

## 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/122012/citati12-12.pdf](http://www.largoconsumo.info/122012/citati12-12.pdf)

### RUBRICHE

**Profili e carriere** ..... pag. **98**  
**Etica e Imprese** ..... pag. **82**

### DIARIO

**ACCADIMENTI AZIENDALI ITALIANI ED ESTERI** ..... pag. **8**

### PUNTI DI VISTA

**BIBITE**  
**Aromatizzate o di vera frutta** ..... pag. **11**  
Soft drink eternamente nel mirino. Dopo le accuse di essere prodotti pericolosi per la salute, è arrivata il 17 ottobre la stangata sulle formulazioni .....

### BAROMETRO

**FIDUCIA DEI CONSUMATORI**  
**Gli italiani ripensano gli stili di vita** ..... pag. **12**  
Il peso delle difficoltà familiari si percepisce nel mutamento degli stili di vita degli italiani. Quanto ai consumi alimentari è .....

### TENDENZE & SCENARI

**IMPRESE FAMILIARI**  
**Quando l'innovazione dipende dalla governance** ..... pag. **16**  
Le imprese familiari sono largamente diffuse in tutto il mondo, basti pensare che esse contribuiscono al 50% del Pil mondiale. L'innovazione di .....

**IMPRESE E CONSUMATORI**  
**Generazioni a confronto** ..... pag. **18**  
Alla fine degli anni Ottanta, il "giovanilismo" nelle

aziende era al suo apice. Nel giro di 20 anni il panorama aziendale è completamente cambiato....

### TESTIMONIANZE

**TEMPORARY SHOP**  
**Il marketing di Beiersdorf in chiave retail** ..... pag. **20**  
Il gruppo Beiersdorf è tra i più attivi nel settore del temporary shop, fenomeno nato per rispondere alle esigenze di flessibilità legate alla natura ciclica.....

### MERCATO E CONCORRENZA

**CARNE IN SCATOLA**  
**Simmenthal e Manzotin, un unione possibile?** ..... pag. **21**  
L'Agcm ha avviato un'istruttoria per verificare se l'acquisizione del ramo di azienda Simmenthal da parte del gruppo Bolton determini una riduzione della .....

### RISULTATI DI ESERCIZIO

**CASEARI**  
**Crescita e dividendi** ..... pag. **22**  
Ottimi risultati di bilancio 2011 per il Consorzio Granterre Parmareggio. Un ciclo virtuoso che perdura da un triennio di consuntivi chiusi sempre con .....

**CONSERVE VEGETALI**  
**Dalle private label la crescita di La Doria** ..... pag. **23**  
La relazione finanziaria di metà anno attesta ricavi consolidati per 281,8 milioni di euro e un utile netto consolidato di 3,2 milioni di euro per La Doria, .....

### POLITICHE E STRATEGIE

**RISTORAZIONE**  
**Elior, fra acquisizioni e mercato in crisi** ..... pag. **24**  
Terzo in Europa nel proprio comparto, il gruppo Elior opera nei mercati della ristorazione collettiva, della ristorazione commerciale e dei servizi .....

**INGROSSO**  
**La customer care di Metro** ..... pag. **25**  
Metro Group, notoriamente uno dei maggiori gruppi distributivi internazionali, è presente in 32 Paesi, conta circa 2.200 punti di vendita e 280.000 dipendenti ...

### STATO DELLE IMPRESE

**ARTICOLI COTTURA**  
**Riflettori su Tvs** ..... pag. **26**  
Tvs è uno dei principali player a livello internazionale nella produzione di articoli da cottura in alluminio rivestiti con materiale antiaderente, .....

### I NUMERI DEL MERCATO

**BIRRA**  
**Nell'horeca scendono i consumi ma crescono in casa** ..... pag. **28**  
La birra italiana è sempre più amata anche fuori dai confini del Paese, come dimostrano i risultati delle esportazioni, cresciute di 11,6 punti percentuali .....

### RICERCHE DI MERCATO

**INDAGINI E STUDI** ..... pag. **114**

### PRODUZIONE

**UOVA**  
**Qualche difficoltà nel pollaio** ..... pag. **30**  
Le uova sono un prodotto nutriente e a basso costo, l'ideale in un periodo di crisi, anche se le nuove regolamentazioni europee hanno messo .....

**ORTAGGI**  
**Le molte sfumature del radicchio** ..... pag. **32**  
Sono svariate le tipologie coltivate in territorio veneto, prodotti di nicchia, ma non solo, che vanno tutelati al meglio .....

**FITOTERAPIA**  
**Le piante possono farci stare bene** ..... pag. **35**  
Un settore in costante crescita è quello dei prodotti fitoterapici, verso cui i consumatori dimostrano sempre più interesse, ma che è limitato .....

**FRUTTA DAL MONDO**  
**Mercato italiano più difficile rispetto ad altri in Europa** ..... pag. **39**  
Alcuni frutti esotici, come ananas e banane, sono tanto diffusi da uscire quasi dai confini di questo settore, che è però caratterizzato .....

**SUPERALCOLICI**  
**Brandy: vecchio vuol dire buono** ..... pag. **42**  
Il brandy è un'acquavite per intenditori che, come

## COMUNICAZIONI D'IMPRESA

### PROFILI

**EFFEFPE PET FOOD** (pagg. 56-57). Qualità, assortimento, affidabilità, versatilità e servizio hanno consentito a Effepe Pet Food di crescere in un 2012 che ha evidenziato la polarizzazione degli acquisti verso il primo prezzo e il segmento premium, che l'azienda presidia con una gamma di alta qualità, dove spicca la linea No Logo Bio.

**NOVA FOODS** (pagg. 6-7). L'azienda ha saputo imporsi nel petfood grazie alla sua passione, alla dedizione per l'innovazione di prodotto coniugata al rigido presidio della qualità. Con l'introduzione del concetto di "Alimentazione Funzionale", Nova Foods ha dato un forte contributo alla valorizzazione del petfood.

**UNICREDIT** (pagg. 102-103). Il Gruppo milanese ha lanciato un grande progetto con un duplice impegno da oggi al 2015: mettere a disposizione 40 miliardi di euro per le imprese italiane e accompagnarne 20.000 nel percorso di internazionalizzazione per valorizzare il "made in Italy".

### LE PREMIAZIONI E I RICONOSCIMENTI

**BEAUTY WEB CONFERENCE** (pagg. 116-117). Al termine della Beauty Web Conference 2012 Fabio Rossello, presidente Unipro, e Marco Magistri, direttore responsabile Bellezza.it, hanno premiato i siti del settore cosmetico votati online da oltre 68.000 utenti unici (+27% vs 2011) tra 130 siti iscritti (+38% vs 2011).

### LE INTERVISTE

**DASSAULT SYSTEMES** (pag. 60). Monica Menghini, Vice President, Industry,

Marketing and Corporate Communications di Dassault Systèmes, ci illustra le strategie di sviluppo della multinazionale, leader nelle tecnologie di simulazione virtuale, e i plus di "Perfect Shelf 3DEXperience".

**FIERA MILANO** (pag. 80). Internazionalizzare per crescere. Potrebbe sintetizzarsi così la mission che Fiera Milano si è data nell'ultimo biennio. A gestire questa importante strategia sui mercati internazionali che mostrano i maggiori trend di sviluppo è Roberto Foresti, group commercial director di Fiera Milano.

### I CONVEGNI

**CONSULMARKETING** (pag. 78-79). Per confrontarsi sul futuro di questa leva di trade marketing, alla luce dei mutamenti del contesto anche normativo nel quale si inserisce, Consulmarketing ha promosso un workshop sul tema "Merchandising: nuovi gli scenari, nuove le regole".

### I CASI AZIENDALI

**ILLYCAFFÈ** (pag. 64). Artisti del Gusto è un progetto che illycaffè dedica ai migliori locali in tutto il mondo, per valorizzarne e accrescerne la professionalità, affiancandoli come partner in un processo di crescita e mantenimento della qualità nel tempo.

### FOCUS

**BOLOGNA FIERE** (pag. 55). Il quartiere fieristico di Bologna ospiterà il 16 e 17 gennaio 2013 la nona edizione di MarcabolognaFiere-Private Label conference and Exhibition, la manifestazione dedicata alla marca commerciale. Un appuntamento che ormai è un saldo punto di riferimento per la business community del settore.

tutto il settore, ha subito le conseguenze della crisi, ma è riuscito a resistere..... pag. 45

**Produzione in breve**..... pag. 45

**DISTRIBUZIONE**

MARCA PRIVATA

**Le private label invadono**

**Bologna**..... pag. 49

Continua lo sviluppo delle pl, incentrato su più varietà e più qualità per un consumatore fidelizzato che guarda alla spesa, ma non solo.....

**Distribuzione in breve**..... pag. 59

**RISTORAZIONE**

VINO

**Calici stranieri nei nostri menu**..... pag. 62

Sono sempre di più i ristoratori che propongono vini esteri alla loro clientela, che del resto è alla ricerca di nuove esperienze, senza dimenticare.....

CUOCHI 2.0

**Sospesi tra gusto e salute**..... pag. 63

I cuochi devono essere sempre più preparati per rispondere al meglio alle esigenze di un consumatore che non vuole solo piacere dal cibo.....

**Ristorazione in breve**..... pag. 65

**CONSUMATORI**

APPROFONDIMENTI DI LARGO CONSUMO:

ALIMENTAZIONE

**Quando il cibo ha una**

**sua reputazione**..... pag. 66

Cresce l'importanza della credibilità alimentare nell'indirizzare le scelte dei consumatori, come mostra un'indagine.....

VISSUTO PESCE

**Info provenienti da sott'acqua**..... pag. 68

Una ricerca porta alla nostra attenzione il rapporto che i consumatori hanno con il pesce e soprattutto con le informazioni che assieme.....

**Consumatori in breve**..... pag. 71

**COMUNICAZIONE**

LICENSING

**In due si può crescere**..... pag. 73

Il licensing è uno strumento fondamentale per le imprese, anche in ambito alimentare, con ampi spazi di sviluppo e sempre nuovi campi di applicazione....

CROSS MERCHANDISING

**Strategie vincenti per lo scaffale**.. pag. 77

Il periodo di stagnazione dei consumi porta le insegne della gdo a studiare strategie espositive che invogliano il consumatore ad acquistare.....

**Comunicazione in breve**..... pag. 81

**IMBALLAGGIO**

ORTOFRUTTA

**La cassetta in legno garanzia**

**di naturalità**..... pag. 84

Nel settore dell'imballaggio per prodotti ortofrutticoli il legno è il materiale migliore, sia per quanto riguarda la conservazione del cibo, sia.....

**Imballaggio in breve**..... pag. 87

**LOGISTICA**

TRASPORTO URBANO

**Verso delle città ecologiche**..... pag. 88

Per fronteggiare la crisi ambientale, il settore dei trasporti sarà investito da una serie straordinaria di cambiamenti, che dovrebbero portare.....

**Logistica in breve**..... pag. 89

**RISORSE UMANE**

SOCIAL NETWORK

**Facebook in ufficio?**..... pag. 94

È un argomento delicato quello dell'utilizzo di Internet e dei social network sul luogo di lavoro, per il quale vanno studiate adeguate contromisure.....

SALES CONTROLLER

**L'uomo ombra delle vendite**..... pag. 95

Non si tratta di un semplice controllore dei costi,

bensi di una figura completa e fondamentale, il vero consulente del direttore vendite.....

**Risorse umane in breve**..... pag. 97

**FINANZA**

LIBRERIE ON LINE

**L'editoria vola in rete**..... pag. 100

Il mondo dell'editoria sta vivendo un momento particolare, caratterizzato da diversi cambiamenti, come quello che sta facendo crescere.....

PRIVATE PLACEMENT

**Un'alternativa al normale**

**finanziamento**..... pag. 104

De'Longhi è solo l'ultima delle aziende italiane ad avere inaugurato la propria presenza sul mercato statunitense delle emissioni.....

**Finanza in breve**..... pag. 105

**AMBIENTE**

EMISSIONI CO<sub>2</sub>

**Anidride carbonica sotto controllo**.. pag. 106

La diminuzione di tonnellate di CO<sub>2</sub> prodotte in Italia non deve farci sorridere molto, dal momento che è stata causata dalla crisi.....

RICICLO

**Il futuro della plastica**..... pag. 108

Nei prossimi anni avrà un ruolo sempre più importante il riciclo di un materiale come la plastica, su cui ancora si può lavorare parecchio.....

**Ambiente in breve**..... pag. 109

**ENERGIA**

LED

**Nuove luci per le lampadine**..... pag. 110

Le lampadine a incandescenza sono ormai il passato, superate da quelle a basso consumo, ma saranno i Led i veri protagonisti dell'illuminazione.....

**Energia in breve**..... pag. 112

Percorsi di lettura..... pag. 119

Notizie per i lettori e gli inserzionisti..... pag. 120

**GAZELEY ITALIA** (pag. 93). Gazeley realizza un altro successo nel campo dell'eco-sostenibilità: è stato, infatti, messo in funzione il primo impianto di trigerazione realizzato dalla società presso l'immobile di Walcor (29.000 mq) a Pozzaglio ed Uniti.

**MEGGLE ITALIA** (pag. 47). Il Gruppo Meggle festeggia quest'anno il 125esimo anniversario dalla sua fondazione e il successo di un'azienda familiare che, partendo da una piccola località della Baviera, ha raggiunto le dimensioni di una multinazionale, affermandosi come una delle principali realtà del settore lattiero caseario.

**PLANETA JUNIOR** (pag. 74). Planeta Junior è azienda leader in Europa nel settore dell'intrattenimento per bambini e adolescenti. Le sue attività sono incentrate sulla produzione di serie di animazione e lo sfruttamento dei diritti di contenuti televisivi, cinematografici, Dvd, Vod, libri, licenze, promozioni e publishing.

**PROMOQUI** (pag. 61). Online da ottobre 2011, sotto la guida di Constantin Wiethaus la società è leader in Italia nella diffusione online di volantini promozionali, con un reach di oltre 50 milioni di pagine sfogliate, più di 700 volantini processati ogni giorno e inseriti nel motore di ricerca, riferiti a 189 insegne della Gdo.

**SPECCHIASOL** (pag. 36). L'azienda presenta Stevygreen, il nuovo dolcificante 100% di origine naturale a base di steviol glicosidi estratti dalle foglie di Stevia Rebaudiana Bertoni. Si tratta di un arbusto perenne originario del Paraguay, noto per il suo straordinario potere dolcificante.

**SPOT**

**BONDUELLE** (pag. 45). Bonduelle presenta due gustose novità, destinate a confermarne la leadership in qualità e gusto. Insieme Gustosi lenticchie, farro,

carote e piselli è un inedito mix di verdure, legumi, cereali al naturale. L'altra novità sono i Funghi Champignon tagliati Cotti a Vapore Cuore di Raccolto.

**ERBAMEA** (pag. 38). Erbamea è una realtà innovativa nel mondo della fitoterapia e ha saputo fondere il valore della tradizione con le più affermate metodologie scientifiche. Una qualità garantita dall'esperienza de L'Erbolario, che in Erbamea si sposa con la competenza del dottor Fausto Mearelli.

**SANTONI** (pag. 59). Santoni si propone come uno storico punto di riferimento per la grande distribuzione nell'ambito di diverse attività, tra cui proposte di piante e fiori confezionati; controllo e selezione qualitativa dei prodotti, assortimenti stagionali e festività; gestione e logistica delle principali aree di produzione.

**PUBBLICITÀ TABELLARE**

**BARBERO** (pag. 70 Comunicatore); **CIP 4** (pag. 46 Diretto); **CONAD** (pag. 3ª di cop. Aldo Biasi Comunicazione); **CONTITAL** (pag. 44 Elc); **DESPAR ITALIA** (pag. 50 Libera); **DI LEO PIETRO** (pag. 86 Vittorio Mancini Associati); **DOPLÀ** (pag. 48 Diretto); **ECOBAGS** (pag. 2 Absolut); **GARANTÌ** (pag. 113 Aquattro); **GAZELEY ITALIA** (pag. 92 Diretto); **L'ISOLA D'ORO** (pag. 4ª di cop. Studio Candelari); **LPR LA PALETTE ROUGE** (pag. 91 Tta); **NESTLÉ ITALIANA** (pag. 67 Elc); **NUMBER 1 LOGISTICS GROUP** (pag. 90 Sts Italiana); **ORTOROMI** (pag. 34 Diretto); **PARISI** (pag. 40 Diretto); **PRODAL** (pag. 118 Elc); **RGIS** (pag. 96 Elc); **SANTONI** (pag. 58 Loqui); **SIGMA** (pag. 54 Aldo Biasi Comunicazione); **STERILGARDA ALIMENTI** (pag. 2ª di cop., 1 Presscom); **TESI** (pag. 10 Diretto); **WARNER BROS ENT.** (pag. 72 KreativeStudio); **ZOBELE HOLDING** (pag. 52 Diretto).