

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/122009/citati12-09.pdf

RUBRICHE

Fiere	pag. 45
Top retail	pag. 61
Studi e ricerche	pag. 83
Biblioteca	pag. 84
Documenti d'impresa	pag. 85

DIARIO

Produzione	pag. 8
Distribuzione	pag. 10
Finanza	pag. 13

TENDENZE & SCENARI

DISTRIBUZIONE E TERRITORIO
Terapia anticrisi pag. 14
Il calo dei farmaci di autocura è compensato dalla crescita degli altri prodotti di libera vendita, molto più dinamici, anche grazie alle forti attività nel campo della comunicazione.

TRADIZIONE E INNOVAZIONE
Il marketing dell'esperienza nel fashion pag. 16
Touch screen, illuminazione soffusa, pdv con centri benessere e ristoranti: parte dai negozi di moda la rivoluzione del marketing esperienziale.

STATO DELLE IMPRESE

COSMETICI
Riflettori su Deborah pag. 18
Deborah, un gruppo imprenditoriale con una consolidata tradizione nel settore farmaceutico-cosmetico. Il fattu-

rato 2008 ha registrato un incremento del 26,1%.

I NUMERI DEL MERCATO

DOLCIARIO
Voglia di soddisfare il palato ... pag. 20
Reagisce alla crisi portando a casa nel 2008 un risultato di segno positivo, sia pure contenuto: l'anno scorso la produzione è cresciuta a volume dello 0,8%.

PRODUZIONE

LEGUMI
Alfieri della dieta mediterranea pag. 23
Lenticchie, fave, ceci, fagioli secchi: un concentrato di proteine in grado di sostituire la carne. Per questo riscoperti dai consumatori come base di una dieta nutrizionale.

PRODOTTI DA FORNO
Il dinamismo delle merendine .. pag. 25
Mercato in crescita ma anche saturo a livello di offerta. Anche perché, per vincere la concorrenza, i produttori devono rincorrere i trend di consumo.

SALUMI
Il San Daniele non ha prezzo!... pag. 28
È una delle specialità italiane, ha il marchio dop e viene esportato con sempre maggiore successo all'estero. Il pre-affettato è sempre più venduto.

ILLUMINAZIONE DOMESTICA
Luci e ombre di casa pag. 30
L'uscita dal mercato della lampadina a fluorescenza, che si concluderà nel 2012 secondo la direttiva Ue Eco-design Eup, segna la fine di un'epoca.

ELETTRODOMESTICI
Seguire la lavatrice a domicilio... pag. 35
Molteplici i vantaggi offerti dai sistemi di tracciabilità. Per conoscere i processi interni, ma anche per fidelizzare il cliente e migliorare il prodotto.

INFORMATICA
Il network è entrato in casa pag. 38
Adsl superveloce, ip tv, collegamenti powerline, lan domestiche ad alta velocità. Si farà sempre più

ampio il gap tra chi saprà utilizzarli e chi no.

Produzione in breve..... pag. 41

DISTRIBUZIONE

FIERE
Buoni affari a marchio d'insegna pag. 46
Dopo un consolidamento a ogni successiva nuova edizione, Marca, l'evento incentrato sulle private label, guarda all'estero. Per arrivare a competere oltre i confini nazionali.

TECNOLOGIE
L'intelligence di negozio..... pag. 54
Aumenta la richiesta di sistemi operativi centralizzati sul punto di vendita. I retailer ne hanno intuito le potenzialità, ma non mancano dubbi sul ritorno economico.

TACCHEGGIO
Ladri tra gli scaffali pag. 56
Più furti, soprattutto in Italia, ai danni della distribuzione, oggi legati anche al particolare momento di crisi. Il nostro retail continua però a investire in prevenzione.

Distribuzione in breve pag. 57

RISTORAZIONE

FOOD SERVICE
Fuori casa a dura prova pag. 62
Le scarse risorse spingono a meno occasioni di uscita per i pasti e alla ricerca di soluzioni più convenienti. A dover ripensare le strategie è soprattutto il bar.

Ristorazione in breve..... pag. 64

CONSUMATORI

VIDEOGIOCHI
Davanti alla console, appassionatamente..... pag. 66
Sempre più la famiglia al centro della proposta di titoli. È oggi il traino dello sviluppo del mercato e anche di Internet, il cui successo non condiziona gli altri canali.

COMUNICAZIONI D'IMPRESA**I PROFILI**

EFFEFEE (pagg. 52-53). La società da oltre vent'anni è protagonista nello sviluppo e produzione di alimenti secchi per cani e gatti esclusivamente per le private label e il co-manufacturing. Effefe produce circa il 70% della marca privata.

I CONVEGNI

ASSOCARTA (pagg. 6-7). La 16ª edizione del Miac di Lucca (14-16 ottobre 2009) ha ospitato, nel giorno di chiusura della manifestazione, un convegno organizzato da Assocarta Servizi insieme con il Miac, intitolato: "La sostenibilità della produzione del tissue nell'attuale scenario dei consumi".

LE INTERVISTE

CAVIT (pag. 42). Cavit è uno dei nomi di maggiore prestigio e notorietà nel panorama vitivinicolo italiano e internazionale, oltre a essere portabandiera della produzione e della qualità proprie del Trentino. Il direttore generale Enrico Zanoni ci racconta come l'azienda ha affrontato questo difficile 2009.

ERIDANIA SADAM (pag. 80). Abbiamo chiesto a Daniele Bragaglia, amministratore delegato di Eridania Tate & Lyle, di parlarci delle aree di intervento e delle linee di sviluppo di Eridania Sadam, che quest'anno ha compiuto 110 anni di attività.

PARAMOUNT FARMS (pag. 78). Portare innovazione e valore aggiunto al mercato del pistacchio: è la sfida che ha deciso di affrontare anche in Italia Paramount Farms con il brand Wonderful® Pistachios. Ne parliamo con Wim Petermans, director of European sales retail della società.

RADEBERGER GRUPPE ITALIA (pag. 40). Con la celebre Dab Cruda e altri brand che stanno affermando le loro peculiarità, Radeberger è tra i protagonisti

del positivo trend del mercato della birra di qualità: ne parliamo con Rolando Bossi, amministratore delegato della filiale italiana della società.

RVA RASINI VIGANÒ (pag. 58). Il risk management è un'area delicata e complessa, ma sempre più importante, per il business delle imprese. Romina Colciago, Direttore Risk Consulting RVA Rasini Viganò spa, ci aiuta a comprenderne caratteristiche e obiettivi.

VALUE LAB (pag. 100). La consulenza alle aziende deve misurarsi con scenari ed esigenze sempre più complessi. Value Lab punta da sempre ad affiancare gli strumenti "classici" a un forte supporto It, come ci racconta Marco Santambrogio, Managing Director della società.

FOCUS

AGOR (pag. 59). Presenti in tutte le agende dei buyer nazionali e internazionali della grande distribuzione, dei grossisti, dell'horeca, MDD Expo e DPH Expo sono i due Saloni del private label alimentare e non alimentare, visitati ogni anno da 7.000 visitatori alla ricerca di nuovi prodotti per i loro mercati.

BOLOGNA FIERE (pag. 50). MARCAbyBolognaFiere ha sempre offerto agli operatori un valido programma di convegni e workshop. Anche la prossima edizione dell'evento (Bologna, 20 e 21 gennaio 2010) mette il "confronto" al centro dell'iniziativa, con quattro appuntamenti di forte interesse per gli operatori.

BOSCHI FOOD & BEVERAGE (pag. 49). Boschi Food & Beverage - co-packer leader italiano nella produzione di prodotti a base di pomodoro, succhi di frutta, zuppe e salse, tè e bevande - si è confermato anche in questo 2009 protagonista in qualità e innovazione.

EUREKA HOST (pag. 65). In occasione di Host, il Salone internazionale dell'ospitalità professionale svoltosi dal 23 al 27 ottobre 2009 a Fiera Milano, Smartfreeze ha ospitato un talk show dedicato al tema: "La gestione della catena del freddo nell'horeca: nuove tecnologie e risparmio energetico".

FIDELIZZAZIONE

Non basta la raccolta punti pag. 68
I consumatori sono ancora sensibili al premio, sia esso in beni o in sconti sull'acquisto? La risposta è articolata e mostra un cliente che fa del loyalty un uso personale.

SICUREZZA

La mozzarella al titanio pag. 71
Proseguono i sequestri dei Nas che scoprono sostanze sempre più pericolose utilizzate per contraffare alimenti. Un pericolo per la salute e per tutto il made in Italy.

Consumatori in breve pag. 73

COMUNICAZIONE

INTERNET

Contatti immediati pag. 76
L'Instant messaging cresce tra gli strumenti messi a disposizione dalla Rete. E l'emergere di una nuova dimensione di socialità esplorata da un'indagine.

Comunicazione in breve pag. 79

IMBALLAGGIO

MATERIALI

Il meglio per conservare in casa pag. 86
Rotoli, sacchetti, vaschette: soluzioni per mantenere a lungo gli alimenti in frigo. E l'alluminio a offrire ancora le modalità più pratiche e più igieniche.

MATERIALI

Carta certificata all'origine pag. 88
L'industria di trasformazione fa la sua parte per evitare la distruzione indiscriminata di foreste. E, in attesa di una norma comunitaria, in Italia fa ampio ricorso agli strumenti volontari.

Imballaggio in breve pag. 89

LOGISTICA

TECNOLOGIE

Innovazione sul banco frigo pag. 91
Un'invenzione che ha cambiato lo stile alimentare e si proietta verso un futuro di sostenibilità. Nel frattempo i costruttori ne stanno facendo una soluzione sempre più su misura.

Logistica in breve pag. 95

RISORSE UMANE

DISTRIBUZIONE

Le carriere del brico pag. 96
Programmi formativi ad hoc dalle vendite ai più elevati livelli manageriali. Ogni catena del fai da te ha il suo sistema, ma l'elemento comune è la professionalità.

PROFESSIONI

Preparati a stimare l'immobile pag. 99
L'evoluzione del mercato spinge a cercare figure qualificate capaci di valutare gli asset su cui investire. In Italia però è un tipo di professionalità non ben definito.

Risorse umane in breve pag. 101

FINANZA

QUADRO COMPETITIVO

Confronto sulle lenzuola pag. 103
La crisi colpisce il tessile casalingo toccando anche i protagonisti del settore. Le prospettive di recupero ci sono, ma non ai livelli precedenti il calo.

Finanza in breve pag. 107

AMBIENTE

SICUREZZA

Più sani alla cassa pag. 109
Organizzazione del lavoro all'origine di disturbi professionali e infortuni. La prevenzione passa per la progettazione del punto di vendita e la formazione del personale.

RICICLO

Il bilancio del recupero di imballaggi pag. 111

Un minore immesso al consumo si riflette sui numeri della raccolta. Rilegno archivia tuttavia un periodo positivo che ha portato a estenderne l'attività.

Ambiente in breve pag. 112

ENERGIA

TURISMO

Sulle vie delle centrali pag. 114

Nascono itinerari destinati alla visita di impianti energetici. Il loro inserimento paesistico ha talora infatti valenze di valorizzazione del territorio.

INDEX & MONITORING

Materie prime pag. 116

Il mese di ottobre apporta variazioni discontinue sia per l'alimentare sia per quanto riguarda il mondo non alimentare.

Prezzi e consumi pag. 118

I dati dell'Indicatore dei consumi Confcommercio (Icc) nel settembre 2009 evidenziano una situazione ancora altalenante sul versante della ripresa.

Fiducia dei consumatori pag. 120

Il grado di fiducia degli italiani torna a calare. Dato colto dall'Osservatorio mensile Findomestic che a ottobre rileva il 4,72% rispetto al 4,82% del mese precedente.

Beni durevoli pag. 122

Il mercato italiano dei technical consumer goods ha registrato vendite per 4.415 milioni nel secondo trimestre 2009, -8,8% rispetto allo stesso periodo 2008.

INFORMATION & COMMUNICATION TECHNOLOGY

Soluzioni per la logistica pag. 124

I casi di: Zuffellato Computers, Honeywell, French Connection, Hupac, Checkpoint Systems, Brain Force, Geodis Züst Ambrosetti, Solo Italia, Vollect Voice.

Percorsi di lettura pag. 127

Notizie per i lettori e gli inserzionisti pag. 128

LA FILOMETALLICA (pag. 33). La Filometallica, storica azienda milanese riferimento per l'industria dell'illuminazione, commercializza da tempo lampade ad alta efficienza e a basso consumo e tra queste i LED reflectors by MEGAMAN®.

NOVITÀ HOLDING (pag. 43). Il Gruppo è una delle realtà più attive nel settore alimentare. A Novità Holding fanno capo due società, ognuna con proprie specializzazioni: Vinfood spa nella produzione di gastronomia pronta e pasta freschissima e Ortofrost spa, nella lavorazione e commercializzazione di verdure e minestrone surgelati.

SPOT

BBS (pag. 113). Casallegra, il marchio di BBS per la pulizia della casa, si arricchisce della famosa gattina Hello Kitty per una linea di prodotti che rendono il lavoro di casa leggero, divertente e alla moda.

FERPLAST (pag. 112). L'azienda leader nel petcare ha scelto JP Edwards per sostenere la propria crescita, attraverso l'integrazione dei principali processi di business. L'obiettivo è innanzitutto centralizzare il controllo di gestione e integrare al meglio le filiali commerciali e gli stabilimenti produttivi.

FRES.CO (pag. 63). Vogliuzzi, marchio del Gruppo Fres.co, leader nella gastronomia fresca pronta, amplia la sua offerta di primi piatti. A partire da gennaio 2010 verranno lanciate due nuove referenze nel formato famiglia: le lasagne al ragù e gli gnocchi alla romana.

LEUCI (pag. 31). Nata nel 1919 a Lecco con la denominazione "File" - trasformata negli anni Trenta nell'attuale, che riprende l'antico nome della città lacuale - Leuci è un'azienda storica nel settore dell'illuminazione.

MAGAZZINI DEL CAFFÈ (pag. 51). Pensata per il target della famiglia e dei single, strizzando anche l'occhio ai mercati esteri, la caffettiera Miss Moka Evolution, prodotta da Forever Italia, utilizza le cialde Café Bahia, prodotte da Magazzini del Caffè spa.

PROCTER&GAMBLE (pag. 73). Dash Smacchiatore è la nuova linea di additivi per il bucato in lavatrice e per il pretrattamento dei capi, creata per assicurare una rimozione efficace delle macchie, anche quelle più ostinate, già dal primo lavaggio.

STAR (pag. 81). I brodi Star sono un prodotto davvero innovativo, in un mercato che per dimensioni e importanza è uguale solo a quello del latte fresco e Uht: gusto e praticità pronti in un unico brick, per un brodo di qualità.

TRUDY (pag. 41). Per governare il proprio processo di costante espansione, introducendo un sistema di gestione integrata in grado di ottimizzare la gestione di tutti i processi di business, la società ha scelto Oracle.

VITAVIGOR (pag. 48). Uno snack stuzzicante ma leggero, non unto, croccante e gustoso, da utilizzare con salse, formaggi morbidi, mousse e anche marmellate dolci o amare: tutto questo è HappyVi, la nuova linea di minisnack prodotti da Vitavigor.

PUBBLICITÀ TABELLARE

ALLOGEL (pag. 44 Comunicazione Visiva); **AOP1 LOMBARDIA** (pag. 72 Si-pro); **ARNEG** (pag. 92 Studio Verde); **CALZIFICIO PM** (pag. 74 Diretto); **COTONIFICIO ZAMBAITI** (pag. 102 Diretto); **EPTA** (pag. 90 Wave Group); **EURORATING** (pag. 12 Preference); **GALILEO INGEGNERIA** (pag. 108 P Project Web); **GF GROUP** (pag. 2ª di cop., 1 Diretto); **HET NEDERLAND VISBUREAU** (pag. 75 Link2 Italy); **LA FILOMETALLICA** (pag. 32 Slalom); **L'ISOLA D'ORO** (pag. 4ª di cop. Studio Candelari); **NEXTPLORA** (pag. 82 Diretto); **PEDON** (pag. 22 Diretto); **PIETRASANTA PHARMA** (pag. 89 ABC Comunicazione); **RADEBERGER GRUPPE ITALIA** (pag. 2 Gbm Italia); **TESI** (pag. 4ª di cop. Diretto);