... pag. 49

## DISTRIBUZIONE

FORUM DI LARGO CONSUMO:  
EFFICIENZA DISTRIBUTIVA  
**L'allineamento industria-retail: una strada obbligata** ..... pag. 50  
La difficile congiuntura economica costringe produzione e distribuzione a un maggiore impegno nell'ottimizzazione dei processi. Le inefficienze...

MERCATO IMMOBILIARE  
**È vivace il mercato immobiliare retail** ..... pag. 55  
I dati relativi al mercato immobiliare retail in Italia nel 2011 hanno segnato un andamento positivo. Questa tendenza proseguirà nel 2012, .....

**Distribuzione in breve** ..... pag. 59

## RISTORAZIONE

VENDING  
**Panini e tramezzini "in automatico"** ..... pag. 60  
La distribuzione automatica è un settore in cresci-

segnazione delle borse di studio "L'Oréal Italia per le Donne e la Scienza", istituite nel 2002 dalla filiale della multinazionale con la Commissione nazionale Italiana per l'Unesco.

## FOCUS

**AMERICAN EXPRESS** (pag. 110). American Express mette a disposizione le sue competenze per supportare le aziende nell'individuare le migliori modalità per gestire le spese aziendali e ottimizzare i flussi di cassa, tramite funzioni avanzate di reportistica che aiutano a semplificare i processi e a incrementare i livelli di trasparenza.

**BOLOGNA FIERE** (pag. 71). Da sabato 8 settembre a martedì 11 settembre 2012 il mondo del biologico certificato e del naturale professionale si darà appuntamento al Quartiere Fieristico di Bologna a SANA, la più importante manifestazione espositiva italiana per l'alimentazione biologica certificata, l'erboristeria, la cosmesi naturale e biologica in Italia, organizzata da BolognaFiere.

**GLAXOSMITHKLINE** (pag. 76). Sensodyne è un brand di GlaxoSmithKline Consumer Healthcare S.p.A., esperto nell'igiene orale e leader di mercato per i prodotti dedicati a chi soffre di sensibilità dentinale. Tecnologia, ricerca e innovazione, qualità al servizio del consumatore e ampia gamma di prodotti fanno di Sensodyne l'alleato ideale in tutte le fasi dell'igiene orale.

**JUNGHEINRICH ITALIA** (pag. 99). Il Gruppo Jungheinrich, leader mondiale nell'intralogistica, offre ai propri clienti la soluzione su misura per tutte le operazioni di movimentazione, stoccaggio, prelievo e spedizione. Grazie a prodotti e soluzioni di elevata qualità, flessibili, altamente performanti, si possono ottimizzare tutte le attività proprie della logistica di magazzino.

ta, nonostante la distanza fra Italia e resto d'Europa sia notevole, e ora l'offerta sta diventando .....

#### TAKE AWAY

**Il boom del pasto servito on line...** pag. 61  
La tecnologia sta spingendo la ristorazione verso nuove strade, fra take away e consegna a domicilio, come dimostra la situazione di Milano e Roma...

**Ristorazione in breve** ..... pag. 63

## CONSUMATORI

### BIRRA

**Bionde in cerca di nuove occasioni** ..... pag. 65  
Ma è proprio vero che questo prodotto è solo una bevanda dissetante? Decisamente no. Essa può contendere spazi addirittura al vino. Basta .....

### MARKETING SENSORIALE

**Il bio risveglia i sensi** ..... pag. 69  
Il marketing sensoriale riveste un ruolo particolarmente decisivo quando si parla di prodotti biologici, a cui sempre più consumatori guardano con....

### IGIENE ORALE

**Carie in agguato** ..... pag. 73  
Una recente analisi offre dati molto interessanti riguardo al rapporto che gli italiani hanno con l'igiene orale e i prodotti per la cura della .....

### APPROFONDIMENTI: DONNE

**L'identikit delle nuove italiane** ... pag. 78  
Continuano a cambiare le abitudini, le aspirazioni, il ruolo stesso delle donne nella società italiana, e le aziende non devono farsi sorprendere....

### BRICO

**Gli italiani e la cassetta degli attrezzi** ..... pag. 80  
Il bricolage segna un trend in ripresa e il consumatore si adopera in nuove strategie di acquisto per confrontarsi con la crisi: politiche di .....

### GIOCATOLI

**Treni e bambole sempre più ricercati** ..... pag. 82  
Una recente ricerca riflette sull'atteggiamento dei genitori italiani, mettendoli a confronto con quelli di altri Paesi europei, quando devono scegliere ...

**Consumatori in breve** ..... pag. 83

## COMUNICAZIONE

### ORGANISMI DI PROMOZIONE

**Dall'estero con le proprie tradizioni.** pag. 85  
Gli organismi esteri di promozione lavorano sul nostro territorio per promuovere le attività commerciali dei Paesi di origine, facendo conoscere .....

### PUBBLICITÀ

**Marketing vs Legal** ..... pag. 87  
Le numerose campagne promozionali che vengono organizzate via web impongono alle aziende di riservare la massima attenzione a questioni .....

### VISUAL MERCHANDISING

**L'esposizione perfetta e i suoi vantaggi** ..... pag. 88  
Dalla gestione dello spazio alla in-store brand equity: è importante per l'industria garantire ai propri prodotti un'adeguata quantità e qualità .....

**Comunicazione in breve** ..... pag. 91

## IMBALLAGGIO

### VENDING

**Perfetti per la macchinetta** ..... pag. 94  
Il canale vending richiede pack particolari, adatti a questo tipo di distribuzione e in grado di attirare in pochi attimi l'attenzione del consumatore. ....

**Imballaggio in breve** ..... pag. 96

## LOGISTICA

### HORECA

**Bar, ristoranti e hotel vogliono razionalizzare** ..... pag. 98  
La logistica ha assunto un ruolo determinante nei processi di gestione anche nel canale horeca, sempre più rivolto verso l'ottimizzazione delle.....

**Logistica in breve** ..... pag. 103

## RISORSE UMANE

### DONNE IMPRENDITRICI

**Management femminile nel lattiero-caseario** ..... pag. 104  
Anche nel settore lattiero-caseario, negli ultimi anni le donne sono diventate protagoniste di un'imprenditoria che si rivela sempre più .....

## RECRUITMENT

**Le competenze più ricercate** ..... pag. 106  
Un'utile ricerca mette in evidenza quelle che saranno le competenze maggiormente richieste nei prossimi anni, quando la competizione sarà .....

**Risorse umane in breve** ..... pag. 108

## FINANZA

### AZIENDE QUOTATE

**La tentazione della Borsa** ..... pag. 112  
Sono poche le aziende quotate a Piazza Affari se facciamo paragoni con le altre nazioni europee. Molti sono i colossi che potrebbero fare il salto, ...

### FRANCHISING

**Tendere la mano agli affiliati** ..... pag. 115  
L'esperienza di Unicredit, che ha pensato un prodotto per andare incontro alle esigenze dei neo-affiliati di una rete franchising, ha aperto nuove ...

### PAGAMENTI

**Un ritardo dietro l'altro** ..... pag. 116  
Rimane un problema spinoso quello dei ritardi nei pagamenti fra imprese italiane, nonostante le direttive comunitarie spingano verso una .....

**Finanza in breve** ..... pag. 117

## AMBIENTE

### IMPATTO CARTIERE

**Responsabilità tra un foglio e l'altro** .. pag. 118  
Il settore della carta da stampa, imballaggi e tissue è stato analizzato dal Wwf, che ha valutato l'atteggiamento delle aziende riguardo al rispetto .....

## ENERGIA

### EFFICIENZA

**Risparmiare energia fra Europa e Italia** ..... pag. 120  
La Commissione europea ha concentrato la propria attenzione sull'efficienza energetica degli edifici e anche a livello italiano si sta seguendo .....

**Energia in breve** ..... pag. 121

**Percorsi di lettura** ..... pag. 127

**Notizie per i lettori e gli inserzionisti** ..... pag. 128

**RADEBERGER GRUPPE ITALIA** (pagg. 67). Dab, la birra cruda, dal 1868 è prodotta solo a Dortmund e ha ottenuto il marchio europeo di Indicazione Geografica Protetta. Oggi come allora, Dab viene prodotta dove è nata con ingredienti selezionati: acqua della città, malto e luppolo secondo l'Editto della Purezza del 1516 emanato da Guglielmo IV e tuttora in vigore per la produzione della birra in Germania.

## SPOT

**IMC** (pag. 72). Le certificazioni IMC per l'agricoltura biologica sono riconosciute nel mondo e offrono soluzioni integrate per una applicazione semplificata da parte delle aziende biologiche. IMC è autorizzato al rilascio delle certificazioni per l'agricoltura biologica per il mercato europeo, americano, giapponese e canadese.

**ECOVADIS** (pag. 68). Heineken e EcoVadis hanno annunciato lo scorso aprile il lancio di una piattaforma innovativa destinata a valutare e migliorare i comportamenti legati allo sviluppo sostenibile nell'ambito della catena degli approvvigionamenti nell'industria della birra.

**EDIFIS** (pagg. 63). La casa editrice Edifis ha dato alle stampe "L'Italia della Ristorazione - Annuario 2012". Il volume (direttore responsabile Antonio Savona, progetto grafico Mariella Salvi) contiene una grande mole di dati utili per conoscere da vicino il mercato della ristorazione collettiva e commerciale moderna

**LATTERIA MONTELO** (pagg. 105). Silvia Lazzarin, dal 2001 direttore marketing di Latteria Montello spa, è l'ennesima dimostrazione di come anche nel settore lattiero-caseario la presenza femminile nei ruoli chiave vada sempre più affermandosi. Da oltre 10 anni, la manager promuove e diffonde l'identità dell'azienda.

**SMEA** (pag. 111). Con l'apertura delle iscrizioni prende avvio la ventunesima edizione dello storico Master della SMEA, l'Alta Scuola in economia agro-alimentare dell'Università Cattolica di Cremona. Un corso post laurea di II livello: ciò significa che vi possono accedere i laureati magistrali e non coloro che hanno conseguito la sola laurea triennale.

## GLI SPECIALI DOSSIER

**SIAL** (pagg. 6-15). Presentiamo i nove prodotti che hanno rappresentato l'Italia all'edizione 2012 del Sial d'Or. Per la seconda edizione consecutiva, un prodotto italiano è salito sul gradino più alto nella propria categoria, meritandosi un Sial d'Or mondiale. Si tratta di "Foglia a Foglia" di Agrifood Abruzzo, che ha vinto nella Categoria dei Prodotti Surgelati.

## PUBBLICITÀ TABELLARE

**BOLOGNA FIERE** (pag. 70 IterMedia); **CALLIPO GELATERIA** (pag. 3ª di cop. Diretto) **DI LEO PIETRO** (pag. 30 Vittorio Mancini Associati); **GANCIA FLLI & C.** (pag. 2ª di cop. Mean AT Work Adv); **HEINEKEN ITALIA** (pag. 64 MC&A Mediavest); **JOHNSON & JOHNSON ITALIA** (pag. 74 Carat); **KIKI LAB** (pag. 18 Diretto); **OLEIFICIO ZUCCHI** (pag. 4ª di cop. Svadv); **PRaise CORPORATION** (pag. 46 Diretto) **RADEBERGER GRUPPE ITALIA** (pag. 66 Gbm Italia); **REED MIDEM ORGANISATION** (pag. 58 Diretto); **SCHAR** (pag. 32 Weber Shandwick); **SIAL** (pag. 84 Saloni Internazionali Francesi); **TECNA EDITRICE** (pag. 126 Diretto); **TESI** (pag. 102 Diretto).