

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/112012/citati11-12.pdf

RUBRICHE

Relazioni digitali..... pag. 94

DIARIO

ACCADIMENTI AZIENDALI ITALIANI ED ESTERI..... pag. 6

PUNTI DI VISTA

AGRICOLTURA

Ogm sì, ogm no: un rebus senza soluzione..... pag. 9
Cesare Puccioni, presidente di Federchimica, sulle pagine del web magazine dell'associazione ha espresso, con toni molto chiari, la propria.....

TENDENZE & SCENARI

CAMBIAMENTI E OPPORTUNITÀ

Governare le performance della gdo..... pag. 10
L'analisi dei risultati aziendali è oggi al contempo indispensabile e frustrante. Ciò è particolarmente vero nel mondo delle imprese commerciali, e.....

CONSUMI E DISTRIBUZIONE

Il lungo inverno della recessione..... pag. 12
Il 2012 rappresenta per le famiglie italiane un momento difficilissimo, il peggiore dal Dopoguerra, e il quadro purtroppo non sembra destinato a.....

TESTIMONIANZE

IMPRESE E INNOVAZIONE

Lavorare in P&G con il proprio device..... pag. 14
Presto, in tutte le aziende, i dipendenti saranno liberi di scegliere il device preferito, Pc, tablet e quant'altro, anche quello personale, e saranno.....

DISTRIBUZIONE E TERRITORIO

Il franchising secondo Simply..... pag. 15
Il franchising si sposa bene con gli obiettivi della gdo che, come food, rappresenta oltre un quarto del fatturato delle reti in affiliazione in Italia.....

MERCATO E CONCORRENZA

IMPRESE E CONSUMATORI

Agcm vs. Private Outlet: un caso controverso..... pag. 16
È un caso complesso quello che ha visto la società Private Outlet, che gestisce un sito molto noto e attivo nel mondo del commercio sul web,.....

SOSTENIBILITÀ E RESPONSABILITÀ

MONDO E IMPRESE

Quanto vale Coca-Cola per l'Italia... pag. 17
All'interno del contesto socio-economico e industriale italiano, è interessante osservare il tipo di influenza che l'azienda Coca-Cola ha avuto.....

RISULTATI DI ESERCIZIO

COMPETITIVITÀ E SVILUPPO

Fg Distribuzione tra gds e gdo..... pag. 18
Futura Grafica spa, meglio conosciuta come Fg Distribuzione, catena commerciale di prodotti informatici, ha chiuso l'ultimo bilancio sociale, si.....

TRADIZIONE E INNOVAZIONE

Prodotti storici e nuovi manager per Paglieri..... pag. 19
Debutto di bilancio per il gruppo Paglieri, che ha chiuso il 2011 con quasi 116 milioni di euro per ricavi da vendite e prestazioni.....

POLITICHE E STRATEGIE

ASSOCIAZIONISMO DISTRIBUTIVO

Gli assi di Despar tra crisi e opportunità..... pag. 20
Una nuova prova di spirito di innovazione è arrivata da Despar il 15 ottobre, con il lancio di cinque nuovi vini a marchio privato: Bardolino,.....

GLOBALIZZAZIONE E CONCORRENZA

Teddy sfida l'impero del fast fashion... pag. 21
Il gruppo Teddy è una multinazionale a gestione familiare che macina fatturati da paura: 8 milioni nel 1988, decuplicati in 10 anni per arrivare a 82.....

STATO DELLE IMPRESE

FORMAGGI

Riflettori su Parmareggio..... pag. 22
Nasce nel 1983 a Montecavolo di Quattro Castella, tra le colline reggiane, nella zona d'origine del Parmigiano Reggiano, diventando in pochi anni.....

I NUMERI DEL MERCATO

COSMESI

Davanti allo specchio poche rinunce.. pag. 24
Andando controcorrente rispetto al complicato trend

complessivo che contraddistingue l'attuale fase congiunturale italiana, il settore della cosmesi.....

BIBLIOTECA

LIBRI E DOCUMENTI..... pag. 126

RICERCHE DI MERCATO

INDAGINI E STUDI..... pag. 128

INFORMATION & COMMUNICATION TECHNOLOGY

Soluzioni per l'impresa..... pag. 130

Una breve rassegna dedicata al momento di incontro fra la produzione del prodotto e l'information & communication technology.....

PRODUZIONE

ALIMENTI PER CELIACI

Meno glutine sugli scaffali..... pag. 27
La celiachia è una patologia molto diffusa e così cresce il numero di aziende che realizzano prodotti ad hoc e dei pdv in cui è possibile.....

CARNI AVICOLE

Leggerezza con gusto..... pag. 31
Le carni avicole stanno vivendo un ottimo momento, poiché soddisfano il consumatore di oggi, attento a linea e salute, più delle carni rosse e suine.....

FRUTTA SECCA

Un mercato "secco" ma vivace..... pag. 35
Nonostante la congiuntura negativa, il mercato della frutta secca resta a galla molto bene, riuscendo a soddisfare le esigenze di un consumatore.....

SUPERALCOLICI

Un'amara rinuncia..... pag. 39
Il mercato degli amari subisce un calo nel fuori casa ma anche nel carrello della gdo. Aumenta nel contempo la ricerca di prodotti legati al territorio e.....

FARINE

Gli italiani ritornano al mattarello... pag. 43
La situazione economica non semplice fa sì che siano sempre più i nostri connazionali che decidono di preparare pane e altri alimenti in casa,.....

TESSILE

Regole precise a tutela della salute... pag. 45
La filiera tessile deve fare i conti con una serie di normative finalizzate a garantire la sicurezza dei prodotti immessi sul mercato, partendo dai.....

COSMESI

Belli ma anche responsabili..... pag. 47
L'industria della cosmesi sta investendo in ricerca e

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

PROFILI

BOLOGNA FIERE (pagg. 4-5). MarcabyBolognaFiere si conferma come un appuntamento fisso per la business community di un comparto che ha raggiunto una market share del 18%. Molti gli appuntamenti e le iniziative, dal Convegno ADM alla presentazione del IX Rapporto sull'evoluzione del comparto.

CENTOSTAZIONI (pagg. 66-67). La società sta trasformando 103 stazioni ferroviarie situate nelle principali città italiane in strutture moderne e decisamente interessanti sotto il profilo commerciale: un'ottima occasione sia per imprenditori locali, che per le grandi Aziende e reti di distribuzione, diretta ed in franchising.

SIAL (pagg. 132-133). Il Sial 2012 si è concluso con risultati molto positivi, confermando la sua vocazione internazionale, il suo focus sull'innovazione, la sua capacità di far incontrare gli operatori del mondo del food&beverage.

LE PREMIAZIONI E I RICONOSCIMENTI

EMBALLAGE (pagg. 96-97). Emballage 2012 ospita l'esposizione "Packagings & Alternatives Remarquables". All'iniziativa, realizzata in collaborazione con lo Strate Collège di Parigi, partecipa la Scuola del Design del Politecnico di Milano.

LE INTERVISTE

GRUPPO RONCAGLIA (pag. 92). Le nuove frontiere della comunicazione, la necessità di seguirne l'evoluzione strutturandosi in un pool di società iperspecializzate: ne parliamo con Armando Roncaglia, general manager dell'omonimo Gruppo.

NORBERT DENTRESSANGLE (pag. 104). Gestire le risorse umane di una società di primo livello nel settore dei trasporti e della logistica, puntando a farne un vero e proprio "business partner" per le altre funzioni aziendali e per i propri clienti. È l'obiettivo di Andrea Dal Corso, direttore delle risorse umane della filiale italiana dell'azienda.

I CASI AZIENDALI

DIENNEA (pag. 90). La società ha presentato all'edizione 2012 dell'eCommerce Forum di Milano il primo di una serie di tre video dedicati al mondo digitale e al suo linguaggio, girati curiosamente in dialetto romagnolo proprio per "sdrammatizzare" la complessità di questi temi.

GRUPPO SUPEREMME (pag. 70). Il Gruppo Superemme si è dotato di G.O.L.D. Replenishment, un tool di riordino automatico, basato sulle previsioni del venduto, che consente di razionalizzare i costi di magazzino.

GLI INCONTRI IN AZIENDA

AGRINTESA (pag. 54). È entrato in piena attività il moderno stabilimento che Agrintesa, cooperativa faentina protagonista nell'ortofrutta e nella vitivinicoltura, ha aperto la scorsa primavera a Bagnacavallo (Ravenna). L'impianto, frutto di un investimento di 24 milioni di euro, ha una capacità di lavorazione pari a 40,000 tonnellate.

FOCUS

AMARO LUCANO (pag. 40). La Famiglia Vena moltiplica gli sforzi per sostenere l'azienda, mettendo a disposizione le risorse per perseguire una strategia basata sul consolidamento del mercato italiano, attraverso il rafforzamento del presidio del canale horeca, e sull'espansione internazionale.

EUROPAN SUD (pag. 57). L'azienda produce e commercializza da oltre 30 anni pane e prodotti tipici da forno pugliesi e ha sempre puntato ad assecondare l'evoluzione e le tendenze del settore. L'utilizzo della migliore tecnologia ha garantito prodotti al top, nel rispetto della qualità e della tradizione.

FILENI SIMAR (pag. 32). È in arrivo sul mercato italiano il primo cotechino realizzato con carne di pollo. E, dunque, con una percentuale assai inferiore di grassi: solo il 9,8% contro il 23% di altri prodotti analoghi, ma a base di solo suino.

GARDALAND (pag. 77). Gardaland Resort, parte di Merlin Entertainments Group,

sviluppo, puntando in modo deciso sulla sostenibilità dei prodotti, fattore sempre più determinante.....

FILIERA DEL TABACCO

Verso l'ultima sigaretta?..... pag. **50**

L'Italia è fra i primi produttori mondiali di sigarette e sigari, ma non è un momento semplice per questo settore, e anche il futuro sembra ricco di

Produzione in breve pag. **53**

DISTRIBUZIONE

PANE E GDO

Revamping tra i freschi..... pag. **56**

Un esempio concreto, che ha portato a ottimi risultati, ci spinge a ragionare sull'importanza di una riflessione approfondita circa la gestione dei reparti.....

SPUMANTI

Supermercati pieni di bollicine pag. **58**

La gdo si è conquistata la sua rilevanza anche nella distribuzione di spumanti, che la gente compra senza remore assieme a scatole e surgelati.....

AUDIT ACQUISTI RETAIL

Quanto mi costi?..... pag. **60**

La gestione dei costi risulta sempre più cruciale per le aziende sia food sia non food, dal momento che in un momento difficile non ci si può permettere

DISTRIBUZIONE AUTOMATICA

Il vending: un'eccellenza italiana ... pag. **62**

Con più di 2.000 gestioni, un gruppo consolidato di rivendite e di produttori dinamici, questo canale rappresenta oggi una realtà eminente del nostro

FRANCHISING

Rapporti di forza nell'affiliazione pag. **64**

Dal momento che franchisor e franchisee sono ideali sullo stesso piano, è necessario che fra le parti si crei il giusto equilibrio

Distribuzione in breve pag. **69**

RISTORAZIONE

FRANCHISING

All'estero serve il giusto approccio ... pag. **72**

L'Italia può esportare con grande successo moltissimi format tipicamente nostrani oltre confine, ma serve una certa attenzione per non incorrere in errori.....

SERVIZIO MENSA

Più potere ai buoni pasto pag. **74**

Aumentare il valore dei buoni pasto, utilizzati da così tanti italiani, porterebbe, oltre a un beneficio per i dipendenti, anche a un conseguente progresso

Ristorazione in breve pag. **75**

CONSUMATORI

PARCHI DEL DIVERTIMENTO

Fra una giostra e l'altra cresce l'appetito..... pag. **76**

I parchi del divertimento, che si stanno evolvendo verso formule più complete di intrattenimento, rappresentano uno sbocco interessante per le aziende.....

ECCELENZE ALIMENTARI

Sprecare meno cibo per chi è in difficoltà pag. **79**

Il Fondo nazionale per gli indigenti rappresenta una nuova, interessante risorsa per andare in aiuto di chi fatica a procurarsi qualcosa da mangiare

CREDITO

Quando il cash non basta pag. **80**

Quale rapporto hanno gli italiani con il credito finalizzato al finanziamento di consumi o di abitazioni? La crisi ha certamente influito molto sullo scenario.....

Consumatori in breve..... pag. **83**

COMUNICAZIONE

CO-MARKETING

L'unione fa la forza..... pag. **87**

Le iniziative di co-marketing costituiscono una risorsa notevole a disposizione delle aziende, e non solo come strumento di promozione

PUBBLICITÀ

Le giuste note per vendere..... pag. **88**

La musica è un elemento cruciale delle comunicazioni pubblicitarie che riempiono le nostre televisioni, e la musica classica nello specifico continua ad

Comunicazione in breve..... pag. **91**

IMBALLAGGIO

PACK ALIMENTI

Serve una norma per carta e inchiostri... pag. **98**

Manca una normativa specifica per regolare la fase di stampa degli imballi alimentari. Nell'attesa che le aziende sopperiscono con l'adozione di.....

Imballaggio in breve pag. **101**

LOGISTICA

SOLUZIONI IMMOBILIARI

E tempo di cambiare pelle..... pag. **102**

La dinamicità del settore immobiliare logistico offre interessanti opportunità alle aziende per rinnovare i propri "spazi di lavoro", al fine di meglio

CALZATURIERO

La supply chain nel mondo delle scarpe..... pag. **103**

Una visione di processo per l'innovazione organizzativa è quello che serve alle aziende del settore calzaturiero, che si trovano a lavorare in un

Logistica in breve pag. **105**

RISORSE UMANE

GDO

Fare carriera nel supermercato..... pag. **107**

I tempi sono difficili per i giovani che si immettono nel mondo del lavoro, ma la grande distribuzione rimane un settore che offre notevoli possibilità

CONTRATTI DI LAVORO

Flessibili sì, ma non troppo pag. **109**

La nuova riforma del mercato del lavoro introduce diverse novità che, fra limiti e opportunità, modificheranno il panorama generale, anche nella gdo

Risorse umane in breve pag. **111**

FINANZA

EXPORT

Il giusto sostegno per varcare i confini... pag. **113**

Per crescere e allargare il proprio giro d'affari all'estero, le imprese italiane hanno bisogno delle garanzie offerte da adeguati strumenti finanziari.....

Finanza in breve..... pag. **115**

AMBIENTE

SANIFICAZIONE

Igiene senza compromessi pag. **117**

La sanificazione nell'industria alimentare rimane uno degli aspetti più delicati, costo e necessità per l'impresa, ma anche garanzia per il consumatore

Ambiente in breve pag. **121**

ENERGIA

EOLICO

Il futuro è nell'aria pag. **122**

Avrà un peso sempre maggiore l'energia eolica, una delle chiavi del futuro delle fonti rinnovabili. L'Italia, e il Sud in particolare, stanno compiendo

Energia in breve pag. **124**

Percorsi di lettura..... pag. **135**

Notizie per i lettori e gli inserzionisti..... pag. **136**

3

è una destinazione turistica nata grazie all'affiancamento del Gardaland Hotel e di Gardaland SEA LIFE Aquarium al preesistente parco divertimenti Gardaland Park, il più visitato in Italia.

GRUPPO FORMAGGI DEL TRENINO (pag. 84). Tra le prelibatezze casearie italiane spicca senza dubbio il Trentingrana, un formaggio DOP di montagna prodotto secondo la linea "latte-fieno", con latte proveniente esclusivamente da allevamenti situati in Trentino.

MADEL (pag. 85). Deox - il primo detersivo che, oltre a lavare perfettamente, evita la formazione dell'odore di sudore sui tessuti mentre li si indossa - ha vissuto quest'anno una "rivoluzione". La gamma è stata rinnovata con formule più concentrate, nuovi formati, un nuovo tappo versatore e una nuova immagine.

PAY BACK ITALIA (pag. 61). Pay-Back Group è una società di audit specializzata nell'analisi e certificazione della qualità della produzione contabile, in particolare delle transazioni finanziarie. La sua expertise si applica quindi in alcune aree sensibili - quali il cash recovery - attraverso strumenti finalizzati a far emergere profitti nascosti.

PEDON (pag. 28). Nell'ambito dei prodotti gluten free, Pedon è conosciuta con il marchio Easyglut, la gamma più completa di prodotti per dolci e da forno senza glutine, oggi distribuita capillarmente in Gdo, nel canale farmaceutico e parafarmaceutico.

ZELOCCHI LORIS (pag. 37). Dotata di moderni impianti per la tostatura e la selezione, il confezionamento in atmosfera modificata e la conservazione, la Zolocchi Loris srl è in grado di soddisfare tutte le esigenze non solo dei mercati agroalimentari, ma anche della Gdo.

SPOT

BYERNLAND (pag. 53). La nuova sede Bayernland, realizzata secondo gli standard costruttivi di CasaClima, si trova nella zona produttiva di Vipiteno, a soli 500 metri dal vecchio stabilimento. Il nuovo fabbricato è molto più spazioso del precedente.

NOUS CONSULTING (pag. 71). Nella distribuzione la gestione della scorta è un fat-

toe strategico fondamentale e per migliorarla Nous adotta il modo suggerito dalla Teoria dei Vincoli, in inglese Theory of Constraints.

HEINZ ITALIA (pag. 30). BiAgglut, marchio del Gruppo Heinz (insieme Plasmon, Nipiol, Dieterba e Apraten), specializzato da oltre quarant'anni nella produzione in Italia di alimenti senza glutine, rinnova la gamma dei suoi Plumcakes gluten free.

EUROCOMPANY (pag. 36). Con la sua ampia gamma di gustosi snack salati, appetitosi aperitivi e sfiziosi ingredienti da cucina, Eurocompany si è affermata a livello nazionale ed europeo come player di primo piano e come punto di riferimento per l'intero settore della frutta secca.

RHEAVENDORS (pag. 63). L'intera gamma di distributori rheavendors ha cambiato la sua immagine con l'inizio del nuovo millennio. Restano validi i principi-base: semplicità di uso, estrema attenzione ai dettagli, facilità di installazione e manutenzione.

PUBBLICITÀ TABELLARE

ADVANCING TRADE (pag. 112 *Diretto*); **ARISTON CLEANING SOLUTIONS** (pag. 116 *Diretto*); **ARNEG** (pag. 106 *Diretto*); **BOLOGNA FIERE** (pag. 4, 5, 95 *Diretto*); **BONI** (pag. 55 *Campbell Adv*); **CONALEC** (pag. 3^a di cop. *Aldo Biase Comunicazione*); **DI LEO PIETRO** (pag. 101 *Vittorio Mancini Associati*); **DISTILLERIA F.LLI CAFFO** (pag. 38 *Publione*); **ECOBAGS** (pag. 120 *Absolut*); **GARANTI** (pag. 125 *Aquattro*); **FIERA MILANO** (pag. 53, 92 *Diretto*); **GOGGLIO** (pag. 46 *Diretto*); **GRUPPO FORMAGGI DEL TRENINO** (pag. 8 *Soluzione Group*); **LARGO CONSUMO** (pag. 134 *Elc*); **MAVEDA** (pag. 110 *Diretto*); **MEGGLE ITALIA** (pag. 82 *Diretto*); **IBM ITALIA** (pag. 4^a di cop. *Mindshare*); **MOLINO F.LLI CHIAVAZZA** (pag. 42 *TestaeCuore*); **MOTTA** (pag. 83 *Diretto*); **PARISI** (pag. 34 *Diretto*); **POPPI** (pag. 86 *Diretto*); **SANTONI** (pag. 68 *Loqui*); **DR. SCHAR** (pag. 26 *ELC*); **TESI** (pag. 2^a di cop. *Diretto*).