

## 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/112011/citati](http://www.largoconsumo.info/112011/citati) 10-11.pdf

### RUBRICHE

**Top retail**..... pag. **68**  
**Profili e carriere**..... pag. **125**

### DIARIO

**ACCADIMENTI AZIENDALI**..... pag. **6**

### PUNTI DI VISTA

**CARAFFE FILTRANTI**  
**L'acqua filtrata secondo Mineracqua** ..... pag. **9**  
Dopo che alcuni produttori hanno messo in commercio caraffe per filtrare l'acqua del rubinetto, Mineracqua ha preso posizione, scatenando una vera battaglia legale.

### TENDENZE & SCENARI

**CONSUMI**  
**Italiani con il portafoglio "bloccato"** ..... pag. **10**  
L'Italia è in ritardo nella crescita rispetto al resto d'Europa, con un potere d'acquisto destinato a diminuire e famiglie costrette a contrarre il livello dei risparmi e quello dei consumi.

**SOCIAL NETWORK**  
**L'incontro fra brand e consumatore** ..... pag. .... **12**  
Gli strumenti offerti da Internet, in primis i social network, garantiscono alle aziende un contatto diretto con consumatori, effettivi e/o potenziali, di straordinaria efficacia.

**SOCIETÀ E CONSUMI**  
**La difficile equazione tra domanda e offerta** ..... pag. **14**  
Il consumatore di oggi ricerca risparmio di tempo e denaro, prodotti che offrono valori reali, comunicati con onestà e chiarezza, offerte semplici e comprensibili.

### POLITICHE E STRATEGIE

**ALIMENTI DIETETICI**  
**Il mercato secondo Dr. Schär** ..... pag. **15**  
Tre decenni di esperienza, continui e ingenti investimenti nella ricerca e sviluppo, vicinanza ai consumatori: è la ricetta vincente del gruppo Dr. Schär.

### STATO DELLE IMPRESE

**LATTE**  
**Riflettori su Centrale del Latte di Torino** ..... pag. **16**  
Centrale del Latte di Torino è specializzata nella produzione e commercializzazione di prodotti dell'industria lattiero-casearia quali latte fresco, a lunga conservazione, yogurt e IV gamma.

### I NUMERI DEL MERCATO

**CLEANING PROFESSIONALE**  
**Pulizie in ripresa** ..... pag. **18**  
Il mondo del cleaning professionale ha un ruolo di grande rilevanza in Italia: il nostro Paese è tra i più competitivi in Europa e nel mondo.

### RICERCHE DI MERCATO

**INDAGINI E STUDI**..... pag. **138**

### MANIFESTAZIONI ESPOSITIVE

**FIERE E SALONI** ..... pag. **140**

### PRODUZIONE

**FORMAGGI A PASTA MOLLE**  
**Morbidi, cremosi e genuini** ..... pag. **21**  
Il mercato italiano dei formaggi molli è in salute e si dimostra molto vario, diviso tra tante diverse specialità, spesso regionali, a volte caratterizzate da una certa stagionalità.

**ACETO BALSAMICO**  
**I pericoli della pirateria alimentare** .. pag. **25**  
Quello della contraffazione di prodotti alimentari è un tema di grande interesse, tanto a livello europeo quanto a livello italiano. Un recente caso molto interessante riguarda l'aceto balsamico.

**DOLCIUMI**  
**Un dolce un po' amaro** ..... pag. **31**  
Soffre il mercato dei prodotti dolciari esteri in Italia, con un calo delle importazioni e dei consumi che delinea una situazione difficile, anche se non mancano previsioni per il futuro ottimiste.

**PIZZA INDUSTRIALE**  
**Margherita e Capricciosa anche a casa** .. pag. **34**  
Cresce il consumo di pizze industriali in Italia, ma

ancora di più all'estero. Le aziende, per non scontentare nessuno, lavorano molto su nuove ricette e comodità di preparazione.

**TÈ E INFUSI**  
**Una tazza calda e rilassante** ..... pag. **35**  
Nonostante non sia propriamente nelle abitudini alimentari degli italiani, il consumo di tè e infusi sta aumentando. Per i player si aprono quindi prospettive molto interessanti.

**MOBILE ECONOMY**  
**Fermo immagine sui cellulari intelligenti** ..... pag. **39**  
Il mercato della telefonia è dominato dagli smartphone, amati tanto dai giovani che vogliono divertirsi quanto dai professionisti che li utilizzano per lavoro. Le novità sono molte e interessanti.

**GIOIELLERIA**  
**Collane e orecchini low cost** ..... pag. **42**  
Il mercato della gioielleria tenta di superare la crisi globale puntando su una produzione che sia accessibile al maggior numero di persone, senza rinunciare però alla qualità.

**EQUOSOLIDALE**  
**Un altro mercato più consapevole** ..... pag. **44**  
E in crescita il settore del commercio equo e solidale, in Italia guidato da Altromercato. Di fondamentale importanza risulta la comunicazione, per informare al meglio il consumatore.

**ALLEVAMENTO**  
**Il futuro della zootecnica bovina** ... pag. **46**  
È in corso la messa a punto della nuova Politica Agricola Comunitaria. Fra i vari comparti, quello dell'allevamento bovino da carne rischia di subire i maggiori contraccolpi negativi.

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

### DISTRIBUZIONE

**CESTI REGALO**  
**Come ogni Natale** ..... pag. **56**  
Una tradizione che sembra non volere tramontare e anzi rilancia. I cesti natalizi rappresentano una nicchia di mercato, ma sempre più operatori ne sono attratti.

**VENDING**  
**Macchinette sempre più accattivanti** ..... pag. **59**  
Anche la distribuzione automatica comincia a dedicare grande attenzione a promozioni, presentazione dei prodotti, assortimenti diversificati,

## COMUNICAZIONI D'IMPRESA

### I PROFILI

**BOLOGNA FIERE** (pagg. 4-5). Marca 2012 riunirà a Bologna la business community di un comparto in costante sviluppo. Il convegno ADM illustrerà il contributo dei prodotti a marchio alla ricchezza del paese, confermato dai dati dell'VIII Rapporto sull'evoluzione del comparto. Grande attesa anche per Marca Fresh Lab.

**MCUBE** (pagg. 98-99). Spin-off del gruppo Media Technologies, M-Cube progetta e realizza sistemi di instore radio, instore tv e progetti in digital signage per il punto di vendita: strumenti di marketing innovativi e molto efficaci non solo per il consumatore, ma anche per la comunicazione interna.

### LE INTERVISTE

**GRIESSON-DE BEUKELAER** (pag. 54). Il colosso nato nel 1999 dalla fusione della belga deBeukelaer e della tedesca Griesson entra nel mercato italiano con il marchio DeBeukelaer. Ne parliamo con Doriana Del Pizzo, responsabile per il brand DeB in Italia.

**NEXTPLORA** (pag. 104). Nextplora propone un approccio moderno alle ricerche di mercato e agli strumenti utilizzati in questo ambito. Ne parliamo con Andrea Giovenali, precursore nello sviluppo di progetti di comunicazione e marketing con Internet, fondatore di Nextplora nel 2000.

### I CASI AZIENDALI

**KODAK** (pag. 66). Per lanciare le sue novità nel segmento stampanti inkjet multifunzione, Kodak ha puntato su un partner commerciale importante, ma soprattutto disposto a condividere in pieno la propria strategia. E lo ha trovato in Unieuro.

**LAVAZZA** (pag. 122). Un nuovo centro direzionale per il leader del mercato del caffè: è

quello che Lavazza ha deciso di realizzare a Torino, sede storica della società, attraverso la trasformazione dell'ex Enel di via Bologna.

**MCDONALD'S** (pag. 76). McDonald's ha affidato a Smartfreeze il monitoraggio delle celle frigorifere di tre ristoranti di Roma e Tivoli, al fine di verificarne le performance e rilevare eventuali aree di miglioramento nella gestione della catena del freddo. Il progetto-pilota ha fornito risultati molto interessanti.

### GLI INCONTRI IN AZIENDA

**CONAD ADRIATICO** (pag. 118). Si è svolta dal 10 al 13 giugno scorsi, nello splendido scenario di Pugnochiuso, nel cuore del Gargano, la convention 2011 di Conad Adriatico, cooperativa del gruppo Conad fondata nel 1972 e attiva in Abruzzo, Basilicata, Marche, Molise e Puglia, oltre che in Albania.

**ERIDANIA** (pag. 50). Eridania Sadam, sub-holding del Gruppo Maccaferri, detentrica dello zuccherificio di San Quirico (Parma), ha avviato un complesso piano di modernizzazione del sito industriale emiliano, che è stato trasformato in polo multifunzionale per la produzione di zucchero e di energia.

**SEALED AIR** (pag. 112). Quali sono le novità sul packaging dei prodotti ittici freschi? In che misura la confezione può aiutare non solo a "vestire", ma a valorizzare il prodotto? Se ne è parlato nel seminario che Sealed Air ha organizzato lo scorso 25 ottobre, cui è seguita una visita dello stabilimento di Passirana di Rho (Mi).

### FOCUS

**ALMA - SCUOLA CUCINA** (pag. 77). Si è tenuta lo scorso 12 settembre alla Reggia di Colorno (Pr) la presentazione del nuovo anno accademico 2011/2012 di Alma, il più autorevole centro di formazione della Cucina Italiana a livello internazionale.

**CARLE & MONTANARI** (pag. 108). L'azienda progetta e realizza, sin dall'inizio del '900, macchine e impianti sia per la trasformazione del cacao sia per la lavorazione, il modellag-

proprio come avviene in un tradizionale punto di vendita.

**COMPRAVENDITA PDV**

**Quanto vale il tuo negozio?** ..... pag. **62**  
Il "listino prezzi delle aziende" è uno strumento indispensabile per capire quanto vale un negozio, che differenze ci sono tra diverse città e tra varie zone della stessa città.

**Distribuzione in breve**..... pag. **65**

**RISTORAZIONE**

**BEVERAGE**

**Una notte tutta da bere** ..... pag. **71**  
In occasione di Barmood 2011 si è fatto un bilancio della situazione attuale riguardante il consumo di bevande nei locali notturni, nel mondo e in Italia.

**COSTI DI GESTIONE**

**Quanto guadagno con quel menu?** ..... pag. **72**  
La pianificazione e il controllo dei costi ricoprono un ruolo decisivo per le catene di ristorazione. Diverse sono le strade che si possono seguire, a seconda delle proprie specificità.

**PULIZIA**

**Dove si mangia serve più igiene** .. pag. **74**  
Gli italiani si dimostrano alquanto scettici riguardo alla pulizia garantita nei ristoranti. I maggiori dubbi interessano i locali etnici, ma anche altre tipologie sono sotto accusa.

**Ristorazione in breve**..... pag. **75**

**CONSUMATORI**

**PESCE**

**La salute viene dal mare** ..... pag. **79**  
Sono molti gli studi e le ricerche che dimostrano quanto il pesce faccia bene all'uomo. Si tratta di un alimento che andrebbe consumato con continuità dal primo anno di età fino alla vecchiaia.

**VISSUTO BIO**

**Sempre più biologico in cucina** ..... pag. **83**  
Aumentano gli acquisti di prodotti bio in molti Paesi del mondo. Una recente ricerca dell'Ocse offre spunti interessanti rispetto al punto di vista dei consumatori.

**DOCUMENTI: REPORT ASSOLOWCOST**

**L'alternativa al carovita** ..... pag. **86**  
Gli italiani, come del resto gli abitanti degli altri Paesi europei, fanno sempre più acquisti low cost, in grado di garantire una qualità sempre più alta a un prezzo ragionevole.

**Consumatori in breve** ..... pag. **87**

**COMUNICAZIONE**

**VINO**

**Raccontare il vino per venderlo meglio** ..... pag. **90**  
Il nettare di Bacco in Italia sta vivendo un momento particolare: se ne consuma meno, ma la qualità delle produzioni cresce. Il problema di fondo è la comunicazione al cliente.

**MUSICA NEI PDV**

**In negozio la radio aiuta** ..... pag. **95**  
Si sta diffondendo sempre di più la in store radio, che può veicolare le canzoni più adatte al target a cui ci si rivolge, oltre a promozioni e comunicazioni commerciali.

**APPROFONDIMENTI: E-MAIL MARKETING**

**Marketing nella posta elettronica** pag. **100**  
È ormai molto diffuso l'e-mail marketing, in grado di raggiungere molte persone grazie anche agli strumenti mobile. L'importante è che i messaggi ispirino fiducia ai destinatari.

**Comunicazione in breve**..... pag. **103**

**IMBALLAGGIO**

**PACK CIOCCOLATO**

**La sicurezza della tradizione** ..... pag. **107**  
Che sia dolce e cremoso, piuttosto che amaro, ruvido e speziato, il cioccolato è ancora preferito nel suo classico incarto: la tavoletta avvolta nella stagnola e nella carta o in un astuccio.

**Imballaggio in breve**..... pag. **111**

**LOGISTICA**

**RFID**

**Radiofrequenze nel fashion** ..... pag. **114**  
Quello dell'abbigliamento e accessori è un settore in cui la tecnologia Rfid si sta imponendo in modo deciso. La ricerca non si ferma e tale trend continuerà a ritmi sostenuti.

**Logistica in breve**..... pag. **117**

**RISORSE UMANE**

**RETAIL**

**L'evoluzione retributiva nel Nord-Italia** ..... pag. **120**  
Il 2010 rappresenta un punto di svolta nella dinamica retributiva, che registra una netta ripresa. I com-

pensi sono cresciuti con percentuali mai raggiunte nei cinque anni precedenti.

**RICICLO**

**Chi si occupa del recupero** ..... pag. **121**  
Negli anni della "green economy", assumono un ruolo sempre più decisivo le figure che si occupano della raccolta, del trattamento e dello stoccaggio dei materiali riciclabili.

**Risorse umane in breve**..... pag. **123**

**FINANZA**

**QUADRO COMPETITIVO**

**Occhi puntati sulle catene del brico** ..... pag. **126**  
Il fai da te è un settore in crescita, che è riuscito a resistere in modo sorprendente alla crisi, grazie alla solidità di grandi aziende come B.B.C. srl, Marketing Trend spa e Self srl.

**CASH MANAGEMENT**

**Gestire al meglio tutte queste banconote** ..... pag. **130**  
I pagamenti elettronici si stanno diffondendo sempre più ma i consumatori preferiscono ancora il cash. La gestione del contante continua a rappresentare un tema cruciale.

**Finanza in breve** ..... pag. **131**

**AMBIENTE**

**AGRICOLTURA**

**In risposta ai cambiamenti climatici** ..... pag. **132**  
Il clima continua a cambiare e la popolazione mondiale è in aumento. L'agricoltura è attesa perciò da nuove sfide: sarà fondamentale non farsi trovare impreparati.

**Ambiente in breve**..... pag. **133**

**ENERGIA**

**EDILIZIA**

**L'avanzata della certificazione energetica** ..... pag. **134**  
Ancora molti aspetti vanno registrati per quanto riguarda la certificazione energetica degli edifici in Italia. Una maggiore efficienza porterebbe effetti positivi alla nostra economia.

**Energia in breve** ..... pag. **136**

**Percorsi di lettura** ..... pag. **143**

**Notizie per i lettori e gli inserzionisti**..... pag. **144**

gio e il confezionamento del cioccolato. Oltre 1700 impianti oggi producono cioccolatini, snack e tavolette con le tecnologie e gli impianti Carle & Montanari.

**CASA VINICOLA CALDIROLA** (pag. 94). Caldirola e lo sport: un binomio ormai storico, rafforzato da numerose sponsorships di successo nel mondo del ciclismo - dalle grandi "classiche" al Giro d'Italia - e del calcio, con il rinnovo dell'accordo di fornitura con l'Ac Milan.

**GF GROUP** (pag. 105). Simba spa, società appartenente a GF Group spa, il prossimo gennaio 2012 lancerà un proprio marchio. Terminerà a fine 2011, infatti, la partnership trentennale con la multinazionale statunitense Del Monte per tutto il Bacino del Mediterraneo.

**IGINO MAZZOLA** (pag. 82). La qualità dei prodotti firmati Maruzzella nasce ovviamente dalla selezione delle materie prime, acquistate e lavorate rispettando scrupolosamente la sostenibilità ambientale e l'equilibrio dell'ecosistema. Alla qualità si affiancano innovazione sul packaging e ricerca e sviluppo.

**ITALGROB** (pag. 123). È giunto quest'anno alla XIII edizione il Corso Horeca Distech, iniziativa promossa da Italgrob (Federazione Italiana dei grossisti distributori di bevande). Il corso, che si svolge dallo scorso ottobre a settembre 2012, intende promuovere la cultura sul mondo horeca.

**LPR - LA PALETTE ROUGE** (pag. 119). Con oltre 45 milioni di pallet movimentati, LPR, la seconda azienda europea di noleggio pallet da poco entrata a far parte del gruppo Euro Pool System, offre ai propri clienti una soluzione semplice, conveniente ed ecosostenibile.

**SPOT**

**CONSORZIO OLIO DI OLIVA RIVIERA LIGURE** (pag. 49). Il profilo della Liguria che spicca su uno sfondo giallo: il Consorzio per la tutela dell'Olio DOP Riviera Ligure, che comprende la Riviera dei Fiori, la Riviera del Ponente Savonese e la Riviera di Levante, introduce un nuovo contrassegno, realizzato da Luca Vieri, chiaro e di immediato impatto visivo.

**FLLI GANCIA & C.** (pag. 93). Il restyling per tutti i formati e per entrambe le versioni Brut e Rosé di Pinot di Pinot e il rilancio in comunicazione sono partiti nel mese di settembre e i risultati dopo appena due mesi sono ottimi.

**SCRIMAGLIO** (pag. 57). A.C. Milan Licensing by Scrimaglio propone come idea regalo per Natale 2011 una serie di bellissime ed eleganti confezioni natalizie. Per accompagnare i piatti e le portate con classe e stile.

**PUBBLICITÀ TABELLARE**

**ACETUM** (pag. 24 Diretto); **AHDB MEAT SERVICE** (pag. 55 JDT); **BAULI** (pag. 106 WGEXP); **BAYERNLAND** (pag. 20 Studio Mediamacs); **BONOMELLI** (pag. 36 Media By Design); **BOSCHI FOOD & BEVERAGE** (pag. 52 Diretto); **CIP 4** (pag. 64 Diretto); **CONALEC** (pag. 3ª di cop. Aldo Biasi Comunicazione); **CONSORZIO FORMAGGIO ASIAGO** (pag. 102 Adverperformance); **DI LEO PIETRO** (pag. 87 Vittorio Mancini Associati); **DIENNEA** (pag. 101 ELC); **EURO-SNACK** (pag. 53 Diretto); **EUROVAST** (pag. 88 Bernardi Comunicazione); **GANCIA** (pag. 92 White Red & Green); **GARANTI** (pag. 137 Men at Work Adv); **GL EVENT EXHIBITION** (pag. 4ª di cop. Diretto); **GRIESSON DE BEUKELAER** (pag. 28, 29, 30 Diretto); **HEINEKEN ITALIA** (pag. 70 MC&A mediavest); **ICE-FOR** (pag. 51 Diretto); **IDEA ITALIA GROUP** (pag. 84 Absolut Group); **IIR ITALY** (pag. 110, 124 Diretto); **L'ISOLA D'ORO** (pag. 78 Studio Candelari); **MINTEL INTERNATIONAL GROUP** (pag. 8 Diretto); **PAGLIERI** (pag. 142 Diretto); **PONTI** (pag. 26 And Communication); **PRODUCTSHAP VIS** (pag. 80 Link2); **RASPINI** (pag. 2ª di cop. Diretto); **SALONE INTERNAZIONALE DEL GIOCATTOLO** (pag. 58 Numero 20); **VERONAFIERE** (pag. 47 Emper).