

# sommario

## CONTENUTI EDITORIALI

English summary..... pag 6  
 Citati: persone, imprese, organismi  
 Vedi: [www.largoconsumo.info](http://www.largoconsumo.info)

## MATERIE PRIME

Quotazioni ..... pag 16

## DOCUMENTI

Frodi alimentari ..... pag 18  
 Articolo completo su [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

## TENDENZE E SCENARI

Tecnologie e comunicazione ..... pag 19  
 Mondo e imprese ..... pag 20  
 Fattori competitivi ..... pag 22  
 Congiuntura e sviluppo ..... pag 23  
 Cambiamenti e opportunità .. pag 24  
 Globalizzazione e concorrenza .... pag 26  
 Pubblicità e mercato ..... pag 28  
 Società e consumi ..... pag 30

## FUSIONI E ACQUISIZIONI

Principali operazioni ..... pag 32

## DIARIO DELLA DISTRIBUZIONE

Politiche e strategie..... pag 35

## PRODUZIONE

CAFFÈ  
 Espresso in capsula..... pag 39  
 Sempre più diffuse, le cialde permettono di eliminare sprechi e di ottenere una bevanda di qualità costante. Richiedono macchine particolari, ma offrono un alto livello di servizio

POLI VINICOLI  
 La Sicilia rilancia ..... pag 43  
 Considerata per anni, a torto, una pura riserva di prodotti da "taglio", la regione rivendica oggi il suo ruolo, con una serie di nomi eccellenti  
 Articolo completo su [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

## AGROALIMENTARE

Campania in chiaroscuro..... pag 44  
 Nonostante la vocazione industriale emersa da una recente ricerca, le imprese della regione oggi si trovano a non avere scelta: occorre unirsi per competere o farsi partecipare per non soccombere

LATTE  
 Ma quanto ci costa ..... pag 51  
 Al di là degli aumenti dovuti alla siccità del 2003, anche l'alimentazione degli animali e la diversa incidenza dei contributi concorrono a differenziare i prezzi nelle diverse regioni d'Italia  
 Articolo completo su [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

LATTIERO-CASEARI  
 Formaggi d'Europa ..... pag 53  
 E non solo: anche l'Armenia e del Libano per citarne alcuni. Cheese 2005 è stata un'occasione per conoscere le dop e le tip del continente. Un meeting dedicato ai piccoli imprenditori e alla qualità  
 Articolo completo su [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

BIOLOGICO  
 Protagonisti in divenire..... pag 56  
 Sono i cosiddetti Paesi emergenti, dall'Ungheria alla Cina, dall'Egitto alla Turchia, che contribuiscono a rendere la competizione internazionale sempre più forte anche in questo settore  
 Articolo completo su [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

FIERE E MERCATI  
 Il valore dell'imballaggio..... pag 57  
 Mentre si aspetta l'apertura della prossima edizione di Ipack-Ima è bene fare il punto su un settore davvero ampio, che va dai macchinari alle confezioni, declinate nei molti materiali

ELICOLTURA  
 Lumache express ..... pag 62  
 Produzione e import sono in costante aumento. Dal 2000 il consumo totale è cresciuto del 59%. La base degli operatori si è allargata fino alle 9.000 unità

FIORI ARTIFICIALI  
 Decorativi o cerimoniali ..... pag 63  
 Sono due le principali destinazioni d'uso: gli arredi funerari e l'ornamento della casa, con la prima in netta prevalenza. L'Italia è il crocicchio degli scambi, ma non produce più  
 Articolo completo su [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

TESSILE CASA  
 Coperture letto: andamento lento .. pag 64  
 Si continua a spendere volentieri per un oggetto che esprime la personalità della consumatrice. Per le aziende italiane c'è la pesante incognita della concorrenza estera  
 Articolo completo su [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

## DISCOGRAFIA

Nuove tecnologie in musica..... pag 65  
 Che piaccia o no, Internet rappresenta gran parte del futuro del settore, attualmente in difficoltà nella sua formula tradizionale. Rinnovarsi e innovare diventano allora imperativi  
 Articolo completo su [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

Produzione in breve..... pag 67  
 Notizie dal Biotec ..... pag 68

## DISTRIBUZIONE

LAYOUT  
 Le nuove categorie del supermercato ..... pag 73  
 Dal 1930, anno della sua nascita, questo format ha compiuto un lungo cammino. Oggi tende alla specializzazione a seconda della fascia di utenza e del bacino di insediamento del punto di vendita

RISTORAZIONE  
 Soluzioni da passeggio ..... pag 77  
 Il prodotto alimentare "da strada", comodo e fruibile in ogni situazione, sarà la sfida del futuro, a patto che rispetti la tradizione e la qualità. Buone le opportunità di vendita in franchising  
 Articolo completo su [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

MERCHANDISING MUSEALE  
 Largo ai privati ..... pag 78  
 Dal 1993 gli introiti non dipendono più soltanto dai biglietti o dal contributo dello Stato. Ecco le opportunità offerte dal canale e le merci proposte  
 Articolo completo su [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

RISTORAZIONE COMMERCIALE  
 Portate a rischio ..... pag 79  
 Occorre affrontare cambiamenti strutturali importanti, innovarsi, qualificare l'offerta se si vuole almeno mantenere la quota di mercato attuale. E non ricorrere solo all'aumento dei prezzi

EDITORIA  
 Le vie della lettura ..... pag 85  
 Il caro vecchio libro fatica a entrare nelle case degli italiani, nonostante le molte alternative di vendita oggi possibili. A meno che non sia accompagnato dal quotidiano  
 Articolo completo su [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

Distribuzione in breve..... pag 87  
 Franchisor & Franchisee..... pag 89

## COMUNICAZIONI D'IMPRESA

### I PROFILI

CONSORZIO AGRARIO PARMA (pagg. 54-55). Il Consorzio apre il nuovo anno lanciando una nuova linea di Parmigiano Reggiano confezionato e razionalizzando la linea del Burro: un progetto importante, che sottolinea il dinamismo di una grande realtà imprenditoriale dell'Emilia Romagna.

DE MATTEIS AGROALIMENTARE - BARONIA (pagg. 48-49). Società del Gruppo De Matteis specializzata nella produzione di pasta di qualità, presenta la pasta Baronia, forte del completo restyling del marchio e del packaging.

IBM (pagg. 70-71). La multinazionale dell'It ha presentato a Milano, in occasione dell'Expo Trade 2005, le sue più innovative e recenti soluzioni per il commercio del futuro, confermando la propria attenzione alle esigenze del canale moderno e del consumatore.

### GLI EVENTI AZIENDALI

METRO (pagg. 82-83). Grande successo ha riscosso la prima edizione di "METRO Exhibition", il mega evento di comunicazione organizzato dal colosso mondiale della distribuzione nell'ambito di Host, la più grande fiera dell'hotellerie, svoltasi dal 21 al 25 ottobre 2005 nei padiglioni della Fiera di Rho-Però.

### LE INTERVISTE

GRUPPO C3 (pagg. 88). Maggiorino Maiorana è il nuovo presidente di una delle più dinamiche realtà della distribuzione moderna italiana. Con lui tracciamo il bilancio 2005 del Gruppo e le previsioni per l'anno appena iniziato.

### I CASI AZIENDALI

CONAD (pagg. 86). È stato inaugurato lo scorso 29 novembre 2005, all'interno dell'area dell'ipermercato di Galliciano, in provincia di Lucca, il primo distributore di carburanti con l'insegna E.Leclerc Conad.

DROGHERIA & ALIMENTARI (pagg. 66). Drogheria & Alimentari ha realizzato il suo nuovo stabilimento: situato a Firenze in San Piero a Sieve, la struttura è una delle più grandi e attrezzate in Europa per il condizionamento e il confezionamento di spezie ed erbe aromatiche.

HENKEL (pagg. 156). Henkel Italia ha presentato lo scorso 15 novembre 2005 a Milano il Rapporto di Sviluppo Sostenibile 2004. Si tratta di una approfondita analisi delle attività della società nel campo dello sviluppo sostenibile e della responsabilità sociale.

### FOCUS

CAFÈ DO BRASIL (pagg. 41). Dalla tradizione di Caffè Kimbo e dalla più avanzata tecnologia di Amstrad nasce un nuovo sistema di fare e degustare il caffè: la macchina da caffè Amstrad-Kimbo, concepita per le nuove Cialde Kimbo Espresso Napoletano.

CAFÈ CARRARO (pagg. 40). Fondata nel 1927, Caffè Carraro è costantemente cresciuta grazie a una speciale cura per la qualità, ai costanti investimenti sul fronte della produzione, a un assortimento ampio, alla capacità di fare innovazione.

DEL MONTE (pagg. 99). Il pomodoro Del Monte è solo da produzione integrata. L'azienda ha aderito a questo protocollo già dal 1998 nell'ambito della preparazione di nettari con frutta derivante da Produzione Integrata e pomodoro.

DOLCIARIA ACQUAVIVA (pagg. 47). Nel cuore del Parco del Vesuvio, a Ottaviano (Na), opera Dolciaria Acquaviva, espressione della migliore cultura dolciaria tramandata nel tempo e capace di offrire oggi quello che in azienda amano definire "l'insieme dei sapori e dei sensi di un prodotto".

FAGE ITALIA (pagg. 98). La società specializzata nel classico yogurt greco "colato" continua a crescere anche nel mercato italiano, tanto da collocarsi ormai al quarto posto nel segmento dello yogurt bianco magro, con il suo brand Total.

**CONSUMATORI**

**PACKAGING**  
**Bugie in etichette** ..... pag 90  
 Cosa dicono, cosa non dicono e cosa non dovrebbero dire questi importanti strumenti di scelta e di acquisto. Ecco una panoramica della situazione

**TUTELA**  
**Luce sulle tariffe elettriche**..... pag 93  
 Tra le voci che compongono l'importo delle nostre bollette alcune si riferiscono a degli "oneri impropri", poco identificabili ma il cui peso non è affatto trascurabile. Da uno studio di Ref

**TENDENZE**  
**Povertà sotto inchiesta** ..... pag 94  
 Reale o percepita, è più bassa in Lombardia che nelle altre regioni italiane, anche se lì si fatica a mantenere gli standard di vita medi dell'area in cui si vive. Altri rischi di esclusione sociale

**TUTELA**  
**Materiali elettrici a norma** ..... pag 95  
 Più sicurezza e trasparenza grazie al Codice di autodisciplina e al Vademecum per l'utente, due utili strumenti che chiariscono diritti e doveri in tema di garanzia per i beni acquisiti

**Consumatori in breve** ..... pag 96  
**Tutele e diritti** ..... pag 101

**COMUNICAZIONE**

**PANORAMA FIERISTICO**  
**Tutti in fiera** ..... pag 102  
 Tutti d'accordo, ma con una precisa strategia, una forte richiesta di servizi specializzati, il bisogno crescente di contatti professionali. Ecco come evolve l'offerta

**RECENSIONI**  
**L'azienda si presenta in modo nuovo** ..... pag 120  
 Una profonda evoluzione sta coinvolgendo la comunicazione di impresa. Si chiama Comunicazione di Marketing Integrata (Cmi). Essa scaturisce dai profondi cambiamenti dell'economia occidentale

**MEZZI**  
**Auditel e dintorni** ..... pag 121  
 Tv locali, tv satellitari, web, cinema: tutti questi canali hanno oggi propri metodi di certificazione che consentono di conoscere gusti, orientamenti e scelte del vasto pubblico  
**Articolo completo su** [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)  
**Comunicazione in breve** ..... pag 122

**LOGISTICA**

**IMMOBILI**  
**Potenzialità nel capannone** ..... pag 124  
 È in questo segmento che il mercato troverà i più grandi elementi di speranza nel futuro? Pare proprio di sì. Ecco chi sono i principali investitori e i maggiori protagonisti

**TRASPORTI**  
**A noleggio è meglio** ..... pag 129  
 I veicoli in locazione corrono, dalle autovetture ai furgoni. Anche nel 2005 il business ha chiuso con 6 punti in più. Molti i vantaggi della formula

**Logistica in breve** ..... pag 130  
**Soluzioni informatiche** ..... pag 131  
**Proposte immobiliari**..... pag 133

**RISORSE UMANE**

**GESTIONE**  
**Reti di vendita in evoluzione** ..... pag 135  
 Cambia il mondo della distribuzione e si modificano le figure che vi lavorano, in particolare quelle degli agenti, diventati ormai un punto di interconnessione tra azienda e cliente  
**Articolo completo su** [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

**OCCUPAZIONE**  
**Giovani e imprenditori a confronto** ..... pag 136  
 Su una cosa sono tutti d'accordo: è ancora difficile entrare nel mondo del lavoro. Il terziario è il settore preferito dai primi, ma è la produzione quello che offre le maggiori opportunità

**PROFESSIONI**  
**Figure tecnologiche in azienda**..... pag 137  
 È inevitabile che in epoca di soluzioni informatiche avanzate si sviluppino competenze e conoscenze dedicate, necessarie per una gestione ottimale delle diverse aree. Excursus nel campo

**PROFESSIONI**  
**Gli emergenti dell'area vendite** ... pag 138  
 Guadagni, funzioni, promesse dall'area sales&marketing: questi gli argomenti trattati da una capillare analisi condotta da Michael Page International

**Risorse umane in breve** ..... pag 140  
**Profili e carriere** ..... pag 141  
**Opportunità di lavoro**..... pag 143

**FINANZA**

**RATING**  
**L'occhialeria brilla in serie A** ..... pag 144  
 Su quattro casi analizzati, tre aziende si collocano nella fascia più alta. Si osserva una crescita generalizzata dei fatturati, legata a un mercato che si conserva dinamico soprattutto sul versante export  
**Articolo completo su** [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

**GESTIONE**  
**Zootecnia e rischio** ..... pag 145  
 Gli strumenti per governare le emergenze sanitarie non possono prescindere dall'impiego di specifiche formule assicurative che sono una modalità per stabilizzare gli inconvenienti di impresa  
**Articolo completo su** [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

**MEZZI DI PAGAMENTO**  
**Frodi in archivio** ..... pag 147  
 Mentre aumenta l'utilizzo delle carte di credito salgono anche gli episodi di clonazione e di impiego fraudolento. A scopo di prevenzione è nata oggi una banca dati  
**Finanza in breve** ..... pag 148  
**Operazioni di concentrazione** ..... pag 150

**AMBIENTE**

**RICICLO**  
**Nuova vita per gli pneumatici** .... pag 152  
 Ancora guardati con relativo sospetto da parte degli automobilisti i ricostruiti sono invece un'ottima opportunità per l'ambiente e nell'ottica del risparmio personale  
**Articolo completo su** [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

**PRODOTTI INFORMATICI**  
**Computer sostenibili** ..... pag 153  
 Molto lavoro è stato fatto sui versanti delle etichettature ecologiche, della riduzione dei consumi, del taglio delle emissioni e dell'ergonomia. Vediamo i particolari  
**Articolo completo su** [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

**RISORSE IDRICHE**  
**Acqua di seconda mano** ..... pag 154  
 Il riciclo e il riuso sono molto importanti, purché vengano rispettate le legislazioni in materia e si trovino adeguate fonti di impiego. Ecco lo scenario  
**Ambiente in breve** ..... pag 155

**SEGNALAZIONI**  
**Informazioni ai manager** ..... pag 159  
 Modalità di abbonamento, acquisto copie, tariffe pubblicitarie.... pag 160



**LIPS VAGO** (pag. 115). Nel mondo della sicurezza fisica il nome Lips Vago ha una notorietà indiscussa: l'azienda è attiva da oltre due secoli e le sue casseforti sono installate in banche, caveaux, aziende e altre prestigiose sedi in tutto il mondo.

**NCR** (pag. 75). L'ATM EasyPoint 62 è l'ultimo nato della gamma EasyPoint di NCR, pensato specificamente per filiali bancarie di piccole dimensioni e per gli ambienti retail. Questo Bancomat da interno è un piccolo ATM dedicato all'erogazione di contante a un costo di gestione molto basso.

**PADOVA FIERE** (pag. 111). Dal 15 al 18 marzo 2006 alla Fiera di Padova si tiene Sep, il Salone Internazionale delle Ecotecnologie organizzato da PadovaFiere: un grande forum sui servizi per la gestione di energia, aria, acqua, rifiuti e per la salvaguardia delle risorse ambientali.

**ROMA ETICHETTE** (pag. 91). Comunicare al meglio le caratteristiche e le qualità di un prodotto richiede spesso molto spazio, e per questo Ro.Ma ha creato l'etichetta multipagina Minifyer, unica perché senza limiti di spazio.

**SPOT**

**SOGECOS** (pag. 61). Quest'anno Cosmopack (6-9 aprile 2006) inaugura un giorno prima del Cosmoprof (7-10 aprile 2006). Proprio il 6 aprile si terrà il convegno: "Perché merchandising", nato dalla collaborazione tra il Cosmoprof e due partner di rilievo come POPAI e TradeLab.

**GLI SPECIALI TEMATICI**

**ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO** (pagg. 9-15). Si svolgerà il prossimo 14 febbraio, nel contesto di Ipack-Ima (polo fieristico Rho-Però), la cerimonia di premiazione dell'Oscar dell'Imballaggio 2006. Alla 49ª edizione concorrono trenta finalisti, che presentiamo nello "speciale" dedicato alla manifestazione.

**PUBBLICITÀ TABELLARE**

**ARNEG** (pag. 72 Studio Verde); **BBS** (pag. 97 Lista); **CAFÉ DO BRASIL** (pag. 38 Diaframma); **CANNAMELA** (pag. 3ª di cop. Diretto); **CEFLA** (pag. 76 Diretto); **CENTRO ITALIANO PUBBLICITÀ** (pag. 116 Diretto); **CHEP ITALIA** (pag. 8 Togos-10); **EMMI ITALIA** (pag. 52 Diretto); **EPSON ITALIA** (pag. 34 Trait d'Union); **F.LLI AVERNA** (pag. 100 Saatchi & Saatchi); **FIERE DI PARMA** (pag. 106 Diretto); **FILOMARKET** (pag. 2ª di cop. Elc); **GLOBAL CORPORATE** (pag. 132 Univisual); **GRANAROLO** (pag. 50 Nadler Larimer & Martinelli); **GRUPPO PUBLIMEDIA** (pag. 123 Diretto); **GULLIN ITALIA** (pag. 60 Diretto); **GUNNEBO ENTRANCE CONTROLS** (pag. 74 Atlantide); **IPACK-IMA** (pag. 58 Caleidos); **IRISH FOOD BOARD - BORD BIA** (pag. 2 Grey Helme); **ISTITUTO INTERNAZIONALE DI RICERCA** (pag. 146 Studio Magellano); **LARGO CONSUMO** (pag. 158 Elc); **LIDL ITALIA** (pag. 142 Diretto); **LIPS VAGO** (pag. 114 Atlantide); **NILFISK ADVANCE ITALIA** (pag. 81 Diretto); **NOVAMARGHERA** (pag. 126 Diretto); **OPIS** (pag. 134 Diretto); **PADOVAFIERE** (pag. 110 Diretto); **PASTIFICIO ANDALINI** (pag. 67, 69 Cocicom); **POLO LOGISTICO DI VERONA** (pag. 127 Diretto); **PSION TEKLOGIX** (pag. 4ª di cop. Capricorn); **RCS-ETAS LIBRI** (pag. 84 Diretto); **RIMINI FIERA** (pag. 108 Rsc); **SOGECOS** (pag. 112 Diretto); **SOMEDIA** (pag. 128 Diretto); **VERONAFIERE** (pag. 108, 109 Diretto/Caleidos);

**IMMAGINI FOTOGRAFICHE**

Archivio Largo Consumo; Caffè Mauro; Carfleet; Divella; Epson; Fiera di Milano; Fiera di Rimini; Francolino Teresa M.; Ikea; La Rinascente-Upim; Labo/Fiera di Vicenza; Lavazza; Maxiauto Import Spagna; Punto di Vista; Risiko digital; Sony; Symantec