

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/062013/Citati06-13.pdf

RUBRICHE

Relazioni Digitali pag. 70

DIARIO

ACCADIMENTI AZIENDALI pag. 6

PUNTI DI VISTA

PUBBLICITÀ

Crisi sì, ma non di creatività pag. 11
E se pensassimo alla crisi come a uno "strappo", un cambiamento radicale che porterà anche cambiamenti positivi, come sta avvenendo

MERCATO E CONCORRENZA

ENERGY DRINK

Red Bull rivede la comunicazione pag. 12
Ancora una volta i messaggi pubblicitari legati agli energy drink, nello specifico parliamo di Red Bull, finiscono nel mirino dell'Autorità

CONFETTURE

Gli "zuccheri" di Rigoni di Asiago pag. 13
Multa da 40.00 euro a Rigoni di Asiago per pratica commerciale ingannevole. Così è stato giudicato dall'Antitrust il messaggio

SOSTENIBILITÀ E RESPONSABILITÀ

GRANDE DISTRIBUZIONE

Il retail a difesa della sana alimentazione pag. 14
A proposito di sostenibilità nel campo delle scelte alimentari, emerge la questione relativa alla funzione che possono avere le catene della gd

ACQUA MINERALE

San Benedetto fa rinascere il Pet pag. 15
È partito il nuovo progetto denominato "Nuova vita al Pet", promosso da Acqua Minerale San Benedetto in collaborazione con

POLITICHE E STRATEGIE

PASTA

Barilla in "ogni angolo del mondo" pag. 16
L'azienda va meglio delle aspettative e possiamo permetterci di guardare con serenità alle nuove sfide che ci aspettano

BIRRA

Peroni mette al centro il made in Italy pag. 17
Il 2012 verrà sicuramente ricordato come uno dei momenti più difficili e impegnativi degli ultimi decenni e tuttavia, secondo Assobirra

I NUMERI DEL MERCATO

GIOCATTOLE

La crisi incide ma non deprime il settore pag. 18
È un innegabile dato di fatto: la crisi congiunturale che caratterizza lo scenario economico italiano non fa sconti a nessun comparto, nemmeno

INFORAMA

BIBLIOTECA pag. 110
SOLUZIONI TECNOLOGICHE pag. 112
STUDI E RICERCHE pag. 114

PRODUZIONE

CARTOLERIA

Novità fra le righe pag. 21
Come tutto il settore cartoleria, anche la scrittura e la colorazione sono al centro del riassetto distributivo che vede una nuova ripartizione

ABBIGLIAMENTO INTIMO

Tiene l'export scendono i consumi interni pag. 24
In questo momento soffre anche il settore dell'intimo, ma i produttori italiani che puntano sulla qua-

lità possono contare sulla risorsa dell'export

BRICOLAGE

Con la crisi meglio riparare che sostituire pag. 27
Il grande comparto del bricolage, dal mondo professionale al fai da te casalingo, si dimostra anticiclico rispetto al contesto circostante,

ELICOLTURA

L'avanzata della lumaca pag. 30
Sono diversi i metodi di allevamento delle chiocchie da gastronomia, alimento sano, oggi ancora di nicchia, ma dalle interessanti potenzialità

Produzione in breve pag. 31

DISTRIBUZIONE

DISCOUNT

La tecnologia a protezione della marginalità pag. 34
Sta cambiando molto il settore discount, che continua a giocare sulla competitività dei prezzi, ma con un'attenzione sempre maggiore

FRANCHISING ALIMENTARE

Cibi e bevande con molte occasioni pag. 36
Si stanno sempre più diffondendo nuove abitudini alimentari, che portano anche a nuove soluzioni di affiliazione in questo settore

AMBULANTATO

Ritorno agli acquisti in piazza pag. 38
La crisi si fa sentire ovunque, ma tra le bancarelle si ha qualche possibilità in più di fare buoni affari, magari aspettando di arrivare

SALDI

Sconti: come, dove, quando pag. 40
L'Ue si è pronunciata riguardo alle modalità con cui possono avvenire le vendite promozionali, facendo discutere non poco gli attori

Distribuzione in breve pag. 41

RISTORAZIONE

LEISURE

I consumi del dopocena pag. 44
Nonostante un calo nelle uscite e nei consumi non-

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

I CONVEGNI

CONSULMARKETING/AGROQUALITÀ - GRUPPO RINA (pagg. 116-117). Il mercato italiano del vino affronta nuove sfide: se n'è parlato lo scorso aprile a Vinitaly, in occasione di un workshop organizzato dal Gruppo Rina e da Consulmarketing, in media partnership con Largo Consumo e con il patrocinio di Unioncamere Piemonte.

FIERA DI VICENZA (pagg. 8-9). Disabili, anziani, clienti con bisogni speciali: target a cui i retailer devono riservare particolari attenzioni. Se n'è parlato a "Retail for all", una tavola rotonda organizzata da Fiera di Vicenza in partnership con Largo Consumo, in occasione di Gitan-do.All, il salone dedicato al Turismo Accessibile.

SAP ITALIA (pagg. 4-5). In occasione del SAP Executive Summit svoltosi il 15 e 16 marzo scorsi a Villa d'Este di Cernobbio (Co), SAP e Largo Consumo hanno organizzato una tavola rotonda a porte chiuse sul tema "Il cliente multicanale: conoscere e coinvolgere i consumatori nell'era digitale".

LE INTERVISTE

ASSOCALZATURIFICI (pag. 32). Anticipare il cambiamento anziché subirlo: è la strategia di Cleto Sagripanti, presidente di Assocalzaturifici. L'ex Anci sta affrontando una situazione economica complessa, che ha visto nel 2012 riaffacciarsi le nubi della crisi.

CAYENNE (pag. 78). Intervista al general manager Peter M. Grosser sull'organizzazione e le strategie dell'agenzia che, in completa controtendenza, continua a crescere puntando sull'integrazione di tutti i servizi al proprio interno.

I CASI AZIENDALI

TERRE DE LA CUSTODIA (pag. 96). Si è tenuta lo scorso aprile al Vinitaly la premiazione della seconda edizione del Premio Giornalistico Terre de la Custodia. Inviato speciale al Vinitaly 2013", ideato dal gruppo alimentare Farchioni con il contributo scientifico dell'Università degli Studi di Perugia.

LIMONI (pag. 42). Consapevole della realtà con cui le aziende della profumeria devono confrontarsi, Tyco Integrated Fire & Security ha progettato una gamma completa di soluzioni antitaccheggio EAS a marchio Sensormatic®. Limoni ha scelto la tecnologia magnetico-acustica Ultramax Sensormatic®.

FOCUS

ALCE NERO & MIELIZIA (pag. 49). Il Gruppo Alce Nero & Melizia SpA è stato protagonista di un eccellente 2012, che lo ha portato a raggiungere quota 50 milioni di fatturato, dei quali 30 milioni appannaggio di Alce Nero, il marchio di oltre mille agricoltori e apicoltori impegnati, in Italia e nel mondo, nel produrre cibi buoni e sani.

CHECKPOINT SYSTEMS (pag. 35). L'applicazione di tag a radiofrequenza, grazie al supporto di Checkpoint e alle sue soluzioni versatili, quali il sistema SPOTing (Security Protection on Tag), consente di aumentare le vendite e di ridurre le differenze inventariali.

CUOA (pag. 97). Si apre il 18 giugno un Percorso di Alta Formazione dedicato al retail management, progettato da Cuoia in partnership con ER S.p.A. e finalizzato all'approfondimento di strategie e tecniche per operare con successo nel marketing dei processi distributivi.

INTERIKEA CENTER ITALIA (pag. 43). La multinazionale svedese del

turni, il comparto tiene, rispondendo alle esigenze di un consumatore per lo più giovane pag. **45**

Ristorazione in breve pag. **45**

CONSUMATORI

VISSUTO ALIMENTI BIO

La natura batte la crisi pag. **46**
Il segmento degli alimenti biologici è in continua crescita, e sembra non risentire particolarmente della congiuntura difficile di questi ultimi tempi

VOLANTINI

Al centro della comunicazione della gdo pag. **51**
Viviamo un'epoca dominata dal web, dai social network e dalla multicanalità, ma il volantino continua a rivestire un'importanza notevole.....

SURGELATI

Qualche grado in meno pag. **58**
Anche un comparto come quello dei surgelati, che pure risponde alle rinnovate esigenze di consumo degli italiani, non se la sta passando

ACQUISTI FESTIVI

Lo shopping domenicale degli italiani pag. **61**
La liberalizzazione degli esercizi commerciali ha portato a modificare le abitudini di consumo degli italiani, che fanno sempre più compere

VENDING

Basta macchinette che si inceppano pag. **62**
Il settore del vending gode di buona salute, ma per fare un salto di qualità è importante soddisfare le esigenze dei consumatori

DONNE

Una crisi tinta di rosa pag. **65**
La crisi ha colpito tutti, ma per le donne sembra essersi fatta sentire ancora di più, a causa anche di un arretramento cronico del nostro Paese

PREMI FEDELTA'

Investire nella fidelizzazione pag. **67**
Le promozioni, i programmi fedeltà, le raccolte punti rappresentano un modo molto utile per fidelizzare una clientela sempre più attenta.....

Consumatori in breve pag. **68**

COMUNICAZIONE

BIRRA

Il boccale che conquista pag. **73**
È un momento difficile per il mondo della pubblicità, e il settore della birra non fa eccezione. L'unica via d'uscita sembra rappresentata da Internet ..

Comunicazione in breve pag. **79**

IMBALLAGGIO

ALLUMINIO

La filiera del recupero infinito pag. **81**
L'alluminio può vantare un ciclo di vita sostanzialmente illimitato, purché se ne curi al meglio raccolta e riciclo, e questo lo rende un materiale

GAS PER ALIMENTI

Confezioni a prova di gas pag. **83**
Diversi processi di trasformazione e confezionamento di prodotti alimentari presuppongono l'utilizzo di gas, in primis l'anidride carbonica

Imballaggio in breve pag. **85**

LOGISTICA

GLI SCENARI DI LARGO CONSUMO: PARTNERSHIP
I vantaggi della collaborazione ... pag. **86**
La partnership fra due o più organizzazioni per ottimizzare le operazioni, condividendo infrastrutture, risorse e informazioni, risulta

Logistica in breve pag. **90**

RISORSE UMANE

I DOCUMENTI DI LARGO CONSUMO:

RISK MANAGEMENT

Piccoli imprenditori coraggiosi ... pag. **92**
Una recente indagine si sofferma finalmente su un tema di tutto rilievo, e cioè la preparazione delle pmi a gestire i rischi in chiave competitiva

AZIENDE FAMILIARI

La vera sfida è la continuità pag. **94**
Nel nostro Paese le aziende familiari hanno un peso straordinario. Per queste realtà il passaggio di consegne tra le generazioni è cruciale.....

Risorse umane in breve pag. **95**

FINANZA

FRANCHISING

Le risorse per fare l'affiliato pag. **98**
Vanno sempre diminuendo i finanziamenti alle imprese, e nello specifico alle neo-imprese, e il franchising non può che essere interessato

BUONI PASTO

Pausa pranzo a prova di crisi pag. **100**
Il settore è in salute, ma è sulla diffusione dei buoni pasto smaterializzati, anche presso la Pubblica amministrazione, che si gioca la carta

INVESTIMENTI

Le coop agricole spendono per crescere pag. **101**
Nel difficile contesto attuale, le cooperative che hanno comunque fatto scelte coraggiose e deciso di investire avranno più chances di restare.....

Finanza in breve pag. **102**

AMBIENTE

ECOSOSTENIBILITÀ

Le diverse impronte di un prodotto pag. **104**
I beni e i servizi di largo consumo hanno un impatto ambientale sul Pianeta differente in ognuna delle fasi che compongono il loro ciclo di vita ..

SICUREZZA ALIMENTARE

Per una gdo sempre più sicura.. pag. **106**
Tutti i prodotti alimentari che vengono distribuiti dalla gdo devono essere perfettamente conservati, per questo esiste un accurato sistema di controllo...

Ambiente in breve pag. **107**

ENERGIA

RINNOVABILI

Sole e vento fonti rivoluzionarie... pag. **108**
L'Italia sta muovendo passi importanti nel campo delle energie rinnovabili, con benefici importanti per tutti, ma si può fare ancora molto.....

Percorsi di lettura pag. **118**

Le copertine di Largo Consumo..... pag. **119**

Notizie per i lettori e gli inserzionisti.... pag. **120**

Gruppo IKEA intende inaugurare il centro commerciale di Villesse il prossimo 21 Novembre 2013. Il progetto, sviluppato su 90.000 metri quadrati di GLA, costituisce una novità assoluta in Italia.

INTESA SAN PAOLO (pag. 103). Un nuovo accordo rafforza la collaborazione tra Piccola Industria Confindustria e Intesa Sanpaolo, guardando alle prospettive di sviluppo per le pmi e ai nuovi progetti di qualità e prevede un plafond di 10 miliardi di euro.

ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO (pag. 85). L'edizione dedicata all'ambiente dell'Oscar dell'imballaggio, la quarta organizzata dall'Istituto Italiano Imballaggio in collaborazione con CONAI, Consorzio Nazionale Imballaggi, vede 8 packaging sul podio: la premiazione si è tenuta lo scorso maggio a Milano.

MARKETING & MAIL (pag. 57). Marketing & Mail è un'agenzia di distribuzione e promozione pubblicitaria a livello nazionale. Nata a Cuneo, dispone di una propria rete distributiva capillare a livello regionale, con due sedi operative dirette a Cuneo e Torino.

MOTO MECHATRONICS (pag. 41). "Smart Traffic" è un dispositivo rivoluzionario, brevettato e indicato per tutti i tipi di pdv, specie se affollati, dove in prossimità delle casse per il pagamento delle merci si generano code di clienti con carrelli in attesa del proprio turno.

PROMOQUI (pag. 55). PromoQui - società leader nella diffusione online di volantini promozionali - copre esigenze che, in passato, sembravano inconciliabili: è una soluzione che, invece di costringere le aziende a operare una scelta, fa da punto unificatore.

SPOT

FILA (pag. 22). FILA, da sempre specializzata nello sviluppo di pro-

dotti per la scuola, in linea con la sua mission, ha potenziato negli anni gli investimenti in ricerca e sviluppo per realizzare una penna cancellabile ideale per tutte le esigenze.

GOLLEY SLATER (pag. 33). Il Welsh Lamb, che ha ottenuto il marchio di Indicazione Geografica Protetta nel luglio 2003, proviene da aziende agricole gallesi garantite ed è lavorato solo in macelli controllati.

INDICOD-ECR (pag. 79). Mercoledì 10 luglio si terrà a Milano la presentazione dei risultati dell'Osservatorio Non Food 2013 di GS1 Italy | Indicod-Ecr, l'associazione che raggruppa 35.000 aziende industriali e distributive attive nel largo consumo.

VILEDA (pag. 69). Vileda ha rinnovato anche quest'anno la collaborazione con l'organizzazione no profit, basata sul volontariato, Susan G. Komen Italia: della Linea Rosa, che sostiene l'ente, è entrato a far parte SuperMocio Revolution, strumento di pulizia di nuova generazione.

PUBBLICITÀ TABELLARE

ALCE NERO & MIELIZIA (pag. 48 Linkage); **CIAL** (pag. 80 Diretto); **CIRIGLIANA CASEIFICIO** (pag. 2ª di cop. RG ADV); **DIBEVIT IMPORT** (pag. 76 Diretto); **DMP ITALIA** (pag. 54 Diretto); **ETAFELT** (pag. 20 Brands Box); **GSE ITALIA** (pag. 91 Diretto); **HEINEKEN** (pag. 72 MC&A Mediavest); **KIKI LAB** (pag. 10 Diretto); **OLEIFICIO ZUCCHI** (pag. 3ª di cop. Svadv); **PUBLIPOST** (pag. 52 Diretto); **RADEBERGER GRUPPE ITALIA** (pag. 74 Gbm Italia); **RECAPITO CERTO** (pag. 56 Cantelli); **REED MIDEM ORGANISATION** (pag. 4ª di cop. Diretto); **SPOT MAIL** (pag. 50 Lecce).