

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/072012/citati7-12.pdf

RUBRICHE

Etica e imprese pag. **88**
Profili e carriere pag. **104**

DIARIO

ACCADIMENTI AZIENDALI pag. **6**

PUNTI DI VISTA

INDICATORI MACROECONOMICI

Andare oltre il semplice concetto di Pil

..... pag. **9**
Per l'anno 2012 si prevede una riduzione del Pil italiano pari all'1,5%, provocata da una contrazione della domanda interna, non

BAROMETRO

FIDUCIA DEI CONSUMATORI

Gli italiani vedono nero

..... pag. **10**
Le prospettive per il 2012 non inducono gli italiani all'ottimismo e lo registrano gli indicatori di fiducia.

TENDENZE & SCENARI

IMPRESE E CONSUMATORI

Cosa è emerso a Linkontro

..... pag. **15**
"Download the future. Percorso di esperienze per rigenerare fiducia": è questo il tema al centro dell'edizione 2012 de Linkontro Nielsen.

POLITICHE E STRATEGIE

MONDO E IMPRESE

Inditex e il suo modello di business

..... pag. **16**
Inditex è un colosso da 13,79 miliardi, in crescita

costante anche in questo difficile 2011. Quali sono le spiegazioni di tanto dinamismo, in un

GLOBALIZZAZIONE E CONCORRENZA

Fratelli Orsero ci mette la firma

..... pag. **17**
Con circa un miliardo di fatturato, più di 3.300 dipendenti, Gf group è sicuramente l'unica multinazionale frutticola rigorosamente italiana, se

STATO DELLE IMPRESE

MULTISPECIALISTI CASA

Riflettori su Meliconi

..... pag. **18**
Meliconi opera nel comparto dei casalinghi e nel settore dell'audio-video e dell'elettronica di consumo, sapendo imporsi in Italia e nel mondo.

I NUMERI DEL MERCATO

FASHION

Il guardaroba degli italiani

..... pag. **20**
Una fase di criticità congiunturale è quel che sembra emergere da una recente analisi elaborata dall'Osservatorio permanente di Sita Ricerca riferita ..

RICERCHE DI MERCATO

INDAGINI E STUDI pag. **124**

PRODUZIONE

GDO

La tradizione in grande distribuzione

..... pag. **22**
Il rapporto tra fornitori locali e gdo si dimostra un punto di forza nella proposta territoriale e nella fidelizzazione del consumatore

ALCOLICI

Un happy hour contro la crisi

..... pag. **25**
Il rito dell'aperitivo sta prendendo sempre più piede, trasformando in modo significativo le abitudini degli italiani riguardo al consumo di bevande

CARAMELLE

Gocce di dolcezza a cui non si può dire no

..... pag. **28**
Il settore delle caramelle è in costante espansione,

con un trend che premia sia le aziende più ancorate alla tradizione sia quelle più innovative

CASALINGHI

Superare la paura ai fornelli

..... pag. **31**
Come se la passa il mercato italiano di pentole e posate? Il periodo non è dei migliori, vista la sfiducia diffusa nei consumatori, ma le prospettive non sono pessime.

PRIVATE LABEL

Una crescita quasi scontata

..... pag. **36**
La situazione economica e il forte interessamento delle grandi insegne e dei consumatori lasciano supporre uno sviluppo ulteriore della marca privata.

PET MARKET

Animali sempre più protagonisti

..... pag. **41**
Continua la crescita del mercato dei prodotti indirizzati ai pet, a cui i consumatori italiani, e non solo, dedicano sempre maggiori attenzioni.

Produzione in breve pag. **48**

DISTRIBUZIONE

VINO

In gdo nulla di scontato

..... pag. **50**
Il retail cerca aziende vitivinicole capaci di esprimere qualità del prodotto, affidabilità e capacità di coinvolgere il cliente. Come? Informandolo.

ACQUISTI DIRETTI

Dai coltivatori parte la sfida alla gdo

..... pag. **53**
La crisi sta spingendo il consumatore a valutare modalità di acquisto differenti, cercando un contatto diretto con i produttori, coniugando così

FRANCHISING

Ecco l'accordo regolamentato

..... pag. **54**
L'affiliazione commerciale sta prendendo sempre più piede anche in Italia e ora il quadro legislativo che la riguarda è diventato più strutturato.

Distribuzione in breve pag. **55**

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

PROFILI

ARNEG (pagg. 120-121). Nasce a Novoli (Fi) un innovativo format di supermercato all'insegna dell'eccellenza territoriale e del servizio: Unicoop Firenze si è affidata all'esperienza e al know-how di Arneg per la realizzazione di soluzioni d'arredo innovative ideate per valorizzare prodotti alimentari d'alta qualità e ottimizzare il servizio al cliente.

DI LEO (pagg. 76-77). Cresce il segmento salutistico e free from. Di Leo spa, storico biscottificio leader nell'Italia meridionale e sempre più attivo anche al Centro-Nord, risponde a questo trend con il restyling della linea "Se mi mangi Vivisano", lanciata con successo nel 2008, e nuovi investimenti in ricerca e sviluppo tesi a rendere i biscotti ancora più buoni.

FILA (pagg. 4-5). Qualità, colore e gioco: queste le parole d'ordine che identificano la collezione Natale 2012 di FILA. L'azienda presenta numerose novità a marchio Didò, Giotto e Das dedicate ai bambini di tutte le età, nate per stupire grandi e piccini.

OSCARTIELLE (pagg. 114-115). Il "tempio della gastronomia italiana" è finalmente arrivato a Roma, con uno splendido megastore da poco inaugurato nell'ex Air Terminal della Stazione Ostiense. A Oscartielle è stato affidato l'incarico di arredare questi grandi spazi, coniugando come sempre qualità, funzionalità, efficienza e attenzione all'ambiente.

I CONVEGNI

BRAVOSOLUTION (pagg. 94-95). Nelle imprese industriali del largo consumo, l'acquisto di trasporti e logistica è spesso affidato al responsabile della logistica. Si tratta di un'attività strategica, che richiede tempo e una forte competenza di settore. Se n'è parlato lo scorso 18 aprile a Milano in un workshop promosso da BravoSolution.

LE INTERVISTE

UNES (pag. 56). All'insegna del low profile, del fare più che apparire, Unes ha messo a segno negli ultimi anni una serie di risultati che ne fanno un retailer dall'andamento "anticiclico" rispetto al trend del retail nel suo complesso. Ne parliamo con Mario Gasbarrino, amministratore delegato della società parte di Finiper.

GLI INCONTRI IN AZIENDA

CAMPARI (pag. 86). Ha aperto i battenti presso la Galleria Campari, la mostra: "Camparisoda 80 anni e non sentirli: da Fortunato Depero a Franz Marangolo, da Guido Crepax a Franco Scepi". Fino al 21 dicembre 2012, l'esposizione racconterà la storia di successi del primo pre-mix della storia.

FOCUS

ACETIFICI ITALIANI MODENA (pag. 49). A Carpi, nel cuore della terra modenese, tra botti e tinaie circondate da vigneti di Lambrusco, sorge l'acetificio De Nigris, una realtà all'avanguardia nel panorama dell'industria alimentare made in Italy, specializzata nell'Aceto Balsamico di Modena Igp.

ALMA (pag. 61). La seconda edizione del corso di Manager della Ristorazione, in programma da settembre 2012 a luglio 2013, è destinata a diplomati in corsi di cucina, pasticceria e sommelierie con circa 2 anni di esperienza pratica e a professionisti della ristorazione con un significativo percorso lavorativo.

CAREL INDUSTRIES (pagg. 119). La soluzione per raggiungere la massima efficienza energetica negli impianti di refrigerazione, climatizzazione e illuminazione si chiama Carel retail sistema. Il sistema fornisce il controllo integrato e ottimizzato degli impianti della Gdo attraverso controllori elettronici di ultima generazione.

CASEIFICIO CIRIGLIANA (pag. 65). Da più di 40 anni nel settore caseario, il

RISTORAZIONE

SICUREZZA

Mangiare senza rischiare pag. **58**
È un tema cruciale quello della sicurezza e igiene alimentare, che interessa tutta la filiera fino ai ristoratori, per cui è necessario effettuare

Ristorazione in breve pag. **60**

CONSUMATORI

LATTIERO CASEARI

Prodotti ricchi di valori estremamente positivi pag. **62**
Una ricerca fa il punto della situazione sul rapporto che i consumatori del nostro Paese hanno con i prodotti lattiero-caseari.

IV GAMMA

Piccola epopea dell'insalata in busta pag. **68**
Il consumatore oggi ha poco tempo da dedicare ai fornelli, ma è attento a consumare prodotti freschi e genuini, tutti elementi che lo spingono

ALCOLICI

Meglio tornare al consumo "mediterraneo" pag. **70**
Un'indagine dell'Università La Sapienza e la relazione annuale del Ministero della Salute fanno luce sulle abitudini malsane degli italiani, fin da

TERZA ETÀ

Per chi non è più un ragazzino pag. **73**
I senior rappresentano un bacino di utenza in crescita e le aziende iniziano a offrire prodotti target oriented. Ma ancora molto può essere fatto.

ELETTRODOMESTICI

Quanta tecnologia nelle case italiane? pag. **78**
Negli ultimi anni sono stati molti i cambiamenti riguardanti la presenza di elettrodomestici e tecnologia fra le mura dei nostri connazionali.

INTERNET

Il geosocial network per i business locali pag. **79**
Foursquare è il primo tentativo riuscito di social

networking basato sulla condivisione della posizione geografica dell'utente, che ha raggiunto.

Consumatori in breve pag. **80**

COMUNICAZIONE

LOYALTY MARKETING

Fedeltà a brand, insegna e negozio pag. **82**
Risulta sempre più vantaggioso puntare sulla fidelizzazione del cliente, attraverso carte fedeltà, raccolte punti e promozioni varie.

TELEMARKETING

Stop alle telefonate moleste pag. **84**
Non sono pochi i disagi che possono provocare le attività di telemarketing "selvaggio". Perciò sono arrivate nuove regole a tutela del consumatore.

Comunicazione in breve pag. **85**

IMBALLAGGIO

SHELF LIFE

E la scadenza del pack? pag. **90**
Un interessante studio ci porta ad approfondire un tema rilevante, la capacità dei contenitori in cui sono conservati gli alimenti nello svolgere

CERTIFICAZIONE

Cosa c'è sotto quel simbolo? pag. **92**
Quali sono il significato e il "peso" della marcatura Ce che spesso troviamo sui prodotti che acquistiamo? Cosa è cambiato negli ultimi anni a

Imballaggio in breve pag. **93**

LOGISTICA

INTERNET

Una nuvola per la ripresa pag. **96**
Le soluzioni di cloud computing sono sempre più vantaggiose in termini di facilità e comodità di utilizzo oltre che economiche, anche se in Italia.

Logistica in breve pag. **99**

RISORSE UMANE

RETAIL

Il Sud fra operai e dirigenti pag. **100**
Che cosa è cambiato negli ultimi anni a livello retributivo nel settore retail nel Mezzogiorno? E come tali cambiamenti si rapportano con

Risorse umane in breve pag. **103**

FINANZA

PMI

Per evitare il peggio pag. **106**
Recentemente il Governo ha introdotto, con un'apposita legge, nuove possibilità per le Pmi che si trovano a dovere fronteggiare situazioni

MAC

L'impresa si avvicina agli investitori pag. **108**
Il Mercato Alternativo del Capitale nasce con l'intento di facilitare l'accesso al capitale di rischio e rafforzare la struttura finanziaria delle Pmi.

Finanza in breve pag. **109**

AMBIENTE

TESSILE

Brutte sorprese dopo il lavaggio... pag. **110**
Alcune sostanze tossiche vietate nei Paesi europei arrivano da noi tramite i tessuti prodotti nei Paesi emergenti e, una volta lavati, vanno a

Ambiente in breve pag. **112**

ENERGIA

GDO

Quanta efficienza tra gli scaffali? ... pag. **116**
Il risparmio energetico è tema cruciale per la gdo, che spende molto per illuminazione e climatizzazione. Le insegne stanno cercando soluzioni

Energia in breve pag. **122**

Percorsi di lettura pag. **127**

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

Caseificio Cirigliana produce Formaggio Dop Mozzarella di Bufala Campana secondo le severe regolamentazioni del Consorzio Mozzarella di Bufala di cui fa parte. L'azienda è gestita dalla famiglia Rubino e vanta oggi 20 dipendenti.

LAVIOSA CHIMICA MINERARIA (pag. 47). Laviosa Chimica Mineraria è un'azienda leader in Europa nella ricerca e trasformazione di bentoniti e altri minerali argillosi in idee e soluzioni di alto valore per numerosi mercati. L'azienda ha messo a punto una gamma di lettieri igieniche di elevata qualità che assicurano il benessere del gatto.

SPOT

GRUPPO ITALIANO VINI (pag. 72). Melini ha pensato e realizzato la nuova linea Re-Chianti, presentata lo scorso 21 giugno nella sede storica della cantina, a Gaggiano, tra le dolci colline chiantigiane. Il Chianti Docg e il Chianti Governo all'uso toscano sono stati i protagonisti della giornata.

KIKI LAB (pag. 103). Si svolgerà il 25 settembre 2012 a Milano un grande convegno sul tema: "Cross-Canalità 2012: Retail Surf tra negozi e web. Sinergie e circoli virtuosi tra canali fisici e digitali". A organizzarlo è Kiki Lab - istituto-laboratorio specializzato sul retail che offre consulenze, ricerche, formazione e servizi - con la media partnership di Largo Consumo.

MEGGLE ITALIA (pag. 67). Meggle rafforza la gamma light con un prodotto innovativo: Butterfly Burro Leggero. Derivato dal buon latte di sempre ma con il 50% di grassi in meno rispetto al burro tradizionale Meggle Butterfly Burro Leggero è un'assoluta novità perché è senza lattosio e senza glutine.

PENSOFAL (pag. 33). Pensofal si identifica in tutto il mondo per aver brevettato e realizzato la pentola Pastasi, un must di gamma molto richiesto sia per la sua praticità d'uso, sia per l'estetica moderna ma piacevolmente legata alla tradizione della cottura della pasta.

RADEBERGER (pag. 81). DAB, la birra Cruda, è sempre più presente nel mondo del Golf. Iniziata 9 anni fa con una sponsorizzazione di un circuito di

gare al Golf di Gressoney, la presenza di DAB sui campi di golf del Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta è aumentata di anno in anno.

SDA BOCCONI (pag. 101). SDA Bocconi ha lanciato lo scorso anno il programma Retail Manager, un corso di formazione pensato per aiutare gli attuali e futuri retail manager a sviluppare solide e ampie competenze in materia. L'edizione 2012 è in programma dal 15 ottobre al 22 novembre prossimi.

VITAKRAFT ITALIA (pag. 43). Beef-Stick è l'originale stick morbido alla carne inventato da Vitakraft, un gustoso snack per cani alla carne, uno sfizioso fuoripasto a forma di salsicciotto fatto con oltre il 90% di pura carne della migliore qualità arricchita di sostanze minerali e Vitamina E.

PUBBLICITÀ TABELLARE

AFFINITY PETCARE ITALIA (pag. 46 *Diretto*); **AGRA EDITRICE** (pag. 126 *Diretto*); **BOLOGNA FIERE** (pag. 3^a di cop. *IterMedia*); **CIRIGLIANA CASEIFICIO** (pag. 64 *Studio Guariglia*); **CISAPLAST** (pag. 118 *Diretto*); **COLZANI RICAMBI** (pag. 113 *Diretto*); **DIENNEA** (pag. 14 *Diretto*); **ECOBAGS** (pag. 4^a di cop. *Absolut*); **GARANTI** (pag. 123 *White Red & Green*); **GUARDINI** (pag. 34 *Diretto*); **ICEFOR** (pag. 38 *Diretto*); **ITALIA ZUCCHERI COMMERCIALE** (pag. 2^a di cop. *White Red & Green*); **KIKI LAB** (pag. 102 *Diretto*); **MEGGLE ITALIA** (pag. 66 *Diretto*); **MORANDO** (pag. 44 *Noodles Comunicazione*); **NOVA FOODS** (pag. 40 *Crea House*); **PENSOFAL** (pag. 87 *Mac Far*); **SANTONI** (pag. 8 *Loqui*); **SYMPHONY IRI GROUP** (pag. 42 *Diretto*); **VITAKRAFT ITALIA** (pag. 32 *Diretto*).