

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/102013/Citati10-13.pdf

RUBRICHE

Formazione e lavoro pag. 106

DIARIO

ACCADIMENTI AZIENDALI pag. 4

PUNTI DI VISTA

LIBRI SCOLASTICI

Quei libri (s)venduti pag. 7
Fino all'entrata in vigore della legge Levi (approvata il 20 luglio 2011, ndr) - comincia Galla - il problema degli sconti sui libri nella gdo era

MONDO E IMPRESE

SUPPLY CHAIN

I rischi del food & beverage pag. 8
Alla logica di convenienza e di prezzo nella scelta dei prodotti, dettata dalla crisi e dalla perdita di potere d'acquisto, si abbina il profilo

TENDENZE E SCENARI

CONSUMI NON FOOD

Trend negativo generalizzato pag. 10
Il settore del non food è sempre più multicanale: è quanto emerge dai dati dell'edizione 2013 dell'Osservatorio Non Food realizzato da

AGRICOLTURA

Andare oltre il campo pag. 12
Il problema dell'agricoltura italiana è anzitutto quello di un'eccessiva frammentazione dei lotti. La maglia poderale italiana, come censita dall'Istat ...

MERCATO E CONCORRENZA

FARMACI

La salute non arriva on line pag. 14
Farmaci per curare l'impotenza e la disfunzione

erettile venduti on line, senza bisogno di ricetta medica e a prezzi stracciati, facendo credere

TUTELA CONSUMATORI

Il ruolo dell'autorità antitrust pag. 15
Nessuna ripresa senza una vera tutela dei consumatori e lo sviluppo di una vera concorrenza: è questa, in estrema sintesi, l'opinione espressa

SOSTENIBILITÀ E RESPONSABILITÀ

ALIMENTARE

Le "grandi sorelle" più eque pag. 16
All'interno di un discorso di correttezza alimentare e marchi, si inserisce il rapporto promosso da Oxfam, in cui vengono valutate le politiche sociali

GDO

Il Sentiment dei clienti pag. 17
Secondo gli amministratori delegati delle maggiori Società del mondo il decennio tra il 2010 e il 2020 sarà quello in cui la Sostenibilità

RISULTATI D'ESERCIZIO

GRANDE DISTRIBUZIONE

2012 difficile per Coop Adriatica pag. 18
Il 2012 non è stato un anno facile per i consumi. La spesa delle famiglie italiane ha sperimentato il calo più forte degli ultimi cinquant'anni, con

SURGELATI

Orogel resiste alla crisi dei consumi pag. 19
I surgelati di Orogel chiudono il 2012 con 176,2 milioni di euro di ricavi, in crescita del 3,6% sul 2011 (bilancio consolidato settore surgelati

POLITICHE E STRATEGIE

VINO

Da seicento anni, Marchesi Antinori pag. 20
La famiglia Antinori si dedica alla produzione vinicola da più di sei secoli: da quando, nel 1385, Giovanni di Piero Antinori entrò a fare parte

ALIMENTI SPECIALI

Dr. Schär vicino ai celiaci pag. 21
Dr. Schär, leader italiano ed europeo nel comparto degli alimenti senza glutine, nasce nei lontani anni Venti, ma compie una svolta radicale

QUADRO COMPETITIVO

BIRRA

Gli strateghi del boccale pag. 22
Le condizioni incerte dell'economia globale, l'aumento delle tasse in alcuni Paesi legato alle misure di austerità, la volatilità delle valute e delle

I NUMERI DEL MERCATO

VINO

Dop e Igp sotto i riflettori pag. 24
Dal recente rapporto elaborato da Ismea (Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare), emergono significativi dati riferiti al trend

INFORMAMA

INNOVAZIONE pag. 122

SOLUZIONI TECNOLOGICHE pag. 124

STUDI E RICERCHE pag. 126

PRODUZIONE

MIELE

Un mercato dolce-amaro pag. 26
Se crescono i consumi di miele, più critica è la situazione sul fronte produttivo: il ricorso alle importazioni è sempre più necessario, non solo in Italia

OLIVE

Tanta polpa attorno al nocciolo pag. 31
Il mercato italiano delle olive registra numeri notevoli: il nostro Paese si conferma tra i primi a livello mondiale.

CIOCCOLATO

Cioccolato, a partire da un seme... pag. 34
Gli italiani hanno rinunciato a molti prodotti alimentari a causa della crisi, ma il cioccolato sembra essere uno sfizio di cui non si vuole fare

ACETO BALSAMICO

Non un semplice condimento pag. 39
L'aceto balsamico è uno dei prodotti di punta del made in Italy, con una tradizione straordinaria, che va oggi difeso dalle imitazioni.

TESSILE-MODA

La moda italiana lontano dall'Europa pag. 43
L'ultima edizione di Moda Prima, come di consueto, ha rappresentato un momento importante per riflettere sulla situazione del fast fashion italiano.

Produzione in breve pag. 47

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

I PROFILI

ABELLO (pagg. 28-29). Fondata nel 1994, la cooperativa riunisce attualmente 340 apicoltori professionisti sparsi in tutta Italia ed è tra le maggiori realtà di questo settore. Il rigido presidio della filiera produttiva e la capacità di rappresentare l'estrema varietà della produzione nazionale ne fanno un fornitore ideale anche per il retail.

MURANO (pagg. 78-79). Con un vasto assortimento firmato "Fatina", l'azienda si conferma tra i big di un comparto che richiede capacità di rispondere efficacemente alle esigenze del mercato. Per questo, Murano ha investito per rafforzare la capacità produttiva e le tecnologie dello stabilimento di Pomigliano d'Arco.

LE INTERVISTE

AVANZI (pag. 69). A caratterizzare Ottica Avanzi è il suo stile diretto e la trasparenza nei confronti dei clienti: si apre con questa sottolineatura l'intervista all'amministratore delegato Daniele Voltini. La società nel 2012 ha registrato un fatturato di 94 milioni di euro (+6% sul 2011).

PUCCI (pag. 48). Una prestigiosa acquisizione - Berni e Louit Frères - e

un'ambiziosa strategia di rilancio dei marchi in portafoglio e della propria presenza in Italia e sui mercati internazionali. Per Pucci, storica azienda alimentare romagnola, il 2013 è senza dubbio l'anno della svolta: ne parliamo con l'amministratore delegato Stefano Pucci.

I CASI AZIENDALI

ASPIAG SERVICE (pag. 66). Negli ultimi anni le differenze inventariali sono state aggravate dalla crescita del livello di organizzazione dei furti, con effetti molto negativi per i retailer. Aspiag Service si è affidata ai sistemi e alle apparecchiature di Tyco Integrated Fire & Security.

FOCUS

LA LINEA VERDE (pag. 87). La Linea Verde presenta "DimmidiSi il Tramezzino Fresco". È una novità di prodotto senza precedenti per La Linea Verde, il cui obiettivo è puntare sulla freschezza assoluta e sulla massima qualità degli ingredienti per proporre al mercato un prodotto che promette di cambiare il percepito dei consumatori.

RADEBERGER GRUPPE ITALIA (pag. 86). Bionade deriva dalla fermentazione analcolica del malto d'orzo biologico in acqua. Un processo brevettato simile a quello che si realizza nella trasformazione del polline in miele. In questa trasformazione, si ottiene una sostanza fisiologicamente importante

DISTRIBUZIONE

GLI SCENARI DI LARGO CONSUMO:
REFRIGERAZIONE COMMERCIALE
Come competere nel mondo pag. 50
Quello degli arredi refrigerati è un settore di punta del made in Italy ma, confrontando le dinamiche globali e i flussi di scambio import/export fra
DISCOUNT
Si risparmia anche sul percorso ... pag. 55
Il canale discount sta vivendo un momento molto fortunato, complice la crisi, certamente, ma anche per il fatto che la distanza rispetto a super e iper ...
CONSERVE VEGETALI
Uno scaffale sempre più "privato" pag. 59
Nel settore delle conserve vegetali le private label ricoprono ormai un ruolo dominante, e addirittura in crescita.
GLI INCONTRI DI LARGO CONSUMO:
REAL ESTATE
Ruolo del commercio nei centri urbani pag. 63
Nonostante alcuni pregiudizi infondati, si può fare retail di successo anche nei centri cittadini, che a loro volta vengono valorizzati e arricchiti.
Distribuzione in breve pag. 67

RISTORAZIONE

CUCINA ITALIANA
Trattorie tricolori nel mondo pag. 70
I piatti nazionali sono molto amati all'estero, ma non sempre vengono proposti in maniera fedele, a causa della difficile reperibilità degli
PAUSA PRANZO
Il pasto da casa pag. 72
Visti i tempi difficili, e la crescente voglia di alimenti freschi e naturali, la schiscetta sta ritornando in auge fra gli italiani, che la preferiscono al
CONSUMATORI

CONSUMATORI

FRUTTA SECCA
Salute, benessere e tanto gusto ... pag. 75
È un mercato interessante quello della frutta secca, un prodotto che risponde perfettamente alle esigenze del consumatore moderno.

NUTRACEUTICA

Buoni e alleati della salute pag. 81
I prodotti nutraceutici, che uniscono il mondo della nutrizione con quello farmaceutico, evidenziano un trend di crescita davvero interessante.
CONTRAFFAZIONE ALIMENTARE
Evitare gli imbroglu su ciò che si mangia pag. 83
Esistono diversi strumenti per combattere la contraffazione alimentare, ma ciò che più conta è vigilare sul modo in cui essi vengono applicati
Consumatori in breve pag. 85

COMUNICAZIONE

DIGITAL OPPORTUNITY
Cosa si rischia sul web pag. 89
Il mondo della rete, quello dei social network e degli infiniti link, offre molte opportunità, ma è giusto sapere che presenta anche molte insidie.
SOCIAL MEDIA
Le aziende nelle arene dei blog ... pag. 91
Ormai la dimensione "social" è qualcosa a cui le aziende non possono rinunciare, ma si deve essere preparati per gestire al meglio tali strumenti. ...
Comunicazione in breve pag. 93

IMBALLAGGIO

TAPPI
La resistenza del sughero pag. 94
In un settore, quello delle chiusure delle bottiglie di vino, che è un vanto del made in Italy, convivono difficoltà e nuove opportunità.
Imballaggio in breve pag. 97

LOGISTICA

I DOCUMENTI DI LARGO CONSUMO: RETAIL
La complessità della multicanalità ... pag. 98
Cambia il commercio al dettaglio per via dei nuovi canali di acquisto e cambiano di conseguenza anche i processi logistici dei venditori
Logistica in breve pag. 100

RISORSE UMANE

FARMACEUTICI
Manager tra i medicinali pag. 102
Le nuove esigenze del settore farmaceutico hanno

umentato la richiesta di manager esperti in farmaco-economia, anche a livelli capillari.

AZIENDE AL FEMMINILE

L'agricoltura si tinge di rosa pag. 103
Aumenta il numero delle donne imprenditrici nel settore agricolo, verso il quale il gentil sesso sembra avere una predisposizione naturale.
Risorse umane in breve pag. 104

FINANZA

PRESTITI
Come la banca valuta l'impresa ... pag. 108
La crisi mette in guardia le banche, ma d'altro canto le aziende italiane devono essere aiutate, per questo possono essere utili nuovi strumenti
MICROCREDITO
Una scialuppa contro la crisi pag. 110
Il microcredito rappresenta un'opportunità notevole, soprattutto in un periodo come questo, per esempio per tutte le persone che hanno perso il ...
Finanza in breve pag. 111

AMBIENTE

ALIMENTAZIONE E SOSTENIBILITÀ
A tavola ci vuole equilibrio pag. 112
Anche il cibo ha il suo impatto ambientale: è quindi necessaria un'adeguata informazione sull'argomento in modo che il consumatore sia più
CONSUMI IDRICI
Dito puntato sull'agroalimentare pag. 114
Il progetto "Life+ AQUA" mette a disposizione delle aziende una serie di strumenti utili per ottimizzare l'utilizzo idrico nei processi produttivi.
Ambiente in breve pag. 115

ENERGIA

ILLUMINAZIONE
Negozi in piena luce pag. 118
Le soluzioni offerte dalla tecnologia Led garantiscono nuove possibilità al retail per rendere i pdv più accoglienti, funzionali, piacevoli e sostenibili.
Energia in breve pag. 121
Percorsi di lettura pag. 128
Notizie per i lettori e gli inserzionisti pag. III cop.

nell'alimentazione: l'acido gluconico, ricco di calcio e magnesio.

SOCADO (pag. 37). SOCADO, Società Alimentare Dolciaria, è un'azienda che opera nel mondo dei prodotti dolciari e, in particolare, del cioccolato fin dall'inizio degli anni '70. La sede principale è a Villafranca di Verona dove, oltre ad una moderna struttura di uffici, dispone di diversi siti produttivi.

VALBONA (pag. 60). Oggi Valbona è una delle principali realtà nel settore delle verdure conservate, sughi e salse, con un fatturato in costante crescita, un accentuato sviluppo nei mercati esteri e una grandissima predisposizione per le produzioni private label.

VI.P (pag. 49). La Linea Crocville di Mela Val Venosta aiuta i più giovani a imparare a seguire, tra educazione e divertimento, le regole base di una corretta alimentazione. Il pack, pensato per i bimbi, è composto da 6 mele Gala Val Venosta racchiuse all'interno di un colorato e allegro vassoio.

SPOT

CASIO (pag. 67). Casio ha presentato il nuovo videoproiettore XJ-SK600. Il nuovo sistema di proiezione - grazie a una struttura progettata ad hoc - permette di raggiungere una luminosità di 6000 Ansi Lumen, attraverso l'utilizzo contemporaneo di due videoproiettori in configurazione stacking.

EPSON (pag. 105). Epson, il produttore di videoproiettori numero uno al mondo, aggiorna la sua gamma 3LCD entry level pensati per i piccoli uffici,

le Pmi e il settore della formazione. I nuovi modelli integrano nuove funzioni, inclusa la compatibilità Wi-Fi, e offrono al contempo un ottimo rapporto qualità-prezzo.

MEGGLE ITALIA (pag. 57). Meggle Italia rappresenta da 10 anni in Italia il marchio tedesco Meggle, leader nel comparto del burro originale tedesco con un fatturato che nel 2012 ha registrato una crescita del 40% sul 2011 raggiungendo un traguardo di oltre 20 milioni di euro.

PUBBLICITÀ TABELLARE

ACETUM (pag. 38 Diretto); **AGRA EDITRICE** (pag. 6 Diretto); **AHDB MEAT SERVICE** (pag. 73 JDT); **ALASKA SEAFOOD** (pag. 116 Diretto); **COSTAN** (pag. 2ª di cop. Diretto); **DIENNEA** (pag. 88 Diretto); **EUROCOMPANY** (pag. 74 Diretto); **LILLO** (pag. 54 Deltastudio); **ESSEDUE ALIMENTARI** (pag. 46 Diretto); **GAZELEY ITALIA** (pag. 96 Diretto); **GOLLEY SLATER** (pag. 84 Newwws); **GSE ITALIA** (pag. 101 Diretto); **IGD SIIQ** (pag. 64 Diretto); **MADAMA OLIVA** (pag. 30 Diretto); **MED FOOD** (pag. 56 Diretto); **NEROMODENA** (pag. 40 Studio Design); **NOVA FOODS** (pag. 68 Crea House); **OLEIFICIO ZUCCHI** (pag. 80 Svad); **PUBLIPOST** (pag. 104 Diretto); **REED MIDEM ORGANISATION** (pag. 62 Diretto); **ROMEO FICACCI** (pag. 32 Diretto); **SOCADO** (pag. 36 Diretto); **TESI** (pag. 4ª di cop. Diretto).