

sommario

CONTENUTI EDITORIALI

RUBRICHE

Top & Trends	pag. 77
Etica e Imprese	pag. 106
Formazione e lavoro	pag. 126

DIARIO

ACCADIMENTI AZIENDALI	pag. 8
-----------------------------	--------

PUNTI DI VISTA

RISO	
Ebro e Scotti insieme nel mondo	pag. 11
<i>Dal canto suo, invece, il gruppo risiero italiano ha fin da subito rimarcato il carattere strategico dell'alleanza con Ebro Foods</i>	

CLIMA DI FIDUCIA

CONSUMATORI	
Servizi sotto la lente	pag. 12
<i>Dai dati riportati nel "Terzo Osservatorio sui Consumatori" realizzato da I-Com (Istituto per la Competitività), emerge uno scenario</i>	

MONDO E IMPRESE

RISTORAZIONE	
Starbucks fidelizza e innova	pag. 14
<i>Lo Starbucks che conosciamo oggi comincia il suo percorso di sviluppo nel 1985 con la nascita di Starbucks Corporation, ma la sua storia</i>	
CAFFÈ	
Nasce Jacobs Douwe Egberts	pag. 15
<i>Alcuni dati possono riassumere i contenuti del rapporto "Consumi & distribuzione" 2014 di Ancc Coop: sono i 230 miliardi di euro</i>	

Nasce Jacobs Douwe Egberts	pag. 15
<i>Alcuni dati possono riassumere i contenuti del rapporto "Consumi & distribuzione" 2014 di Ancc Coop: sono i 230 miliardi di euro</i>	

TENDENZE E SCENARI

COMPORAMENTI SOCIALI	
Italia tra arcaismo e modernità	pag. 16
<i>Alcuni dati possono riassumere i contenuti del rapporto "Consumi & distribuzione" 2014 di Ancc Coop: sono i 230 miliardi di euro</i>	
SHOPPING EXPERIENCE	
Il consumatore tecnologico	pag. 18
<i>Dopo la crisi del 2009 la fluidità è un fatto acquisito, si è assistito a un progressivo mutamento dei modelli di consumo, il marketplace</i>	

Il consumatore tecnologico	pag. 18
<i>Dopo la crisi del 2009 la fluidità è un fatto acquisito, si è assistito a un progressivo mutamento dei modelli di consumo, il marketplace</i>	

AGROALIMENTARE ITALIANO NEL MONDO

GIAPPONE	
I prodotti dop e igp in primo piano	pag. 20
<i>Il Giappone ha fatto da storico apripista sui mercati asiatici per i nostri prodotti alimentari. Con una quota export 2013 di 696,1 milioni</i>	

AUSTRALIA	
Un mercato sempre più "vicino"	pag. 21
<i>Il mercato australiano, benché agli antipodi del nostro Paese sul piano geografico, è sempre più vicino ai nostri prodotti alimentari</i>	

MERCATO E CONCORRENZA

ALBERGHI E RISTORANTI	
Le recensioni sospette di TripAdvisor	pag. 22
<i>Ci si può fidare delle recensioni on line di alberghi, ristoranti e strutture turistiche? Se lo chiede l'Antitrust che, su sollecitazione</i>	
CAMPAGNE PROMOZIONALI	
Da Bennet lo sconto che inganna	pag. 23
<i>L'Antitrust ha deciso di sanzionare con una multa di 50.000 euro la catena di supermercati Bennet per pratica commerciale scorretta</i>	

AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA

VERIDICITÀ DEI MESSAGGI	
Greenadvertising o greenwashing?	pag. 24
<i>La difesa dell'ambiente va di moda. Incontra la sensibilità dell'opinione pubblica, sempre più attenta alle tematiche dell'inquinamento</i>	
WEB	
Bloccare le inserzioni sui siti pirata	pag. 25
<i>lab Italia (Interactive Advertising Bureau), Fpm (Federazione contro la pirateria musicale e multimediale) e Fapav (Federazione</i>	

Bloccare le inserzioni sui siti pirata	pag. 25
<i>lab Italia (Interactive Advertising Bureau), Fpm (Federazione contro la pirateria musicale e multimediale) e Fapav (Federazione</i>	

SOSTENIBILITÀ E RESPONSABILITÀ

ARTICOLI UFFICIO	
3M minaccia l'ambiente?	pag. 26
<i>Che utilizzate o meno i Post-it per ricordarvi scadenze, info e appuntamenti, la polemica scoppiata tra l'Ong americana ForestEthics e 3M</i>	
FOOD	
Le pagelle delle multinazionali	pag. 27
<i>A un anno di distanza dalla presentazione della ricerca "Scopri il marchio", proposta da Oxfam all'interno della campagna "Coltiva - il Cibo</i>	

Le pagelle delle multinazionali	pag. 27
<i>A un anno di distanza dalla presentazione della ricerca "Scopri il marchio", proposta da Oxfam all'interno della campagna "Coltiva - il Cibo</i>	

RISULTATI D'ESERCIZIO

CASALINGHI	
Bialetti a un punto di svolta?	pag. 28
<i>Cresce l'indebitamento e calano i ricavi. L'andamento, e le difficoltà, di Bialetti Industrie si concentrano in queste due voci</i>	
VINI	
La crisi non ferma Giv	pag. 29
<i>Il Gruppo Italiano Vini è primo in Italia tra le principali aziende nel mondo nella produzione e commercializzazione di vini di pregio</i>	

POLITICHE E STRATEGIE

SURGELATI	
Findus guarda avanti	pag. 30
<i>Parte di Iglo Group - principale operatore in Europa nel comparto dei frozen food, controllato a sua volta dal fondo Permira, con un fatturato netto</i>	
LATTIERO CASEARIO	
Granarolo senza frontiere	pag. 31
<i>Con una stagione estiva e autunnale all'insegna dell'internazionalizzazione, Granarolo ha riconfermato che l'allargamento degli orizzonti</i>	

DISCIPLINA DEL COMMERCIO

ORTOFRUTTICOLI DI IV GAMMA	
Le nuove norme dell'insalata pronta	pag. 32
<i>Fresco confezionato pronto al consumo: le novità sono arrivate con il decreto n. 3.746 del 20 giugno 2014, emanato dal Ministero</i>	
ACQUISTI A DISTANZA	
Maggiori tutele per i consumatori	pag. 33
<i>«Ho sempre confidato nella bontà degli sconosciuti»: era la bellissima frase cardine del film Tutto su mia madre di Pedro Almodóvar. Ma come</i>	

Maggiori tutele per i consumatori	pag. 33
<i>«Ho sempre confidato nella bontà degli sconosciuti»: era la bellissima frase cardine del film Tutto su mia madre di Pedro Almodóvar. Ma come</i>	

QUADRO COMPETITIVO

SOCIAL NETWORK	
Facebook scommette sull'Italia	pag. 34
<i>Ha soffiato a inizio anno su 10 candeline, ma Facebook non sente affatto il peso degli anni. Nonostante voci ricorrenti che di tanto in tanto</i>	
ARREDAMENTO	
Le persone e l'ambiente secondo Ikea	pag. 35
<i>Era il maggio del 1989 quando Ikea apriva il suo primo punto di vendita in Italia, a Cinisello Balsamo, in provincia di Milano. Ora, esattamente</i>	

Le persone e l'ambiente secondo Ikea	pag. 35
<i>Era il maggio del 1989 quando Ikea apriva il suo primo punto di vendita in Italia, a Cinisello Balsamo, in provincia di Milano. Ora, esattamente</i>	

I NUMERI DEL MERCATO

MACCHINE PER IMBALLAGGIO	
Trend positivo	pag. 36
<i>Andamento positivo e prospettive che lasciano ben sperare in un ulteriore sviluppo per Ucima, l'Unione costruttori italiani macchine automatiche per il</i>	

Trend positivo	pag. 36
<i>Andamento positivo e prospettive che lasciano ben sperare in un ulteriore sviluppo per Ucima, l'Unione costruttori italiani macchine automatiche per il</i>	

PRODUZIONE

ORAL CARE	
Il settore soffre nel canale super + iper	pag. 39
<i>Gli italiani sono sempre più attenti alla loro igiene orale, e oltre a spazzolino e dentifricio si sono avvicinati gradualmente anche ad altri prodotti</i>	

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

I PROFILI

ICO (pagg. 6-7). L'azienda abruzzese, storica leader nel mercato del cartone ondulato, da alcuni mesi ha perfezionato l'acquisizione da Kimberly Clark dello stabilimento di Alanno (Pe), struttura all'avanguardia specializzata nella produzione di carta igienica e carta da cucina di alta qualità.

SIX PAYMENT SERVICES (pagg. 62-63). Società specializzata nella fornitura di soluzioni e strumenti per il pagamento senza contanti, Six Payment Services offre al mercato italiano la sua expertise internazionale anche in ambito e-commerce, attraverso un'offerta che si caratterizza per efficienza, sicurezza, flessibilità, innovazione.

LE INTERVISTE

GS1 | INDICOD-ECR (pag. 124). Lanciato lo scorso gennaio, Immagino è il servizio di digital brand content management che GS1 Italy | Indicod-Ecr ha attivato per semplificare lo scambio di informazioni e immagini di prodotto tra produttori e distributori, abilitando il controllo, l'aggiornamento e l'allineamento dei dati tra i partner.

PALLETWAYS (pag. 118). Un nuovo metodo nella distribuzione espresso delle merci, che ha adottato il pallet come unità di misura fondamentale: è quello introdotto da Palletways, gruppo nato vent'anni fa nel mercato britannico e attivo in Italia dal 2002. Ne parliamo con l'ing. Roberto Rossi, dal 2007 presidente di Palletways Italia.

FOCUS

AXIS COMMUNICATIONS (pag. 65). La tecnologia video di rete, cuore della specializzazione di Axis Communications, rende più facile acquisire informazioni sul comportamento dei clienti utilizzabili in chiave marketing e di incremento del business.

BAYER CROPSCIENCE (pag. 91). La società, ai vertici del settore agrochimico a livello mondiale, è quella che negli ultimi decenni ha sviluppato e prodotto il maggior numero di soluzioni che hanno trasformato e migliorato i metodi per proteggere le piante da tutti i loro aggressori naturali, tutelando la salute e l'ambiente.

BRAND DISTRIBUTION (pag. 46). Un portale che risponde alle esigenze dei brand italiani del settore abbigliamento e accessori che vogliono vendere all'estero. È Brandsdistribution.com, il sito di e-commerce "business to business" che, dal 2008 ad oggi, ha raggiunto 170 mercati e 73 mila rivenditori iscritti.

CREVIT (pag. 133). Crevit è la moneta complementare più nota d'Italia che ha registrato oltre 1 milione di visualizzazioni, l'apertura di circa 3.000 conti, oltre 20 milioni di euro di offerte pubblicate e più 2 milioni di euro di transazioni effettuate.

ICTEAM (pag. 93). ICTeam è una società attiva nel campo dell'Information and Communication Technology: il suo core business è quello di offrire servizi di system integration, soluzioni applicative e servizi di outsourcing, affiancando il cliente in tutte le fasi di sviluppo e di gestione delle soluzioni software.

FILOMARKET (pag. 74). Filomarket è in grado di offrire un ventaglio di proposte personalizzate, che comprende, tra l'altro: carrelli nuovi; rigenerazione del parco carrelli; ritiro e smaltimento carrelli; manutenzione spot e/o programmata; servizio check-up di analisi del parco carrelli; serviceCARD e serviceDAY.

ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO (pag. 111). L'innovazione tecnica e tecno-

PATATE
Andamento positivo rispetto al passato pag. 41
La patata si dimostra un prodotto molto diffuso, ma occorre lavorare a tutti i livelli per una sua reale, importante valorizzazione

REPORTAGE: PRONTO MODA
Le proposte primavera-estate 2015 ... pag. 44
Anche quest'anno l'ultima edizione di Modaprima è stata l'occasione per fare il punto della situazione sul tessile-abbigliamento

MOBILI E ACCESSORI
La domanda calerà anche quest'anno .. pag. 48
Il mercato dell'arredo italiano sta vivendo una fase delicata, la politica è giunta in aiuto ma è tutto da vedere se questo intervento

IGIENE BAGNO
Aziende alla ricerca di nuove strategie.. pag. 50
I consumatori italiani non hanno ancora ben chiaro quanto siano importanti igiene e pulizia in bagno, e le promozioni sfrenate non aiutano

Produzione in breve..... pag. 53

DISTRIBUZIONE

CENTRI COMMERCIALI
Come integrarsi con l'e-commerce pag. 57
Ormai si compra in modi molto diversi rispetto a dieci anni fa, ma il commercio elettronico non è da considerarsi un rivale per i centri

MININCHIESTA: TECNOLOGIE
Un alleato del punto vendita..... pag. 64
Nei negozi di oggi e in quelli di domani la tecnologia avrà un peso sempre maggiore, per esempio offrendo la possibilità

APPROFONDIMENTO: FARMACIE
Da dispensari a punti di vendita..... pag. 66
Continua l'evoluzione che sta investendo il mondo delle farmacie, che devono trovare nuovi mezzi e nuove strategie per rinnovare

ZONA CASSE
Dove il cliente non vuole attendere ... pag. 69
La barriera delle casse rappresenta una zona strategica in ogni punto di vendita, e per rendere la vita più facile al consumatore

Distribuzione in breve pag. 73

RISTORAZIONE

ORTOFRUTTICOLI
Nuovi risparmi in mensa pag. 78
Nasce l'Osservatorio dei prezzi all'ingrosso dei principali prodotti ortofrutticoli, a disposizione di Pa e società di ristorazione per puntare

Ristorazione in breve..... pag. 81

CONSUMATORI

SNACK
Tra piacere e salute..... pag. 83
Oggi consumiamo diversi snack nell'arco della giornata, ma siamo anche sempre più attenti a leggerezza e salute, quindi i produttori devono

LATTICINI VERSO MALTA
Un'opportunità per i formaggi italiani..... pag. 89
L'isola rappresenta uno sbocco interessante per i nostri prodotti, così come per tanti altri latticini europei, dal momento che i maltesi li apprezzano

MININCHIESTA: VINO
La sostenibilità un valore da trasmettere..... pag. 90
I vini sono sempre più controllati, certificati, sostenibili. È ora necessario per le aziende che li producono sapere comunicare tutto ciò al

SOCIAL NETWORK
Fidelizzazione "sociale"..... pag. 92
Ormai i social network svolgono un ruolo cruciale nella vita di moltissime persone, e possono essere uno strumento fondamentale anche in

Consumatori in breve..... pag. 94

COMUNICAZIONE

I FORUM DI LARGO CONSUMO: CUSTOMER MANAGEMENT
Il Crm alla prova della multicanalità ... pag. 96
Come retailer e fornitori costruiscono relazioni durevoli con i propri consumatori nel contesto della rivoluzione digitale?

DIRECT MARKETING
Da web e mobile la maggiore vitalità ... pag. 102
Il panorama del direct marketing è molto variegato, e risulta fortemente influenzato dalla rivoluzione digitale che sta portando a spingere soprattutto

Comunicazione in breve..... pag. 105

IMBALLAGGIO

MININCHIESTA: VINO
Un packaging adatto ai tempi..... pag. 108
Il vino in cartone si sta imponendo come una soluzione di imballaggio "anticrisi", e il futuro dovrebbe essere promettente

Imballaggio in breve..... pag. 111

LOGISTICA

GLI INCONTRI DI LARGO CONSUMO: GESTIONE DOCUMENTALE
Dematerializzare la bolla di trasporto ... pag. 112
C'è ancora del lavoro da fare per aumentare l'efficienza nell'ambito della gestione dei documenti di trasporto e amministrativi legati alla

MACCHINE E ATTREZZATURE
Rischi di obsolescenza..... pag. 115
Il settore della logistica si muove molto in fretta, grazie a tecnologie sempre più all'avanguardia che rendono "superati" prodotti e macchinari

Logistica in breve..... pag. 119

RISORSE UMANE

LEAD MANAGEMENT
Al centro la relazione con il cliente.... pag. 122
Risulta chiaro a sempre più aziende che nel periodo complesso che stiamo vivendo riuscire a ingaggiare il cliente rappresenta una chiave

MANAGER OVER 55
Senior molto dinamici..... pag. 123
Negli ultimi mesi sono aumentate le ricerche di quadri e dirigenti con più di 55 anni, uno dei vari effetti derivati dalla crisi

Risorse umane in breve..... pag. 125

FINANZA

ACCESSO AL CREDITO
Pagamenti sotto controllo pag. 128
Sono diversi i vantaggi garantiti dalle soluzioni di Supply Chain Finance, che fanno leva sulla relazione tra clienti e fornitore

PAGAMENTI TRANSFRONTALIERI
Se di mezzo c'è la frontiera..... pag. 130
In un momento complicato come quello attuale la risorsa dell'estero è per molte Pmi una sorta di linfa vitale, ma i ritardi nei pagamenti possono

Finanza in breve..... pag. 132

AMBIENTE

ACQUACOLTURA
Verso un futuro di qualità e trasparenza..... pag. 134
Anche se ancora c'è parecchia gente che preferisce l'idea del pesce pescato, l'acquacoltura registra numeri importanti e risulta essere sempre

Ambiente in breve..... pag. 137

ENERGIA

AREA MEDITERRANEA
Pmi agroalimentari verso modelli di efficienza pag. 138
Da Cibus 2014 una riflessione sulle opportunità derivanti da tecnologie energetiche innovative a vantaggio del tessuto produttivo in ambito

Energia in breve..... pag. 141

Le copertine di Largo Consumo pag. 144

logica sarà il tema centrale della prossima edizione dell'Oscar dell'imballaggio, contest organizzato e promosso dall'Istituto Italiano Imballaggio, nel 2015 in collaborazione con Ipack-Ima.

PASOLINI (pag. 75). Chi sei? Cosa ti piace? Cosa cerchi? Qual è l'offerta che vorresti trovare? Ecco quali sono le domande che si pongono i designer Pasolini nel momento in cui pensano a una struttura che possa esporre prodotti in una logica di cross merchandising e cross selling.

POPPED SNACKS BY UOP (pag. 87). PoPtato è il risultato di una nuova tecnologia, che utilizza pressione e alte temperature per cuocere (secondo un principio simile a quello dei Pop Corn). La tecnologia innovativa ha permesso di realizzare un prodotto unico al mondo sia nel gusto sia nelle caratteristiche nutrizionali.

SOUNDRREEF (pag. 72). Soundreef è una società inglese che amministra in Europa i diritti d'autore e i diritti connessi per società che utilizzano musica d'ambiente: dalle catene della distribuzione moderna ai ristoranti, dalle grandi superfici specializzate (mobilitate, catene di elettronica) alle palestre.

TETRA PAK (pag. 109). Con tante novità in termini di formati, Tetra Pak® punta a conquistare il consenso, sia in Italia che all'estero, dei produttori di vini provenienti da territori certificati per viticoltura d'eccellenza.

UPS (pag. 121). Il vettore internazionale Ups punta sempre di più sul mercato dell'Healthcare. Un settore che impone una catena di approvvigionamento specifica, capace di tener testa a nuove tipologie di prodotti e modalità di consegna, alle crescenti pressioni su costi e competitività.

SPOT

LIDL (pag. 47). È iniziata dal Regno Unito la nuova avventura della catena di di-

scout tedesca Lidl nel settore della moda al femminile. In 600 punti di vendita inglesi è possibile acquistare i primi pezzi di una collezione che sarà in vendita fino ad esaurimento scorte.

MEGGLE (pag. 55). Light Cuisine è la nuova panna leggera senza lattosio* che riduce del 50% il tenore di grassi rispetto alla panna da cucina (10% Light Cuisine Meggle VS 20% della panna cucina tradizionale).

VILED A (pag. 137). Vileda, azienda leader mondiale nei prodotti per la pulizia della casa, lancia sul mercato Easy Wring&Clean, il sistema di pulizia con strizzatura a pedale che consente di pulire la casa più velocemente e senza sforzi.

PUBBLICITÀ TABELLARE

AHDB MEAT SERVICE (pag. 94 Newwww); **ALCE NERO & MIELIZIA** (pag. 52 Diretto); **ASSOCIAZIONE COMPAGNIA DELLE OPERE** (pag. 2 Diretto); **BOLOGNA FIERE** (pag. 54 Diretto); **CICCARELLI FARMACEUTICI** (pag. 38 Starcom); **CONAD** (pag. 3ª cop. Aldo Biasi Comunicazione); **CONTACT LAB** (pag. 103 Diretto); **FUJITSU SERVICE** (pag. 68 Elc); **GRAMM** (pag. 95 Diretto); **IGD SIIQ** (pag. 56 IrTeam); **INDICOD ECR SERVIZI** (pag. 10 InEventOf); **MURANO** (pag. 86 Elc); **NEW FACTOR** (pag. 84 Sg Marketing); **NOVAMONT** (pag. 42 Eco Comunicazione); **PRESSO** (pag. 2ª cop.*1 Diretto); **REED MIDEM ORGANISATION** (pag. 58 Diretto); **SAN CARLO GRUPPO ALIMENTARE** (pag. 82 Elc); **SEALED AIR** (pag. 110 Diretto); **STEF ITALIA** (pag. 116 Diretto); **TESI** (pag. 4ª cop. Diretto); **TOSHIBAGLOBAL COMMERCE** (pag. 70 Elc).