

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/122013/Citati12-13.pdf

RUBRICHE

Relazioni digitali pag. **74**
Etica e Imprese pag. **82**
Formazione e lavoro pag. **96**

DIARIO

ACCADIMENTI AZIENDALI pag. **6**

CLIMA DI FIDUCIA

CONSUMI
Le famiglie e il loro portafogli pag. **10**
Tra le maggiori evidenze congiunturali che hanno caratterizzano il Sistema Italia nel corso dell'ultimo quinquennio, allo stesso tempo, emergono

MONDO E IMPRESE

E-COMMERCE
AmazonFresh e Wal-Mart to Go a confronto pag. **12**
Jeff Bezos, ceo di Amazon, ha puntato anche alla catena del fresco per espandere il business del colosso americano dell'e-commerce.

ARREDAMENTO
Ikea sulle rive del Gange pag. **13**
Un altro tassello si aggiunge alle strategie di internazionalizzazione di Ikea, che si appresta a entrare in India con la prospettiva di insediare

TENDENZE E SCENARI

TECNOLOGIE ALIMENTARI
Innovazioni di successo pag. **14**
Non si tratta solo della crisi; i consumi, anzi, per meglio dire, i consumatori stanno cambiando e con essi mutano le loro attitudini d'acquisto,

CUSTOMER SATISFACTION

Quando il cliente è insoddisfatto... pag. **16**
Da diversi anni, occuparsi delle tematiche che attingono strettamente alle dinamiche della customer satisfaction è diventato un aspetto,

TESTIMONIANZE

RISTORAZIONE
Lo sviluppo secondo McDonald's .. pag. **18**
Alcune fonti dicono che apra 10 punti di ristoro alla settimana in Oriente, mentre anche nel nostro Paese, nonostante un mercato saturo e in crisi,

ELETTRODOMESTICI E ALIMENTI
Whirlpool anti sprechi pag. **19**
Nata a Ivrea nel 1969, laureata in Fisica nel 1995 a Torino, Enrica Monticelli, che ricopre il ruolo di global open innovation and external

SOSTENIBILITÀ E RESPONSABILITÀ

ETICA E IMPRESE
Il socialing, come forma di marketing pag. **20**
Nessuna impresa che si trovi ad affrontare il mercato nel momento attuale può ignorare il ruolo decisivo della corporate social responsibility.

IMPRESE E AMBIENTE
L'Oréal a emissioni zero pag. **21**
Il progetto "L'Oréal Italia: emissioni zero", previsto per lo stabilimento di Settimo Torinese e che vede la realizzazione del primo complesso a

QUADRO COMPETITIVO

TELEVENTITE
Mediashopping e Qvc, i negozi in Tv pag. **22**
La televendita è uno spettacolo che conta ormai più protagonisti. È un mercato in crescita, sempre più diffuso e più seguito, radicandosi

I NUMERI DEL MERCATO

SALUMI
A tutto export pag. **24**
Nel 2012 le esportazioni dei salumi italiani hanno superato quota 138.440 tonnellate (+3,8% sul 2011 con 133.400 tonnellate), segnando un

INFORAMA

BIBLIOTECA pag. **110**
INNOVAZIONE pag. **112**
SOLUZIONI TECNOLOGICHE pag. **114**
STUDI E RICERCHE pag. **116**

PRODUZIONE

MORTADELLA
Da Bologna con sapore pag. **26**
La Mortadella Igp è un prodotto estremamente amato dagli italiani, che anche in un momento di crisi non riescono a farne a meno.

FAIRTRADE
Equo, solidale e vincente pag. **28**
Quello dei prodotti Fairtrade è, in Italia, ancora un mercato di nicchia. E però in continua crescita, in controtendenza rispetto alla media del mercato.

LATTE D'ASINA
Nicchia ad alto valore commerciale pag. **31**
Un prodotto interessante e di prospettiva, in quanto molto simile al latte umano, più digeribile di quello di vacca, capra e pecora.

Produzione in breve pag. **33**

DISTRIBUZIONE

FIERE
Aspettando Marca 2014 pag. **37**
L'appuntamento bolognese dedicato alla marca commerciale rimane uno dei punti di riferimento più importanti nel panorama fieristico nazionale.

BRICO
Dove si vendono trapani e tasselli pag. **48**
Il settore del fai-da-te si rivolge a un numero sempre maggiore di persone, anche se la crisi si è sentita e i vari canali hanno trend differenti.

I DOCUMENTI DI LARGO CONSUMO:
E-COMMERCE
Vendere on line pag. **54**
La distribuzione tramite le nuove soluzioni offerte

COMUNICAZIONI D'IMPRESA

I PROFILI

CIP4 (pagg. 34-35). Leader internazionale nella fornitura a big brand dell'industria e della grande distribuzione di prodotti per l'igiene femminile, la cura della persona e la pulizia delle superfici, CIP4 si conferma azienda moderna, efficiente, sempre più ecosostenibile e si avvia a chiudere l'anno con un +8% di fatturato sul 2012.

EFFEFFE PET FOOD (pagg. 46-47). L'azienda, specializzata nella fornitura di alimenti per cani e gatti esclusivamente in ambito private label e co-manufacturing, si conferma leader per qualità, assortimento, affidabilità, versatilità. Nel suo ampio assortimento spicca la linea No Logo Bio, che potrebbe inaugurare il segmento biologico in Gdo.

NOVA FOODS (pagg. 8-9). L'azienda vicentina, da oltre vent'anni specializzata nella produzione di alimenti per cani e gatti di alta qualità, a cominciare dalle selezionatissime materie prime, presidia la grande distribuzione con il brand Elegance®: un'ampia gamma di prodotti, che da quest'anno diviene ancor più ricca.

SIX PAYMENT SERVICES (pagg. 4-5). La società, presente in Ita-

lia dal 2011, è specializzata nelle attività di issuing e acquiring per conto di istituti bancari ed esercenti. Tra i primi dieci player del settore in Europa, SPS porta ai nostri operatori l'esperienza e il know-how in campo finanziario accumulati in oltre 80 anni di attività e un approccio "tailor made" alle esigenze dei clienti.

FOCUS

BOLOGNA FIERE (pag. 45). MarcabyBolognaFiere, l'unica manifestazione del panorama fieristico nazionale dedicata alla marca commerciale, giunta alla sua decima edizione, si caratterizzerà come di consueto anche per alcuni importanti convegni e workshop, con il X° Rapporto sulla PL e un focus sul packaging.

CESARE FIORUCCI (pag. 73). Il rilancio di Fiorucci passa anche attraverso il lancio di una linea davvero innovativa. Parliamo di *Amarsi d**, una novità che risponde a un trend sempre più forte, ovvero la ricerca di prodotti alimentari di alta qualità nell'area benessere, capaci di coniugare gusto e leggerezza.

GAZELEY ITALIA (pag. 91). Protagonista in Europa, Cina ed Emirati Arabi nel settore dello sviluppo di immobili logistici e produttivi sostenibili, dal 1987 Gazeley ha realizzato in tutto il mondo oltre 7 milioni di metri quadrati per più di 100 clienti tra retailer, industrie e 3PL. Dal 2005 la società è attiva anche in Italia.

da Internet ricopre un ruolo sempre più decisivo, e può aiutare le aziende in questo momento

CARBURANTI E RETAIL

Il pieno dopo la spesa pag. **57**
La grande distribuzione anche in Italia ha ormai capito quali interessanti spunti può offrire l'offerta di carburanti ai propri consumatori.

Distribuzione in breve pag. **59**

RISTORAZIONE

CIBO ETNICO

Nuove esperienze a tavola pag. **63**
Aumentano gli italiani che subiscono il fascino di alimenti "esotici". Il ricambio generazionale e un'offerta più estesa, a livello ristorativo e

Ristorazione in breve pag. **65**

CONSUMATORI

GLI INCONTRI DI LARGO CONSUMO:

DESIGN THINKING

Come ingaggiare il consumatore? ... pag. **66**
La ricostruzione del customer journey, attraverso il confronto attivo tra marketing manager, in una sessione di design thinking organizzata

ITALIANI E GDO

Viaggia in rete la sostenibilità dell'iper pag. **69**
In rete, nei blog, forum e social network, cresce molto la disponibilità e l'interesse per il dibattito su grande distribuzione e csr

CONTRAFFAZIONE

Gli italiani non vogliono il falso ... pag. **70**
Una recente ricerca Adiconsum fa il punto sul fenomeno della contraffazione, e soprattutto su quello che è il punto di vista degli italiani a riguardo.

SOCIAL CARD

La carta che ti aiuta pag. **71**
È partita la sperimentazione della nuova social card che dovrebbe aiutare le persone in difficoltà sparse sul territorio italiano.

Consumatori in breve pag. **72**

COMUNICAZIONE

PACKAGING

Responsabilità sulla confezione pag. **77**
Il pack ormai non può più essere visto solo come un semplice involucro, un contenitore, e va sfruttato per comunicare al meglio al consumatore.

WEB MARKETING

Il trade si scopre social pag. **79**
La rivoluzione digitale coinvolge anche il mondo della distribuzione specializzata e amplia i punti di contatto fra retailer e consumatore: un

Comunicazione in breve pag. **80**

IMBALLAGGIO

SICUREZZA

Competitività fra imprese pag. **84**
Il mondo dell'imballaggio è sempre più caratterizzato da una continua innovazione, che però deve fare i conti con le esigenze di sicurezza e

Imballaggio in breve pag. **87**

LOGISTICA

IMMOBILIARISMO

Meno compravendite di negozi e capannoni pag. **88**
Nel 2012 è stata registrata una grande diminuzione di acquisti e vendite di immobili a destinazione commerciale e produttiva, ma non

Logistica in breve pag. **91**

RISORSE UMANE

CREDIT MANAGER

Chi gestisce il credito aziendale pag. **92**
Si tratta di un ruolo sempre più cruciale, quello del credit manager, che deve occuparsi di tutte le azioni di recupero crediti e fare i conti con

GDO

Pianificare la formazione pag. **93**
Cambiano le organizzazioni e anche gli interventi in ambito formativo si adeguano, all'inse-

gna dell'aggiornamento continuo.

Risorse umane in breve pag. **95**

FINANZA

FACTORING

Pagamenti sotto controllo pag. **98**
Uno strumento per migliorare il rapporto tra fornitori e gdo attraverso la garanzia del buon fine dei crediti.

COMMISSIONI POS

Quanto costa la moneta elettronica pag. **101**
I pagamenti tramite bancomat e carte di credito rappresentano il futuro, ma ancora è aperto e stimolante il dibattito riguardo ai costi di tali

Finanza in breve pag. **103**

AMBIENTE

VIDEOSORVEGLIANZA

Una "visuale" all'avanguardia ... pag. **104**
L'esigenza di sicurezza porta molti commercianti a munirsi di telecamere di sicurezza, prodotti sempre più tecnologici e in grado di sfruttare la Rete.

AEE E RAEE

Se il rifiuto è pericoloso pag. **106**
Diverse importanti novità sono da poco entrate in vigore riguardo al trattamento e alla gestione degli Aee e Raee al termine della loro "vita".

Ambiente in breve pag. **107**

ENERGIA

PRODUZIONE SALUMI

Per prosciutti meno energivori . pag. **108**
Nel comparto agroalimentare italiano, il settore dei salumi è fra quelli che consumano più energia. Per questo è importante porre molta

Percorsi di lettura pag. **118**

Le copertine di Largo Consumo pag. **119**

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

GIMBORN (pag. 43). Gimborn è un'importante realtà internazionale leader nel mercato degli alimenti e accessori per animali da compagnia. Fondata in Germania nel 1855 dal farmacista H.Von Gimborn, l'azienda è direttamente presente in Italia attraverso la sua filiale Gimborn Italia.

GRUPPO CARTORAMA (pag. 81). Gruppo Cartorama presenta una campagna sensazionale per la Scuola 2014, commercializzata in Grande Distribuzione dalla divisione CDS. Un'offerta ricca e di assoluta qualità, con oltre 15 collezioni e numerose novità in termini di licenze, che andranno a sommarsi alle properties che da tempo accompagnano il percorso aziendale.

TESISQUARE® (pag. 61). Per rispondere alle esigenze di una logistica più moderna ed efficiente, TESISQUARE® ha messo a punto TESI Warehouse Efficiency, la soluzione software rivolta ai direttori della logistica che intendano ottimizzare le attività di ricevimento, stoccaggio, prelievo e spedizione delle merci.

SPOT

CUGINI STEFFAN (pag. 59). La Gelati Steffan è una piccola realtà totalmente italiana, nata alla fine degli anni '40 come una delle prime gelaterie industriali. Pochi sanno che l'azienda può vantare come fondatore l'uomo che inventò i ghiaccioli e che per primo iniziò a venderli, Alberto Steffan.

KÄRCHER (pag. 51). Kärcher è il primo produttore mondiale di macchine per la pulizia domestica e professionale. L'azienda collabora con tutte le insegne del DIY ed è presente nella Gdo con una linea selezionata - dalle idropulitrici, agli aspiratori, al nuovo aspiragocce per la pulizia di vetri e piastrelle - pensata per un target allargato.

PUBBLICITÀ TABELLARE

ALASKA SEAFOOD (pag. 32 Diretto); **ARIX** (pag. 38 Diretto); **CREDEFACOR** (pag. 100 Diretto); **DOPLA** (pag. 40 Diretto); **ELPE** (pag. 2ª di cop. Diretto); **ESSEDUE ALIMENTARI** (pag. 76 Diretto); **FRA-BER** (pag. 49 Diretto); **IDRO-BRIC** (pag. 52 Elc); **KARCHER** (pag. 50 Diretto); **KRONES** (pag. 86 Diretto); **L'ISOLA D'ORO** (pag. 4ª di cop. Studio Candelari); **LPR ITALIA** (pag. 44 TTA); **MADL** (pag. 42 Diretto); **MEGGLE ITALIA** (pag. 36 Studio Carbonari); **NOVAMONT** (pag. 3ª di cop. Ecomunicazione); **NUMBER1 LOGISTICS GROUP** (pag. 90 Diretto); **RADEBERGER GRUPPE ITALIA** (pag. 60 Gbm Italia); **SOLO ITALIA** (pag. 30 Diretto); **TESI** (pag. 94 Diretto); **UNIONTRADE** (pag. 62 Elc); **VIROSAC** (pag. 56 Diretto).