

**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.inf](http://www.largoconsumo.inf)

**RUBRICHE**

|                                     |          |
|-------------------------------------|----------|
| <b>Fiere</b> .....                  | pag. 61  |
| <b>Top retail</b> .....             | pag. 85  |
| <b>Biblioteca</b> .....             | pag. 107 |
| <b>Studi e ricerche</b> .....       | pag. 108 |
| <b>Documenti di impresa</b> .....   | pag. 109 |
| <b>Soluzioni informatiche</b> ..... | pag. 129 |
| <b>Proposte immobiliari</b> .....   | pag. 131 |
| <b>Profili e carriere</b> .....     | pag. 136 |
| <b>Opportunità di lavoro</b> .....  | pag. 137 |

**PUNTI DI VISTA**

**Coop e Centromarca**..... pag. 7  
Esplode la polemica dopo la lettera aperta di Coop che denuncia aumenti ingiustificati dei prezzi da parte delle multinazionali. Gli industriali si difendono.

**DIARIO**

|                            |         |
|----------------------------|---------|
| <b>Produzione</b> .....    | pag. 9  |
| <b>Distribuzione</b> ..... | pag. 11 |
| <b>Risorse Umane</b> ..... | pag. 13 |
| <b>Finanza</b> .....       | pag. 14 |

**TENDENZE E SCENARI**

**Globalizzazione e concorrenza**..... pag. 18  
Con il progressivo aumento dei prezzi delle materie prime le aziende non sono riuscite a trasferire gli aumenti sui prezzi alla produzione.

**FUSIONI E ACQUISIZIONI**

**Principali operazioni**..... pag. 28  
Fusioni e acquisizioni si concludono più velocemente rispetto a un anno fa. Pare infatti che la volatilità dei mercati degli ultimi mesi abbia spinto tutti gli operatori ad accorciare i tempi.

**PRODUZIONE**

**ORTOFRUTTA**  
**La stagione delle novità**..... pag. 31  
Consumi stagnanti anche se in leggera risalita per la nicchia del biologico e della IV gamma nel 2007 secondo le statistiche di Istat e Ismea.

**DERIVATI DEL LATTE**  
**La rivincita di panna e burro**... pag. 35  
Tramontata la moda del light a tutti i costi, panna e burro hanno riconquistato il loro posto sulle tavole degli italiani, soprattutto grazie alla gdo.

**TABACCO**  
**Affari in fumo**..... pag. 37  
La razionalizzazione del settore in Italia ha portato a un calo dei coltivatori e delle piantagioni: i produttori rispetto al 2005 sono diminuiti del 46,1%.

**DOLCIARIO**  
**Come piace la dolcezza del made in Italy**..... pag. 41  
Il settore si conferma tra i comparti alimentari più export-oriented destinando all'estero il 40% della produzione in volume, a iniziare dal cioccolato.

**NORMATIVE**  
**Nuove regole per le imprese alimentari**..... pag. 43  
Con l'entrata in vigore del nuovo decreto legge, la dichiarazione di inizio attività sostituisce l'autorizzazione sanitaria per le imprese alimentari.

**COMPONENTI ELETTRICI**  
**Il blister fa faville**..... pag. 45  
Questa tipologia di pack si presta a valorizzare i prodotti ad alto valore aggiunto soprattutto ad alto risparmio energetico.

**PICCOLI ELETTRODOMESTICI**  
**Efficienti e certificati**..... pag. 51  
Sono numerose le normative nazionali e comunitarie che garantiscono la sicurezza di questi oggetti ormai diventati insostituibili.

**Produzione in breve**..... pag. 55

**DISTRIBUZIONE**

**PRIVATE LABEL**  
**Marche: al pubblico piacciono private**..... pag. 64  
Il settore è in espansione soprattutto nel fresco, complice la crisi dei consumi che spinge verso il risparmio offerto dalla grande distribuzione.

**CANALI**  
**Convenienza che nasce su progetto**..... pag. 73  
Non basta solo il rapporto qualità/prezzo, nella scelta della società a cui affidare la progettazione di un outlet i grandi brand cercano un mix di competenze.

**POLIZZE**  
**Grande, organizzata e assicurata**..... pag. 77  
Cambia il mondo della gdo e si evolvono anche le forme assicurative che coprono i rischi dei diversi attori del settore secondo un modello matroska.

**Distribuzione in breve**..... pag. 79

**CONSUMATORI**

**OLIO**  
**Un mercato agli sgoccioli**..... pag. 86  
Sono certificati, di ottima qualità e gustosi, eppure gli oli a marchio dop e igp non decollano. Le aziende dichiarano di voler puntare sulle campagne di informazione.

**SICUREZZA**  
**Abiti dalla parte dei piccoli**... pag. 89  
Sui rischi del childrenewear, dalla possibile tossicità di alcuni tessuti alla pericolosità di bottoni e fermagli, si sta discutendo a livello europeo.

**COMUNICAZIONI D'IMPRESA****I PROFILI**

**ANACOMP** (pagg. 26-27). Anacomp si occupa di gestione documentale integrata nei processi di business, offrendo la propria consulenza nei mercati più diversi. La società possiede il più esteso repository documentale al mondo: il solo datacenter italiano custodisce 3 miliardi di immagini.

**ARNEG** (pagg. 164-165). Arneg risponde alle esigenze del mercato con un grande know-how tecnologico, un'innovazione costante, flessibilità e versatilità produttiva, eccellente assistenza post-vendita. Senza dimenticare l'attenzione per la tutela dell'ambiente.

**BOSCHI FOOD & BEVERAGE** (pagg. 62-63). Il 2008 si è rivelato un anno di consolidamento per la società nata dallo spin-off operato da Consorzio Casalasco del Pomodoro e CIO, forte di una grande struttura produttiva, del lancio di nuovi marchi e una crescente attenzione anche per il mercato italiano.

**FANTON** (pagg. 48-49). Storica azienda specializzata nella produzione di materiale elettrico, cavi speciali e cablaggio strutturato, Fanton ha deciso di proporsi alla grande distribuzione con Garanti, una gamma destinata a distinguersi per un elevato contenuto di qualità e sicurezza.

**FUJITSU SERVICES** (pagg. 82-83). Fujitsu Services, una delle società di servizi IT leader in Europa, presenta la rinnovata serie di prodotti e servizi appositamente studiata per rispondere alle esigenze della media e grande distribuzione.

**MESSE DÜSSELDORF - CMA** (pagg. 70-71). Al fine di incontrare il mondo della distribuzione moderna in un contesto di alto profilo, un gruppo di produttori tedeschi prenderà parte alla quinta edizione di Marca by Bolognafiere - Private Label Conference and Exhibition.

**LE INTERVISTE**

**PLASTICEUROPE ITALIA** (pag. 148). La plastica è al centro di dibattiti e polemiche circa il suo utilizzo e il suo impatto ambientale, che rischiano di metterne in ombra qualità e potenzialità. Ne parliamo con Giuseppe Rossi, presidente di PlasticEurope Italia.

**STUDIO GHIRETTI** (pag. 106). Sono sempre più numerose le società - e gli enti pubblici - che vedono nello sport un opportuno ambito di investimento per diffondere l'immagine

aziendale o dei propri prodotti. Lo Studio Ghiretti è specializzato proprio in questo settore: ne parliamo con il presidente Roberto Ghiretti.

**UNILEVER** (pag. 54). Come una prestigiosa azienda di marca fronteggia una fase congiunturale difficile quale l'attuale? Lo abbiamo chiesto ad Andrea De Santis, brand building director di Unilever Italia divisione foods.

**I CASI AZIENDALI**

**GRUPPO ROCCA** (pag. 80). Sempre attento all'innovazione e con l'intento di creare un punto cassa come "punto di servizio" nei propri supermercati, Rocca ha sostituito il parco casse, scegliendo la soluzione Uakari Pos front end™ con touch-screen collegati agli scanner Magellan 8000 di Datalogic Scanning.

**I CONVEGNI**

**ASSOFRANCHISING** (pagg. 16-17). Illustriamo i contenuti e i temi di fondo emersi nella tavola rotonda "Le politiche di formazione rivolte ai franchisee", organizzata lo scorso 18 ottobre dalla rivista *Largo Consumo* e da Assofranchising presso il Salone Franchising & Trade.

**UNICOM** (pagg. 100-101). Presentiamo un resoconto del seminario "La comunicazione rivolta al retail: il ruolo delle agenzie", coordinato da *Largo Consumo*, tenutosi lo scorso 24 settembre presso la sede di Unicom a Milano.

**FOCUS**

**AGOR GL EVENTS** (pag. 81). MDD Expo, il salone dedicato al private label alimentare, si svolgerà quest'anno il 25 e il 26 marzo 2009, nell'ambito dell'evento Foods&Goods 2009, organizzato a Parigi da Agor, società del gruppo GL Events.

**BM GASTRONOMIA** (pag. 69). Nata nel 1968, BM è una moderna impresa produttrice e distributrice di prodotti gastronomici, una realtà aziendale che rientra nella schiera di pmi alimentari che "fanno" la food valley parmigiana.

**BOLOGNA FIERE** (pag. 67). Il 15 e 16 gennaio 2009 si terrà a Bologna la quinta edizione di MARCABYBolognaFiere, Private Label Conference and Exhibition, l'evento rivolto al mondo della marca commerciale, divenuto appuntamento di eccellenza per la business community del settore.

## NORMATIVE

**Alcol: ecco le tabelle antistragi.. pag. 91**  
Il Ministero della Salute ha imposto da settembre l'obbligo per tutti i locali di affiggere i manifesti informativi sugli effetti delle bevande alcoliche.

## NORMATIVE

**Proprio tutti risarciti? ..... pag. 92**  
Il nostro ordinamento ha accolto l'istituto della class action, ma restano diverse ambiguità come la non esplicita dichiarazione degli scopi sanzionatori.

**Consumatori in breve ..... pag. 94**

## COMUNICAZIONE

## PROMOZIONI

**A difesa dell'italianità ..... pag. 96**  
La tutela del made in Italy agroalimentare è il cardine delle attività promozionali stabilite dall'Istituto nazionale per il commercio estero su base triennale.

## PUBBLICITÀ

**Quando l'advertising inganna.. pag. 97**  
Nel corso del 2007 l'Autorità Garante della concorrenza e del mercato ha inflitto sanzioni per 4 milioni di euro per messaggi ingannevoli.

## RILEVAZIONI

**Come ti misuro i cinefili ..... pag. 102**  
Nel 2007 è nata Audimovie, che fornisce i dati ufficiali e certificati per il cinema. Uno strumento prezioso per orientare le campagne pubblicitarie.

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

## IMBALLAGGIO

## FIERE E MERCATI

**Il packaging che resiste ..... pag. 111**  
Prodotti all'avanguardia e attenti alle esigenze ambientali: sono le parole d'ordine delle aziende del settore per l'pack-ima.

## CHIUSURE PER BOTTIGLIE

**Tappi in crisi ..... pag. 116**  
La contrazione dei consumi ha colpito anche il set-

tore delle capsule che registra un calo della produzione e la scelta di materiali più economici.

**Imballaggio in breve ..... pag. 121**

## LOGISTICA

## PIATTAFORME

**L'importanza del pallet ..... pag. 123**  
La gestione dei bancali è un costo per le aziende della gdo destinato a crescere nel prossimo futuro per la forte domanda di legno su scala mondiale.

**Logistica in breve ..... pag. 128**

## RISORSE UMANE

## PROFESSIONI

**Esperti dei campi ..... pag. 132**  
L'agronomo e il forestale, figure affini e di solida formazione scientifica che operano dai metodi di coltivazione ai problemi di gestione economica.

**Risorse umane in breve ..... pag. 134**

## FINANZA

## STRUMENTI

**Più garanzie per il recupero crediti ..... pag. 138**  
Emerge con chiarezza la necessità da parte del creditore di tutelarsi avvalendosi di quegli istituti giuridici che favoriscono l'adempimento del contratto.

## SICUREZZA

**Identità rubate ..... pag. 140**  
Dati personali trafugati per mettere in atto frodi in ambito creditizio o altri illeciti. Purtroppo, è una pratica molto più diffusa di quanto si pensi.

## STRUMENTI

**Pagare via telefono ..... pag. 142**  
Anche in Italia cresce il numero di consumatori che effettuano pagamenti con il cellulare, soprattutto per i parcheggi, ma prevalgono gli operatori stranieri.

**Finanza in breve ..... pag. 143**

## AMBIENTE

## MEZZI

**L'impatto è più leggero ..... pag. 144**  
Sono sempre più numerose le aziende che comunicano on-line il proprio comportamento in materia ecologica e gli effetti delle proprie attività sull'ambiente.

**Ambiente in breve ..... pag. 147**

## ENERGIA

## FILIERA DEL RISCALDAMENTO

**Come bruciano bene i pellet .. pag. 151**  
I materiali legnosi costituiscono una valida ed economica alternativa all'uso di petrolio e metano per la produzione di calore, ormai diffusa in Italia.

## SICUREZZA

**Con l'elettricità non si scherza.. pag. 154**  
Quando si parla di elettricità e sicurezza, la sicurezza stravinca. Secondo un'indagine a mostrarsi fiduciosi verso il buon funzionamento del proprio impianto sono 9 su 10.

**Energia in breve ..... pag. 155**

## INDEX &amp; MONITORING

**Materie prime ..... pag. 156**  
Dopo l'assessamento di luglio (-0,5%) e i cali di agosto (-7,4%) e settembre (-8,2%), l'indice generale ha segnato, a ottobre, un calo del 18,5%.

**Prezzi e consumi ..... pag. 158**  
Anche a settembre, l'Indicatore dei Consumi di Confcommercio (Icc) evidenzia una flessione pari allo 0,4% sul versante delle quantità acquistate.

**Vendite gdo ..... pag. 160**  
Il quarto bimestre del 2008 conferma la crescita del fatturato della grande distribuzione organizzata per le vendite dei beni del largo consumo confezionato.

**Investimenti pubblicitari ..... pag. 162**  
Dopo un promettente avvio di 2008, il calo dei consumi e la difficile congiuntura economica stanno frenando gli investimenti in spot e inserzioni.

**Percorsi di lettura ..... pag. 167**

**Notizie per i lettori e gli inserzionisti .... pag. 168**

**BOSCHI FOOD&BEVERAGE (pag. 95).** Ritorna sugli scaffali Pais, la linea di zuppe e mignostre che ha fatto appassionare i consumatori. A rilanciarlo è Boschi Food&Beverage, l'azienda che da oltre 20 anni fornisce prodotti di elevata qualità per i principali brand italiani ed europei.

**EFFEFPE PETFOOD (pag. 65).** Effefpe PetFood spa, azienda leader nella produzione di petfood secchi e semiumidi, da oltre 20 anni mette a disposizione dei propri clienti del mercato private label le migliori tecnologie produttive e formulistiche.

**FIMAP (pag. 149).** Più compatta, leggera, maneggevole e silenziosa. Si chiama Genie E ed è l'ultima nata in casa Fimap: è la macchina ideale per soddisfare ogni esigenza di pulizia, che automatizza tutti i sistemi manuali.

**LEGNIFORM (pag. 127).** Legnoform, forte di oltre trent'anni di esperienza nel settore della produzione di pallets in legno, opera dal 1980 in provincia di Verona, su un'area di circa 40.000 mq totali, di cui 15.000 coperti.

**OSSERVATORIO MULTICANALITÀ 2 (pag. 135).** La seconda edizione dell'Osservatorio Multicanalità sta per giungere al termine: il 29 gennaio 2009 presso il Politecnico di Milano, Campus Bovisa, Aula Carlo De Carli, Nielsen, Nielsen Online, Connexia e la School of Management del Politecnico di Milano presenteranno i dati della ricerca 2008.

**RADEBERGER GRUPPE ITALIA (pag. 57).** Radeberger Gruppe KG-Frankfurt detiene la leadership nella produzione di birra in Germania, con quasi 16 milioni di ettolitri di produzione annua, pari a una market share pari al 16% circa e un fatturato di 1,3 miliardi di euro.

**SAN CARLO GRUPPO ALIMENTARE (pag. 105).** È stato presentato lo scorso 10 novembre a Milano il Team San Carlo, una nuova squadra composta da testimonial appartenenti a diverse discipline del circo bianco.

## SPOT

**ALFREDO MARTINI (pag. 125).** Martini Alfredo spa progetta, studia e produce contenitori industriali e pallet in plastica che rispondono efficacemente a ogni specifica necessità.

**ARCOPLASTICA (pag. 115).** Arcoplastica da trent'anni è azienda leader in Italia nella produzione di imballaggi e confezioni termoformate. Il servizio al cliente è il suo punto di

forza: in base alle richieste, infatti, l'azienda offre lo studio, la progettazione e la realizzazione di nuove soluzioni di packaging.

**NOMACORC (pag. 119).** Nomacorc® mette tutto il suo impegno nella creazione dei migliori tappi per il vino. Tappi che respirano. Tappi che svillupano. Tappi che preservano quel vino che ha richiesto tanta fatica e sapienza per essere creato.

**NORDA (pag. 94).** HP e Norda presentano la promozione "BEVI e STAMPA". L'operazione mette in palio per i consumatori di acqua Norda la stampa gratuita di 50 fotografie attraverso il portale "Snapfish by HP".

## PUBBLICITÀ TABELLARE

**BEVERFOOD (pag. 58 Diretto); CHEP ITALIA (pag. 126 Diretto); CHIQUITA ITALIA (pag. 19, 21, 23 Ogilvy); DICO GROUP (pag. 56 ELC); DOUGLAS PROFUMERIE (pag. 84 Diretto); ELEA (pag. 72 Diretto); FIDA (pag. 59 Bernardi Comunicazione); FIERA MILANO INTERNATIONAL (pag. 60 Diretto); GENERALI PROPERTIES (pag. 130 Diretto); GF GROUP (pag. 2ª di cop., 1 Smeg Graphic); GUALA DISPENSING (pag. 117 Studio Vacotti); HEINEKEN ITALIA (pag. 90 MCA Mediavest); LA LINEA VERDE (pag. 30 Media By Design); L'ISOLA D'ORO (pag. 3ª di cop. Studio Candelari); MEGGLE ITALIA (pag. 34 Diretto); MONGE (pag. 166 Nuove Ipotesi Studio); MONTANA ALIMENTARI (pag. 8 Diretto); MORANDO (pag. 6 Bernardi Comunicazione); PALAZZETTI LELIO (pag. 150 Gullver); PALLETWAYS ITALIA (pag. 124 Touchè); PARMACOTTO (pag. 42 Diretto); PESCANOVA ITALIA (pag. 4ª di cop. Diretto); POLTI (pag. 50 Diretto); POLY POOL (pag. 46 Diretto); SACI (pag. 66 Diretto); SAN BENEDETTO ACQUA MINERALE (pag. 120 Claim); SAN CARLO ALIMENTARE (pag. 104 Tome Adv); SISMA (pag. 2 Double P Italia); TNT POST SERVICES (pag. 98 Sudler & Hennessey); UNILEVER div. Bestfood (pag. 40 Mc Cann Erickson); VIPAK (pag. 44 Ue' Comunicazione); VIVA (pag. 32 Diretto).**