

# sommario

## CONTENUTI EDITORIALI

English summary ..... pag 6-7

Citati: persone, imprese, organismi ..... pag 8-9

## MATERIE PRIME

Quotazioni ..... pag 10

## TENDENZE E SCENARI

Fattori competitivi ..... pag 13

Cambiamenti e opportunità ..... pag 14

Globalizzazione e concorrenza ..... pag 16

Società e consumi ..... pag 18

Etica e impresa ..... pag 21

## STATO DELLE IMPRESE

Riflettori su Carrefour ..... pag 22

## DIARIO DELLA DISTRIBUZIONE

Politiche e strategie ..... pag 24

## PRODUZIONE

SUGHI PRONTI  
Un business ben condito ... pag 28

ORTOFRUTTA  
I posti delle fragole ..... pag 31

LATTIERO-CASEARI

Nel futuro dei formaggi ..... pag 35

Articolo completo su  
[www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

FUNGHI SECCHI

Soluzioni nel sacchetto ..... pag 37

Articolo completo su  
[www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

ITTICO

Le contrazioni dei molluschi ..... pag 38

ACQUA POTABILE

Il rubinetto sfida la bottiglia ..... pag 43

Articolo completo su  
[www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

VINO

Consorzi in rassegna ..... pag 45

Articolo completo su  
[www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

PROFILATTICI

Qualità nella prevenzione ..... pag 46

OREFICERIA

Bagliori di qualità ..... pag 49

Articolo completo su  
[www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

BIOTECNOLOGIE

Strategie di ricerca ..... pag 50

CASCHI

Profetti con gusto ..... pag 51

Articolo completo su  
[www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

CALZATURE

Sportive al passo ..... pag 53

Articolo completo su  
[www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

Produzione in breve ..... pag 56

Notizie dal biotech ..... pag 63

## DISTRIBUZIONE

PRIVATE LABEL

Marca commerciale in volata ..... pag 67

SPECIALIZZATI

Il fai da te fa per tre ..... pag 77

CENTRI COMMERCIALI

Proposte di organizzazione .. pag 83

SERVIZI TURISTICI

Tutti in crociera ..... pag 85

Articolo completo su  
[www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

Distribuzione in breve ..... pag 87

Franchisor & Franchisee .... pag 95

## CONSUMATORI

VISSUTO DEI PRODOTTI

Bevande alcoliche sotto indagine ..... pag 99

## COMUNICAZIONE D'IMPRESA

### I PROFILI

**AVERNA F.LLI** (pagg. 96-97). Un 2005 all'insegna dell'innovazione per Averna, che si appresta a lanciare una linea nel segmento sambuca e due nuovi liquori a base di limoni e mandarini di Sicilia. L'obiettivo è dare valore al mercato del dopo pasto e diventarne il leader.

**CONSORZIO PESCATORI DI GORO** (pagg. 40-41). Una panoramica sull'attività del Consorzio: l'alta qualità delle vongole veraci e delle cozze della Sacca di Goro, la tracciabilità, l'esigenza di certificare la zona di provenienza e le prospettive commerciali di una produzione unica.

**CONVERTING WET WIPES** (pagg. 74-75). Leader a livello internazionale nella produzione di salviette umidificate per conto di grandi aziende e importanti retailer, la società fa di esperienza, qualità, capacità produttiva, innovazione e servizio i suoi punti di forza.

**CORTICELLA MOLINI PASTIFICI** (pagg. 64-65). Parte del Gruppo Euricom, Corticella è leader nella fornitura di private label per alcuni tra i maggiori retailer in Italia e nel mondo: un ruolo che intende rafforzare all'insegna di qualità, servizio e know-how produttivo.

**RED BULL** (pagg. 54-55). Leader incontrastato nel settore degli energy drink, Red Bull ha messo a segno eccezionali risultati anche in Italia e intende puntare molto sul trade moderno per fare di questo mercato una categoria vincente.

**UNILEVER ITALIA - DIVISIONE FOODS** (pagg. 26-27). Dopo il successo della Bruschetteria, l'azienda lancia i Sughì di Casa Bertolli: una gamma premium che coniuga la qualità degli ingredienti tradizionali e la creatività delle ricette, insaporite dall'olio extravergine Bertolli.

### LE INTERVISTE

**CARTIERA LUCCHESI** (pag. 166). Leader in Italia nel comparto dei prodotti tissue ecologici, Cartiera Lucchese lancia una nuova linea di alta qualità: Grazie EcoLucart:

il direttore commerciale consumer Massimo Gai ci parla degli obiettivi di sviluppo dell'azienda.

**CONVERTING WET WIPES** (pag. 156). Leader nella produzione di salviette umidificate per le industrie e le private label del trade moderno, l'azienda affronta le problematiche della globalizzazione: ci spiega come Giovanni Sorrentino, fondatore e titolare di Converting Wet Wipes.

**LATTERIA SOCIALE MERANO** (pag. 90). Il direttore commerciale Johann Pöder ci illustra i punti di forza della Latteria Sociale Merano, impostasi sul mercato per il suo innovativo assortimento di yogurt e bevande probiotiche che puntano sui valori di qualità, benessere e salute.

**RECKITT BENKISER** (pag. 123). Le aziende devono puntare decisamente sull'innovazione e sulla partnership con il trade moderno: ne è convinto l'amministratore delegato di Reckitt Benckiser Italia, Paolo Cavallo, che traccia le linee di sviluppo della multinazionale.

**RICHMOND ITALIA** (pag. 148). Celebra la decima edizione Marketing Forum, l'incontro annuale tra professionisti del marketing e della comunicazione: ne parliamo con Claudio Honegger, general manager di Richmond Italia, la società che organizza l'evento.

**SISA** (pag. 88). Il presidente Sergio Cassingena ci parla dei più importanti progetti di Sisa, in Italia e in Europa, in una fase congiunturale non facile per il mercato, confermando che l'internazionalizzazione è un forte obiettivo della società.

**VARTA** (pag. 62). Frutto dell'acquisizione di Remington Products Company da parte di Rayovac Corporation, il gruppo Rayovac/Varta/Remington rappresenta una nuova, grande realtà del mercato italiano, come conferma l'amministratore delegato Angelo Fusi.

### IL MANAGEMENT AZIENDALE

**AVERNA F.LLI** (pag. 146). Una panoramica sulla struttura commerciale e marketing e sull'approccio al mercato dell'azienda storica protagonista del mercato degli alcolici, che fa della multicanalità il suo grande punto di forza.

## ASSOCIAZIONISMO

**Per non combattere da soli** ..... pag 101

*Articolo completo su*

[www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

**Consumatori in breve** ..... pag 103

## COMUNICAZIONE

## PROMOZIONE

**Al bar con lo sconto** ..... pag 111

## STRUMENTI

**Nuove forme di direct marketing** ..... pag 113

*Articolo completo su*

[www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

## MEZZI

**Quotidiani in rassegna** ..... pag 114

**Comunicazione in breve** ..... pag 116

**Pubblicità ingannevole e comparativa** ..... pag 117

**Campagne pubblicitarie** ..... pag 125

## LOGISTICA

## STRATEGIE

**Un modello per il food & beverage** ..... pag 127

## CARNI TRASFORMATE

**Salumi in fabbrica** ..... pag 131

## TECNOLOGIE

**Un'infrastruttura per pianificare** ..... pag 135

**Proposte immobiliari** ..... pag 139

**Soluzioni informatiche** ..... pag 141

## RISORSE UMANE

## GESTIONE

**Ergonomia al lavoro** ..... pag 142

## METODOLOGIE

**Autoformazione in chiave Zen** ..... pag 144

## CONFERENCE

**Strategie di gestione degli acquisti** ..... pag 145

*Articolo completo su*

[www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

**Opportunità di lavoro** ..... pag 147

**Profili e carriere** ..... pag 149

## FINANZA

## STRUMENTI

**Il private equity in piccolo** ..... pag 150

## STRATEGIE

**Il capitale circolante nel trade moderno** ..... pag 152

**Finanza in breve** ..... pag 157

**Operazioni di concentrazione** ..... pag 159, 161

## AMBIENTE

## PULIZIA INDUSTRIALE

**Macchine da esportazione** ..... pag 163

*Articolo completo su*

[www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

## GESTIONE

**Pressione bassa sui rifiuti** ..... pag 164

**Ambiente in breve** ..... pag 167

## SEGNALAZIONI

**Biblioteca** ..... pag 169

**Global Marker Report** ..... pag 171

**Rassegna stampa internazionale** ..... pag 172

**Siti Web** ..... pag 174

*Modalità di abbonamento, acquisto copie, tariffe pubblicitarie* ..... pag 176

## FOCUS

**CSQA** (pag. 73). Con la Certificazione di filiera controllata, il Csqa dichiara che un prodotto è conforme alla norma di riferimento nella quale si richiede di garantire due requisiti fondamentali: la rintracciabilità del prodotto e i requisiti igienico-sanitari.

**ISOLA D'ORO** (pag. 29). Spicca, nell'assortimento della società specializzata in conserve ittiche, l'offerta di Sughi di Mare, una linea di condimenti ideali per preparare i gustosi primi piatti della tradizione siciliana.

**SAN PAOLO IMI** (pag. 158). Per illustrare le sue iniziative atte a finanziare gli investimenti delle aziende per l'adeguamento alle norme sulla tracciabilità e per la certificazione, San Paolo Imi organizza tra giugno e luglio 2005 convegni itineranti in diverse città italiane.

**SVAT** (pag. 129). Da aprile è operativa la nuova filiale del Gruppo Svat nel Lazio, che svolgerà attività di stoccaggio e distribuzione capillare non solo nella regione, ma anche in Campania, Umbria e Molise.

## SPOT

**BERGAMASCHI E VIMERCATI** (pag. 104). Perché non riprodurre un "bacio appassionato" o uno "sguardo di fuoco" degni del miglior cinema sulle tazzine del caffè? Ci ha pensato Bergamaschi & Vimercati, lanciando una nuova linea a marchio Excelsa.

**CALZIFICIO REAL** (pag. 69). Oggi l'azienda è una delle aziende leader nella calzetteria, con quattro unità produttive in Italia e all'estero. Il Calzificio Real, pur operando al trade con propri marchi, si propone come partner ideale per l'etichetta privata.

**SEALEDAIR/CRYOVAC** (pag. 58). Da oltre 50 anni Cryovac è una forza trainante nel settore del confezionamento dei formaggi. La società ha rivoluzionato le modalità di lavorazione, distribuzione e commercializzazione con sistemi e prodotti innovativi.

**VION** (pag. 60). Il 17 febbraio scorso, Bestmeat Company, azienda che occupa il secondo posto in Europa nella lavorazione delle carni, ha assunto, dopo aver integrato le quattro controllate, il nome di Vion Food Group.

## PUBBLICITÀ TABELLARE

**ADHESION ITALIA** (pag. 138, Diretto), **ADVER PERFORMANCE** (pag. 124, Diretto), **ALL-PACK** (pag. 91, Diretto), **ANES** (pag. 160, Diretto), **ARIOSTO** (pag. 61, Ar Comunicazione), **BILANCIAI** (pag. 132, Net Studio), **CALZIFICIO REAL** (pag. 68, Diretto), **CARTIERA LUCCHESI** (pag. 2<sup>a</sup> di cop.-1, Lindbergh), **CAVIRO** (pag. 98, Armando Testa), **CF COMMERCIALE FUNGOROBICA** (pag. 36, Soluzioni Group), **COCA-COLA BEVANDE ITALIA** (pag. 118, Save As), **COMET** (pag. 162, Studio Simonazzi), **COMPAR BATA** (pag. 52, Diretto), **CSQA** (pag. 72, Diretto), **DAIMLER CHRYSLER ITALIA** (pag. 140, Colnaghi & Manciani), **DNV** (pag. 66, M&Cm), **EXPERTUM** (pag. 154-155, Preference), **GENESIS** (pag. 94, Diretto), **GESCO** (pag. 12, D'Adda Lorenzini Vigorelli), **GRANDI SALUMIFICI ITALIANI** (pag. 130, Momolevy), **GUNNEBO ENTRANCE CONTROL** (pag. 82, Atlantide), **HENKEL** (pag. 3<sup>a</sup> di cop., D'Adda Lorenzini Vigorelli), **KRAFT FOODS ITALIA** (pag. 34, J.W.T.), **LA TORRACA GELATI** (pag. 92-93, Flexa), **MADEL** (pag. 120, Exnovo), **ORACLE ITALIA** (pag. 136, Zoom Studio Associati), **ORANFRIZER** (pag. 110, Graphiservice), **ORECA NEW** (pag. 76, Diretto), **PENNELLI CINGHIALE** (pag. 80, Diretto), **QUALITY FOOD GROUP** (pag. 122, Ddb), **RCS ETAS LIBRI** (pag. 168, Diretto), **RECKITT BENCKISER ITALIA** (pag. 105, 107, 109, Euro Rscg), **SALERNO GRANDI IMPIANTI** (pag. 126, Salefritto), **SANT'ORSOLA COOPERATIVA** (pag. 32, Plus Communication), **SISA** (pag. 88, Rizer), **SISMA** (pag. 20, 78, Diretto), **SORGENTE SANTA CROCE** (pag. 42, Diretto), **SPAZZOLIFICIO PIAVE** (pag. 102, Diretto), **SSL HEALTHCARE ITALIA** (pag. 47, Idea & Colori), **TOPS** (pag. 112, Diretto), **UNILEVER ITALIA DIV. ICE** (pag. 4<sup>a</sup> di cop., Eliseo), **VERAART RESEARCH** (pag. 170, Diretto), **WERUSKA & JOEL** (pag. 57, 59, Diretto), **YOGOLAT** (pag. 2, Mc Cann Erickson), **ZONIN** (pag. 44, Studio Cattaneo).

## IMMAGINI FOTOGRAFICHE

Archivio Largo Consumo; Bennet/Pavone; Consorzio Conegliano Valdobbiadene; Consorzio Grana Padano; Erel Italia; Fernando Zanetti; Francolino Teresa M.; Hatu; Igor; Market; Motorola; Scientology.