

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/122011/citati12-11.pdf

RUBRICHE

Top retail pag. 73
Profili e carriere pag. 113

DIARIO

ACCADIMENTI AZIENDALI..... pag. 6

PUNTI DI VISTA

SCELTE DISTRIBUTIVE

Levoni mette alle corde la gdo pag. 9
Da anni Levoni ha rifiutato, o per meglio dire messo in un cantuccio, l'alleanza, difficile e impervia, con la gdo, e non si tratta di snobismo

BAROMETRO

FIDUCIA DEI CONSUMATORI

La stretta sulle facili illusioni pag. 10
Gli ultimi mesi, con l'estate di mezzo, sono stati contrassegnati da un progressivo peggioramento del clima di fiducia tra i consumatori italiani

TENDENZE & SCENARI

TRADIZIONE E INNOVAZIONE

Le biotecnologie oltre gli Ogm . pag. 14
Bloccati nelle sperimentazioni e costretti da regolamentazioni stringenti, gli Ogm non bastano a garantire un futuro agricolo sostenibile

COMUNICAZIONE E SVILUPPO

L'impresa come cliente sul web . pag. 16
L'ambito delle attività aziendali orientate al business to business vive una fase di ridefinizione sui versanti delle strategie e dell'operatività

POLITICHE E STRATEGIE

COOPERAZIONE

Un modello per l'agricoltura pag. 18
La cooperazione agricola italiana ha continuato a

mostrarsi vitale anche di fronte alla grave crisi manifestata dall'economia in questi anni

STATO DELLE IMPRESE

ARREDAMENTO E ACCESSORI

Riflettori su Foppapedretti pag. 20
Qualità dei materiali, ricercatezza nel design, attenzione alla sicurezza fanno di Foppapedretti una solida realtà nel panorama industriale italiano

I NUMERI DEL MERCATO

FLOROVIVAISMO

Un periodo non tutto rose e fiori . pag. 22
Il florovivaismo italiano ha compensato con l'export la debole congiuntura del mercato interno negli ultimi anni

PRODUZIONE

FIERE

L'evento clou

per il settore dolciario pag. 25
Ism è la fiera più significativa del settore dolciario. Il suo successo è dovuto a visitatori molto selezionati, che rendono l'evento una

ALIMENTI SALUTISTICI

Piatti pieni di salute pag. 29
Il mercato dei prodotti salutistici e dietetici sta conoscendo una crescita senza precedenti, senza pensare a quelli pensati per i celiaci, che

DOCUMENTI: VENDEMMIA

Quantità scarsa

e qualità variabile pag. 31
I dati di Assoenologi, puntuali e accurati come sempre, dimostrano che il 2011 è stato, dal punto di vista dei volumi, l'anno più avaro dal 1948

ACCESSORI CASA

Mutamenti sull'asse da stiro ... pag. 32
L'innovazione traina il mercato dello stiro, anche se trend differenti caratterizzano l'indispensabile ferro e gli altri accessori del comparto,

ABBIGLIAMENTO

Nati con la camicia pag. 36
Nonostante il periodo non sia dei più semplici, la camicia da uomo tiene e pare in lieve ripresa. Il rapporto qualità/prezzo assume

ABBIGLIAMENTO BAMBINI

Attenti a come vestire i bimbi .. pag. 39
Gli abiti possono nascondere insidie per la salute. La preoccupazione riguarda soprattutto i bambini. Occorre controllare la filiera,

DEODORANTI

Un ambiente profumato

e accogliente pag. 42
Il settore dei profumatori e deodoranti per l'ambiente domestico è in crescita. Il consumatore vuole prodotti di qualità, e anche belli da

PERE

Export e consumi

per un settore critico pag. 45
Anche per quanto concerne le pere, la situazione non lascia dubbi: è necessario puntare su politiche che favoriscano un aumento della richiesta, ..

FARMACI

Lotta alla Contraffazione pag. 46

È un problema serio quello della contraffazione dei farmaci, che mette a rischio la salute delle persone. Per combatterlo è necessario

Produzione in breve pag. 49

DISTRIBUZIONE

FIERE

La marca commerciale

sotto i riflettori pag. 51
Ritorna Marca 2012, la manifestazione dedicata a uno dei segmenti maggiormente in crescita, che sta sempre di più guadagnando la fiducia

PUNTO DI VENDITA

Gestire al meglio gli spazi pag. 61
È giusto riservare la massima attenzione alla disposizione interna dei pdv, riflettendo sui percorsi dei consumatori e sulle loro esigenze,

FARMACIA

Un pdv che cambia pelle pag. 63

Le farmacie devono iniziare a differenziarsi, a offrire servizi personalizzati, per conquistare clienti in un momento di grandi mutazioni

COFFEE SHOP

Quando il caffè è trendy pag. 65
L'espansione delle catene di caffetterie, guidata dal leader Starbucks, sembra non volere rallenta

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

I PROFILI

EFFEFPE PETFOOD (pagg. 58-59). Effe si conferma all'avanguardia nella produzione di alimenti secchi per cani e gatti, destinati alle private label e al co-manufacturing. Apprezzata per la qualità dei prodotti e per il taglio consulenziale della propria attività, l'azienda presenta a Marca 2012 la propria produzione biologica.

LE INTERVISTE

ESSERE BENESSERE (pag. 68). Una farmacia più moderna ed efficiente; un farmacista sgravato dagli onerosi compiti di buying e gestione, per tornare alla sua abituale attività; un rapporto con l'industria improntato sulla partnership: è questa la ricetta messa a punto da Essere Benessere. Ne parliamo con l'ad Fabio Poretti.

QVC (pag. 72). A distanza di un solo anno, oggi QVC può affermare di avere profondamente rinnovato il panorama dello shopping tv in Italia. Ne parliamo con Steve Hofmann, amministratore delegato di QVC Italia.

LE INNOVAZIONI PRODUTTIVE

FIERE DI PARMA (pag. 48). Le maggiori aziende alimentari del mondo si sono ritrovate a CibusTec per aggiornare le proprie scelte impiantistiche e tecnologiche ed innovare i propri processi produttivi e di confezionamento alimentare.

CARLSBERG (pag. 80). Carlsberg Italia è l'artefice di una rivoluzione nel mondo della birra basata sui valori della qualità e della sostenibilità, grazie alla quale la birra alla spina servita nei locali avrà sempre una qualità eccellente, costante nel tempo, e un gusto più fresco.

FOCUS

ARIX (pag. 33). Con l'acquisizione del ramo d'azienda Tonkita, il gruppo Arix ha conquistato la leadership del mercato nazionale delle scope per interni ed esterni (più del 30% del mercato a valore), rafforzando la posizione di primaria importanza costruita in più di quarant'anni di attività.

BOLOGNA FIERE (pag. 56). Il quartiere fieristico di Bologna ospita il 18 e 19 gennaio 2012 l'ottava edizione di MarcabolognaFiere, Private Label Conference and Exhibition, che propone, accanto all'offerta espositiva, importanti occasioni di confronto.

BOLTON ALIMENTARI (pag. 87). Da 50 anni Rio Mare s'impegna per rispondere all'esigenza di un'alimentazione di qualità, buona, sana ed equilibrata, portando sulla tavola degli italiani prodotti genuini, ricchi di gusto e rispettosi dell'ambiente. "Qualità Responsabile" conferma l'impegno dell'azienda in questa direzione.

GOGLIO (pag. 103). Leggerezza, attenzione all'ambiente, sicurezza, appeal e praticità sono i valori che rendono le soluzioni Goglio, composte da laminati flessibili alta barriera, accessori plastici, macchine e proposte con il marchio fres-co system®, ideali per rispondere in modo ottimale alle richieste del mercato.

re. E il fenomeno è ora arrivato anche

Distribuzione in breve pag. **69**

RISTORAZIONE

ITALIANI E FUORI CASA

Cosa c'è dentro il panino? pag. **74**

Sono sempre più le persone che, per necessità, consumano fuori casa diversi pasti alla settimana, e che richiedono alla ristorazione

CERTIFICAZIONI

Mangio fuori solo se sono

garantito pag. **77**

Ricoprono sempre più importanza le certificazioni per il mondo della ristorazione collettiva, a cui si rivolgono sempre più persone,

Ristorazione in breve pag. **81**

CONSUMATORI

ELETTRODOMESTICI

Com'era noioso lavare i piatti .. pag. **83**

La lavastoviglie è un elettrodomestico che fa risparmiare tempo e permette anche di avere piatti, posate e bicchieri più puliti. Si tratta però.....

VISSUTO PESCE

Diverse sfumature tra le squame pag. **85**

Quale pesce preferiscono gli italiani, quello fresco, quello congelato o quello surgelato, pescato o di allevamento, d'acqua dolce o

APPROFONDIMENTI: SPORT

Una nuova generazione di stadi..... pag. **90**

Prima o poi l'Italia dovrà adeguare arene e palazzetti dello sport agli standard del resto d'Europa, con indubbi vantaggi di medio/lungo.....

NEGOZI GESTITI DA IMMIGRATI

Mezza Italia dagli imprenditori

stranieri pag. **92**

Sono sempre più i negozi gestiti da stranieri nelle nostre città, e sono sempre di più gli italiani che si servono in questi esercizi, come

Consumatori in breve pag. **93**

COMUNICAZIONE

CAFFÈ

Cosa c'è nella mia tazza? pag. **94**

È necessario cambiare rotta nella comunicazione legata al caffè, serve più condivisione nella filiera

e bisogna rendere più consapevole

SEMIOMARKETING

Business communication

nel futuro pag. **96**

Una tecnica risolutiva per ottenere elevati risultati di business coniugando efficacemente l'astrazione della ricerca semiotica ai fini pratici

RICERCHE DI MERCATO

Il licensing al microscopio pag. **97**

Quello del licensing è un fenomeno che sta riscuotendo sempre più interesse. Perciò sta crescendo la richiesta di strumenti che possano

Comunicazione in breve pag. **98**

IMBALLAGGIO

ALIMENTI

Cibi impacchettati in sicurezza ... pag. **100**

Il confezionamento degli alimenti non è da sottovalutare, dal momento che tutti i materiali e gli oggetti che vengono a contatto con

INCHIOSTRI

Belle scritte ma...

attenzione agli alimenti pag. **101**

Il mercato degli inchiostri destinati al packaging alimentare guarda sì alla piacevolezza estetica ma, ancora di più, alla sicurezza dei

Imballaggio in breve pag. **102**

LOGISTICA

VINO

Dalla vigna alla tavola pag. **104**

La catena logistica del vino in Italia è più complessa rispetto al resto d'Europa. È necessario monitorarne il "funzionamento" per

AUTOTRASPORTO

Marce basse contro la crisi pag. **106**

Il settore dell'autotrasporto ha subito duramente gli effetti della crisi economica globale, e molte aziende non ce l'hanno fatta. Però il peggio.....

Logistica in breve pag. **107**

RISORSE UMANE

MANAGEMENT AL FEMMINILE

Regine di "coppe" pag. **108**

Il settore dei salumi, che tra l'altro sta vivendo un momento positivo, è ancora troppo in mano agli

uomini, nonostante il ruolo di spicco

APPROVVIGIONAMENTI

Strategie per un risparmio

sostenibile pag. **111**

Il tema del saving negli approvvigionamenti è sempre più centrale nella gestione del business; comprendere con quali strumenti governare

Risorse umane in breve pag. **112**

FINANZA

FRANCHISING

Uno strumento

per monitorare la rete pag. **114**

Con il progetto Fthap è stato studiato un processo di monitoraggio della rete sotto il profilo economico, finanziario e operativo che ha

M&A

Marchi e aziende nella centrifuga pag. **116**

Il bollettino delle fusioni e acquisizioni nel panorama italiano è sospeso tra alti e bassi, anche se alcuni fattori potrebbero portare a una

CREDITO

Poca fiducia agli immigrati pag. **118**

Sono pochi gli immigrati che hanno accesso al credito. Eppure stiamo parlando di un importante tassello verso l'integrazione,

Finanza in breve pag. **119**

AMBIENTE

RISORSE IDRICHE

Una migliore gestione dell'acqua pag. **120**

Si riflette sempre più sulla necessità di migliorare la gestione delle risorse idriche, fondamentali per l'agricoltura. Ora sembra che le.....

Ambiente in breve pag. **123**

ENERGIA

PELLET

Brucciare per riscaldare pag. **124**

Cresce il mercato del pellet, anche se la concorrenza dell'Est-Europa è davvero insidiosa, dato che la produzione di quegli Stati ha meno

Percorsi di lettura..... pag. **127**

Notizie per i lettori e gli inserzionisti..... pag. **128**

LPR LA PALETTE ROUGE (pag. 107). 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.

CONAD (pag. 53). Conad, pur tra le difficoltà determinate da normative regionali restrittive e da una burocrazia che impedisce a chi fa impresa di muoversi con rapidità, ha aperto in sei anni 12 distributori di carburanti, che hanno fatto risparmiare ai cittadini 24,1 milioni di euro.

SPOT

ALASKA SEAFOOD (pag.89). Terzo tra i principali tipi di pesce commercializzati in Alaska, l'11 ottobre scorso il Carbonaro dell'Alaska ha ottenuto la Certificazione della Gestione Responsabile della Pesca basata sul Codice FAO.

BAYERNLAND (pag. 49). Bayernland, realtà leader nella distribuzione e produzione di prodotti lattiero-caseari, ha dato il via ai lavori di costruzione della nuova sede di Vipiteno. La nuova sede di Bayernland Italia sorgerà su un terreno di ca. 5.000 mq, nelle vicinanze della zona industriale di Vipiteno, a circa 600 m da quella attuale.

ERIDANIA (pag. 30). Eridania e Cargill hanno annunciato un accordo strategico per la distribuzione e la promozione nel nostro paese - per la prima volta e in esclusiva - di Truvia®, il primo dolcificante senza calorie a base di estratto di foglie di stevia, naturalmente dolce.

GIMI (pag. 35). Gimi è specializzata nella produzione di stendibiancheria, assi da stiro, carrelli portaspesa e portatutto, idee per la casa. Presente con i suoi prodotti in oltre 60 paesi nel mondo, l'azienda sa cosa vuol dire essere leader di settore.

PUBBLICITÀ TABELLARE

ALASKA SEAFOOD (pag. 88 Mac Far); **ALIMENTARIA EXHIBITIONS** (pag. 98 Diretto); **AREXONS** (pag. 122 Kerosene); **BARBERO** (pag. 50 Comunicatore); **BERTONCELLO** (pag. 54 Elc); **BEVERFOOD** (pag. 67 Diretto); **BOLTON ALIMENTARI** (pag. 86 Mundocom); **CALZIFICIO PM** (pag. 38 Diretto); **COLZANI RICAMBI** (pag. 99 Elc); **CONALEC** (pag. 52 Aldo Biasi Comunicazione); **DI LEO PIETRO** (pag. 24, 27 Vittorio Mancini Associati/Elc); **EUROSNACK** (pag. 78 Elc); **GARANTÌ** (pag. 34 White Red & Green); **GERMINAL ITALIA** (pag. 28 Diretto); **GF GROUP** (pag. 4, 5 Diretto); **GOOGLE ITALY** (pag. 2ª di cop. Industrial Strange); **HMY ITALIA** (pag. 60 Diretto); **ICEFOR** (pag. 71 Diretto); **IDEA ITALIA** (pag. 3ª di cop. Absolut Group); **INALPI** (pag. 70 Bernardi Comunicazione); **ITALKALI** (pag. 82 FM Ferrari Melideo); **KODAK ITALIA** (pag. 8 Gruppo Fma); **L'ISOLA D'ORO** (pag. 4ª di cop. Paolo Candelari); **NORD DI CONAD** (pag. 91 Elc); **RATING LAB** (pag. 126 Preference); **SPREAFICO FRANFESCO & F.LLI** (pag.44 Diretto).