



## RETAILER & SPAZI

**clicca** ▶ Con Vendo-Subito.it ebay dal web sbarca in strada

**clicca** ▶ CheBanca da maggio ha allestito 8 stand itineranti per incentivare nuovi conti correnti

**clicca** ▶ Fase di test per illy, che in partnership con Coop e Pam da luglio sta promuovendo il caffè



Aperture

## DecoCity: il bricolage di prossimità

Un concept per l'abbellimento e la decorazione della casa destinato a un target cittadino più esigente ed evoluto che si candida come collaboratore attivo nella realizzazione di progetti sulla casa ...

**clicca** ▶ 3



## Grande Distribuzione Disorganizzata

MediaWorld ha come fiore all'occhiello il lancio di novità ...

**clicca** ▶ 2

## Crisi dei consumi

Famiglie impoverite, ma non è colpa del fusillo ...

**clicca** ▶ 2

## PRODUTTORI & PRODOTTI

**clicca** ▶ Da Bioexpress 6.000 consegne a domicilio alla settimana



Incontro

## Giuseppe Burgio presidente CDA

Una nuova insegna, focalizzata su qualità, genuinità e prodotti di marca a prezzi convenienti: questo il progetto IperTe ...

**clicca** ▶ 6

## Sgambaro: la pasta con grano duro del Nord-Est

Una nuova linea di pasta, Sgambaro (in distribuzione da fine luglio), con un forte taglio artigianale ...



**clicca** ▶ 8

## I prodotti

Dimmidisi  
Due tipi di insalate arricchite, per un consumo anche extradomestico sono i Piatti Unici Dimmidisi



**11**  
**clicca** ▶



San Benedetto Ice  
Bevanda a base di acqua minerale naturale  
San Benedetto aromatizzata  
in tre gusti agli agrumi

**11**  
**clicca** ▶



Riso Gallo  
Due ricette che si aggiungono alle sei già esistenti nella linea Risotti Pronti Riso Gallo Selezione Gourmet

**11**  
**clicca** ▶

## TECNOLOGIE & SERVIZI

**clicca** ▶ Nuove casse self-checkout Wincor Nixdorf con cash recycling

## Riordino da casa dei prodotti con l'home scanning



**clicca** ▶ 12

## Il sell-out si controlla con l'iphone

Per il settore moda Reprosoft con Atelier 98, consente di verificare minuto per minuto il fatturato e l'attività di sell-out ...

**clicca** ▶ 13

## Assistere il cliente in videoconferenza



**clicca** ▶ 13

## Maionese Plamil



L'inglese Plamil non utilizza ingredienti di origine animale e segue tecniche produttive Vegan

**11**  
**clicca** ▶

**CLICCA PER SAPERNE DI PIÙ**

# FUTURE FOOD BUSINESS

## MERCATI E INNOVAZIONI PER NUOVI CONSUMI

I nuovi megatrend  
gli strumenti possibili  
e la loro implementazione

Ingredienti:  
prodotti  
servizi  
innovazioni  
tecnologie  
format  
distributivi  
Proiettati  
nel futuro

Giovedì 18 settembre 2008  
ore 16.30 - 18.30  
ore 18.30 aperitivo  
Il Sole 24 ORE - Sala Collina  
Via Monte Rosa 91 - Milano

**CONVEGNO A NUMERO CHIUSO**

Convegno promosso da



RSVP [eventi.gdoweeek@businessmedia24.com](mailto:eventi.gdoweeek@businessmedia24.com)

**30%**

**f** L'attuale livello dei prezzi al consumo di pane e pasta non trova più giustificazione nell'andamento del mercato delle materie prime, che ha iniziato nelle ultime settimane una fase di discesa.

**Antonio Lirosi**  
"Misterprezzi"

## Famiglie impoverite, ma non è colpa del fusillo

Alcuni aumenti di prezzo dei generi di prima necessità stanno andando ben oltre l'incremento delle materie prime, ma la continua rappresentazione fatta dai tiggì di famiglie disperate perché non riescono a fare fronte all'aumento di prezzo del pane (genere che per molti oggi non è più di prima necessità tanto è vero che il consumo procapite continua a scendere) e della pasta non convince: ammesso anche che la pasta sia aumentata del 40% in un anno, un pacco da mezzo chilo, dose abbondante per quattro persone, sarebbe passato da 0,50 a 0,70 euro. Il problema delle famiglie non sono quei cinque centesimi in più a porzione, ma il costo crescente delle spese obbligate a fronte di stipendi che restano fermi. Ma qui entrerebbe in ballo la politica e allora meglio prendersela con il fusillo.

**Gino Pagliuca**



### Grande Distribuzione Disorganizzata

## MediaWorld: assortimento e novità, ma il servizio?

MediaWorld ha come fiore all'occhiello il lancio di novità tecnologiche e adempie bene al compito. Ha introdotto, a febbraio sul suo sito di vendita on line, i mini pc della serie Asus Eee, diventati oggetto di culto. A inizio luglio erano offerti anche nelle store presso il centro commerciale di piazza Lodi a Milano, con un cartello che ne vantava la possibilità di espansione di memoria ram. Chieste noti-

zie in merito a un addetto la risposta, con tono scortese, è stata di rivolgersi alla Asus. In realtà bastava un giro su Internet per scoprire che l'espansione è facilmente disponibile presso siti di vendita di computer e che per il computer si potevano spendere 50 euro in meno. Se il prezzo non può essere lo stesso per via dei costi di struttura e di personale, non si dovrebbe puntare sul servizio? **GP**

## Un nuovo mix dal taglio innovativo.



Le nostre insalate di mare hanno oggi un nuovo mix ancora più ricco, con un taglio nuovo e più grande. Un aspetto più gastronomico che esalterà tutte le referenze destinate al banco taglio, al take away e al libero servizio. Per continuare ad aumentare le Vostre rotazioni e la soddisfazione dei Consumatori.



**MEDUSA®**



DecoCity  
bricolage

via Washington 55  
Milano

Mq 2.200  
Addetti 34  
Casse 7

Orario: lun-sab 9,00-21,00

Servizi: tintometro, finanziamento, consulenza  
designer, lavorazione e confezionamento  
tende, consegna a domicilio,  
soddisfatti o rimborsati, parcheggio coperto  
su due livelli con 210 posti auto.



Aperture

## DecoCity, il bricolage di prossimità in città

Un concept per l'abbellimento e la decorazione della casa destinato a un target cittadino più esigente ed evoluto (anche se non necessariamente competente) che si candida come collaboratore attivo nella realizzazione di progetti sulla casa (foto 1): questo l'obiettivo che **Castorama**, in collaborazione con **Hangar Design Group**, ha voluto centrare con **DecoCity**, la nuova insegna che ha aperto il suo primo pdv a Milano a fine luglio (vedi il video su [www.gdoweeek.it](http://www.gdoweeek.it)). Spazio all'oggettistica per la casa (foto 2) con attenzione al design e ad ambientazioni più da department store che da bricolage.

Il percorso si snoda tra i diversi mondi, realizzati con logiche di shop-in-shop (foto 3), dotati di postazioni per chiamare il personale (foto 5). L'offerta più tecnica occupa la seconda parte del pdv con esposizioni per marche (foto 6) e una comunicazione educational più razionale (foto 4). In crescita, grazie alla collaborazione con **Disney**, il reparto bambino (foto 7) anche con giochi.

Marina Bassi

Vendo-Subito.it  
specializzato vendite online

Corso Cristoforo Colombo, 15  
Milano

Mq 60  
Addetti 1  
Casse 1

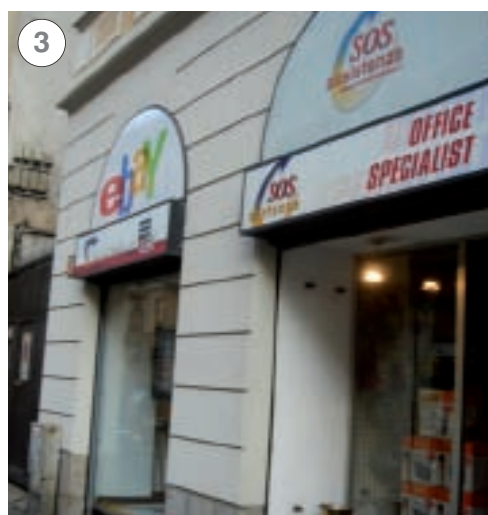
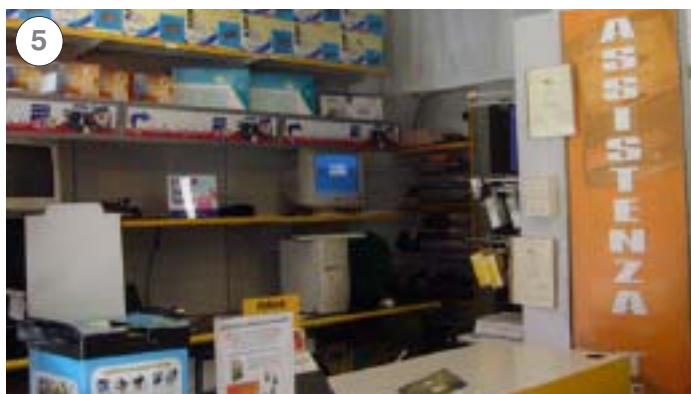
**Orario:** lun-ven 9,30-12,45/14,45-19,30

**Servizi:** Foto dell'articolo, gestione della trattativa e spedizione dell'oggetto. La tariffa dell'inserzione è fissa: 10 € per oggettistica, 18 € per auto e moto. Le commissioni sono a percentuale sul valore della vendita

Aperture

## Con Vendo-Subito.it ebay sbarca in strada

*Vendo-subito.it* (foto 1) è il drop-off shop di **ebay**, formula già sperimentata in Usa, che prevede lo sviluppo dall'online alla strada grazie al franchising. Il pdv garantisce un'assistenza alle compravendite ebay (foto 2), facendo da intermediario tra chi vende e chi compra (foto 4) svolgendo tutte le incombenze con assistenza (foto 5). L'insegna, infatti, si rivolge a chi non ha competenze necessarie per gestire una trattativa su ebay, oltre a chi non ha tempo di seguirla. In Italia, Vendo-Subito.it è il secondo marchio di **GFY Group** srl, specializzata nella vendita online di articoli per ufficio con l'insegna *SOS Cartucce* (foto 3) e selezionata da ebay grazie a una presenza sul sito da quattro anni: la prima area Vendo-Subito.it è situata nel pdv di Corso Colombo. A settembre, altra apertura a Milano: 30 mq, in viale Jenner, sempre a insegna Vendo-Subito.it. **Laura Preite**






**Merchandising**
**CheBanca (Mediobanca)**

Da Carrefour

**CheBanca sul retail per l'online**

Per supportare le sue 12 filiali con la finalità d'incentivare l'apertura di conti deposito online senza spese (al 4,70% di interesse annuo) e di conti correnti tascabili tramite carta magnetica, **CheBanca (Mediobanca)** da maggio ha predisposto 8 stand itineranti presso 10 centri commerciali tra Bergamo, Firenze, Torino, Milano, Roma e Treviso. Per tutto il 2008 ogni presidio stazionerà in media 2-3 mesi nei c.c.i coinvolti, con l'obiettivo di stipulare una decina di contratti al giorno.

**MOV**

**Instore promotion illy**

Fase di test per **illy**, che in partnership con **Coop e Pam** da luglio sta testando in 12 ipermercati e superstore del nord e centro Italia una nuova iniziativa instore non solo per far degustare il caffè,

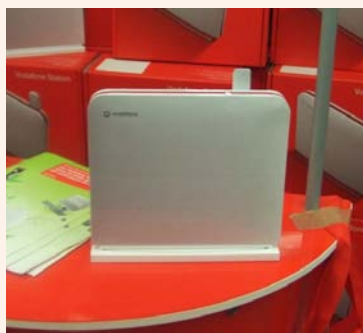
ma soprattutto per incrementare nel consumatore le conoscenze delle caratteristiche del caffè. "Siamo molto soddisfatti dei risultati ottenuti, a livello sia di partecipazione all'attività di degustazione sia come incremento delle vendite a conferma della nostra capacità di costruire valore intorno al nostro brand -precisa a **Gdoweeek@il** **Giacomo Biviano**, direttore generale divisione mercati emea di illy-. Entro fine settembre, pensiamo di ampliare il test in altrettanti pdv, ma prevediamo di ripetere l'operazione anche nel 2009 sull'intero territorio nazionale, individuando iniziative ad hoc per le diverse insegne".

**MBa**
**Vodafone: portabilità adsl**

Da giugno ad agosto, Vodafone ha promosso il dispositivo Station, che garantisce in un unico pacchetto i servizi di telefonia fissa, connessione internet adsl fissa e portatile via chiave usb. Per l'operazione, in 50 grandi superfici specializzate in elettronica di consumo, sono state posizionate altrettante isole promozionali con hostess. A luglio, sono stati distribuiti 10.000 gadget tra borse da mare e thermos a tutti i visitatori del pdv che hanno richiesto informazioni.

**MOV**
**Merchandising**
**Vodafone**

da Media World



## TEMPI MODERNI



Sigma ha un'esperienza pluridecennale nella gestione di migliaia di punti vendita. I Soci Sigma, sempre all'avanguardia, portano in ogni angolo d'Italia format innovativi, insieme a qualità, servizio e convenienza. Con questa filosofia di business nasce "SuperDay", il convenience store dei tempi moderni.



Convenience Store



www.supersigma.com

Giuseppe Burgio, presidente Cda (Interdis)

## La nuova insegna IperTe per rafforzare la crescita



Una nuova insegna, focalizzata su qualità, genuinità e prodotti di marca a prezzi convenienti: questo il progetto *IperTe*, insegna lanciata e sviluppata da **Cda spa (Interdis)** che opera sul mercato anche con 31 *Dimeglio* e 2 *Bon Merk*. "L'insegna nasce con l'obiettivo di entrare nel mercato della Sicilia orientale presidiato da altri soci con *Dimeglio*", spiega a **GdoweeK@il Giuseppe**

**Burgio**, presidente e amministratore unico di tutte le società che fanno capo a Cda (**Ingross, Gestal e Hopaf**). "Cda ha realizzato quest'anno un giro d'affari di circa 120 mio €, ma contiamo nel prossimo triennio di superare i 150 mio €, grazie anche alla crescita della rete *IperTe*, oggi composta da 4 pdv riconvertiti da *Dimeglio*, l'ultimo dei quali lo scorso aprile a Porto Empedocle (Ag) - vedi **GdoweeK@il 442-**.

### Da cosa dipende la scelta di lanciare una nuova insegna?

Con *Dimeglio* non possiamo svilupparci nelle province dell'est della Sicilia, zona nella quale già operano i nostri consoci di **Ergon** attraverso **Medial Franchising**. Da qui, è nata l'idea di lanciare *IperTe*, il cui primo pdv è stato

aperto ad Augusta nell'ottobre 2006. L'obiettivo è quello di riconvertire i pdv *Dimeglio* in *IperTe*, il cui claim è: "Le grandi marche a piccoli prezzi", creando un format unico per i vari pdv.

### Quali progetti di sviluppo prevedete?

Per la fine dell'anno, intendiamo aprire tre nuovi pdv: a Trapani, un superstore di 1.600 mq, un secondo pdv a Caltanissetta e a Palermo. Ma si tratta di una prima fase: pensiamo a una crescita ambiziosa in tutta l'isola.

### Pensate di segmentare l'insegna anche verso altri formati?

Sì. Abbiamo preferito iniziare con i superstore che hanno volumi di vendita maggiori per cominciare a far conoscere l'insegna e a fidelizzare i consumatori. Successivamente, inizieremo la riconversione e lo sviluppo anche di super e superette, con l'insegna *PerTe*, per pdv tra i 200 e i 400 mq, e *SuperTe*, dai 400 ai 1.500 mq. **Alessandra Bonaccorsi**

## Il miglior freddo al minor consumo!

Nuova isola refrigerata TORONTO, con chiusure a vetri scorrevoli "ARNEG DESIGN"

Le chiusure a vetri scorrevoli, "Arneg Design" sono la migliore soluzione di accessibilità e visibilità del prodotto. Le chiusure con vetri a bassa emissività permettono una riduzione dell'energia di refrigerazione del 43% assicurando un miglior livello di temperature negli alimenti, garantendone la qualità di conservazione.

**arneg**  
www.arneg.com

**-38%**  
consumo  
energia  
totale

**-28%**  
consumo  
elettrico

**-43%**  
consumo  
frigorifero

**100%**  
visibilità



"BEENVIRONMENT" sintetizza i concetti di Organizzazione operosa e capace nel mondo della Refrigerazione Commerciale impegnata a sostenere e promuovere, realizzando prodotti a basso consumo energetico, la salvaguardia dell'Ambiente della Natura in cui viviamo.

## A Monza un nuovo Auchan verde



Auchan ha aperto, a fine agosto, il nuovo c.c.i. di Monza caratterizzato da una forte riduzione dell'impatto ambientale. Il centro, che ha una dimensione di quasi 30.000 mq su più livelli, è sotterraneo ed è ricoperto da un parco di 70.000 mq, al cui interno si snoda una pista ciclabile che arriva diretta-

mente a Villa Reale. Inoltre, per ridurre ulteriormente i consumi di energia sono stati adottati pannelli fotovoltaici e illuminazione esterna a led a basso consumo. L'ipermercato -7.500 mq di vendita- ha un assortimento di 56.000 referenze con banchi assistiti (compresa una cantina climatizzata), il corner farmacia, la zona Multimedia Park, mentre la barriera casse prevede 26 postazioni tradizionali, 2 isole self service *Cassamica* (con 4 casse per isola) e 6 *Spesa senza attesa*, destinate al self scanning. **Marina Bassi**

### Eataly sbarca a Tokyo

Dopo le aperture di Torino e Milano, il prossimo 26 settembre, a Tokyo, nel moderno quartiere Daikanyama vicino alla stazione della metropolitana, **Eataly** aprirà il suo primo pdv all'estero di 1.500 mq (con l'aggiunta di un cortile interno aperto). Analoga la filosofia con aree di vendita e ristorazione -pizzeria, pasta, salumi, formaggi e verdure-, con l'obiettivo di valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano (soprattutto piemontese e ligure). Il layout del pdv è su due livelli; al primo piano è ospitato il ristorante stellato Michelin *Guido per Eataly* e un'aula didattica con 20 posti. L'investimento iniziale è stato di 10 mio €, con la proprietà suddivisa tra **Eataly Distribuzione** (70%) **BTG Group** (20%) e il retailer giapponese **Lawson** (10%).

MBA



### Marks & Spencer punta sui mobili eco-compatibili

In collaborazione con il produttore inglese di arredamento

**Westbridge Furniture**, Marks & Spencer ha realizzato uno stabilimento di circa 14.000 mq a Holywell, che produrrà in esclusiva mobili eco-compatibili -compresa la collezione Fern, la prima linea completamente verde dell'insegna- da inserire stabilmente nei propri assortimenti. Il rispetto dello stabilimento per l'ambiente non si limita alla sola produzione: la salvaguardia, infatti, ha comportato l'utilizzo di pannelli solari e il ricorso a fonti energetiche alternative per ridurre i consumi, a cui si aggiunge una forte attenzione al riciclo, dalla carta alla plastica fino a materiali tessili.

MBa

we|do



Monitor PC, TV e lettore multimediale:  
sorprendentemente versatile.

TechnologyShop per la grande distribuzione,  
una linea di prodotti high tech dal design esclusivo.



www.technologyshop.it

IFA 2008  
Berlino

Ti aspettiamo  
dal 29 agosto  
al 3 settembre

Hall 26 Stand 205



## Pasta Sgamaro, filiera corta, taglio artigianale con grano duro del Nord-Est

Il pastificio **Jolly Sgamaro**, azienda del Nord-Est con un fatturato di 14 milioni di euro, una produzione di 120 tonnellate al giorno di pasta, realizzata con grano duro proveniente da 10 mila ettari già da anni fa certificare la sua filiera, 100% italiana, dal Csqa e ora rilancia con una nuova linea di pasta (in distribuzione da fine luglio), dal forte taglio artigianale. La pasta Sgamaro, questo il nome del prodotto, è realizzata con grano duro di antica tradizione locale, prodotto esclusivamente nel Nord-Est. Non un semplice lancio di prodotto, ma una scelta strategica che coniuga la riscoperta della tradizione e le esigenze ecoambientali del consumatore puntando al cosiddetto "km zero", ovvero produzioni realizzate al 100% in loco, con il minimo impatto sull'ambiente.

### Ricerca & Sviluppo, ma anche valorizzazione

"Alla base di questo progetto - afferma **Pierantonio Sgamaro**, presidente del pastificio di Castello di Godego (TV)- c'è una lunga collaborazione con genetisti, che ci ha consentito



Pierantonio Sgamaro  
Presidente del pastificio  
Jolly Sgamaro

di individuare sementi autoctone in grado di garantire la maggiore qualità e con valori nutrizionali ottimali. Nel 2005, sono state testate le nuove varietà e abbiamo selezionato quelle con le rese migliori, anche per incontrare il favore dei produttori di cerealicoli. Abbiamo, quindi, ristrutturato una linea di produzione per dedicarla esclusivamente a questa nuova pasta, che seguirà il pro-

cesso tradizionale di lavorazione, cioè a bassa temperatura e trafilata in bronzo, come si faceva 100 anni fa". La nuova linea di Sgamaro si colloca in una posizione medio alta di fascia di prezzo e, tra le referenze, oltre ai filoni tradizionali di pasta lunga e corta, propone anche i "bigoli", spaghetti locali, che saranno realizzati anche nella versione al radicchio, altro prodotto tipico di Treviso e del Veneto.



### La comunicazione al consumatore.

"Abbiamo preferito investire sulla ricerca di sementi, farine e formati -aggiunge il presidente del pastificio-. Per il nuovo marchio Sgamaro, abbiamo puntato sul valore del legame con il territorio, sul rapporto diretto con chi produce il grano e quindi sulla materia prima come requisito di elevata qualità". Concetti ben recepibili dal consumatore, sempre più coinvolto dalle tematiche del cibo buono, che valorizza le produzioni locali. **Tiziana C. Aquilani**

## 2° CONSUMER & RETAIL SUMMIT

L'EVOLUZIONE DEI CONSUMI: DINAMICHE, CRITICITÀ, SOLUZIONI

MILANO, 7 OTTOBRE 2008

Sede Il Sole 24 ORE - Via Monte Rosa, 91 - ORARIO: 9.00 - 17.20

ISCRIVITI QUI

In collaborazione con:





## Da Bioexpress 6.000 consegne a domicilio alla settimana

Comprare ortofrutta bio con un click è sempre più facile. I siti specializzati in e-commerce di prodotti biologici attivi in Italia sono oltre in centinaio, ai quali si aggiungono i generalisti che includono prodotti organici nel loro assortimento di prodotti alimentari di

qualità. Nella maggior parte dei casi si tratta di siti di aziende di produzione interessate al rapporto diretto col consumatore, ma molti non vanno al di là della presenza di bandiera sul web. Non manca chi invece ha fatto di questa formula di vendita un vero e proprio business collaterale, se non addirittura precipuo. È questo il caso dell'altoatesino [www.bioexpress.it](http://www.bioexpress.it). Creata nel 2001 da 12 produttori agricoli del comprensorio del Burgraviato, la realtà distributiva con base a Lagundo (Bz) -dove ha sede il magazzino di confezionamento- prevede la consegna a domicilio di cassette miste di frutta e verdura di stagione. Dapprima solo in Alto Adige, ma da un paio d'anni la rete distributiva -che si avvale di mezzi propri, mentre per le soste notturne della merce in cella frigorifera si appoggia a piattaforme in



loco- si è estesa a varie province della Lombardia e dell'Emilia Romagna. "Questa primavera abbiamo raggiunto le 6.000 consegne settimanali -dichiara **Martin Siller**, responsabile del servizio- di cui circa la metà fuori dall' Alto Adige. La piazza principale è Milano dove serviamo un migliaio di clienti ed altrettanti nell'hinterland. L'ordine medio è di 18 euro a settimana". Insomma, un autentico business parallelo, destinato a crescere, se si considera che l'offerta quest'anno è stata completata con la nuova cassetta per uffici, che comprende anche snack e bevande, e che entro fine anno il servizio verrà attivato anche a Roma. Infatti non a caso l'offerta altoatesina, limitata per gamma e stagionalità, già oggi viene abbondantemente integrata con quella di altri produttori bio nazionali.

Fiorenza De Vincenzi



### poltrone in movimento

**LUCIO SCARATTI**  
**PRESIDENTE FEDIAF**

Scaratti, Direttore Generale di Purina Sud Europa, diventa presidente della Federazione Europea delle Industrie per Animali Familiari.



**PETER WILLEMS**  
**CEO DI EURO POOL SYSTEM**

Willems, 46 anni, dal 1° settembre affianca Arie de Bruijn che sta per andare in pensione e dal 1° gennaio 2009 lo sostituirà alla guida della società insieme al Direttore Operativo Louis Selleslags

## La spesa bio dei dipendenti Ikea è a kmZero

Da giugno a Padova funziona un progetto di filiera corta di prodotti biologici rivolto ai dipendenti **Ikea**. Il progetto pilota -che ha l'ambizione di raggiungere, a regime, i circa 8.000 dipendenti Ikea sparsi nei 14 pdv presenti in tutta Italia- è stato proposto dal **Consorzio GaranziaAIAB** che raggruppa quasi 200 aziende biologiche in tutta Italia e che attraverso la piattaforma della padovana Cooperativa agricola **El Tamiso**, realizza il percorso di vendita diretta. Ai dipendenti Ikea sono offerti vari prodotti trasformati delle aziende associate al Consorzio (vini, mieli, formaggi, torroni, conserve vegetali ecc.) e più tipologie di cassette di prodotti freschi, con un listino aggiornato con le disponibilità settimanali inviato per posta elettronica (sempre per e-mail si fanno anche gli ordini). La consegna avviene in due diversi giorni della settimana presso il luogo di lavoro. Il progetto prevede anche un'azione informativa e promozionale sulla valenza positiva dell'agricoltura biologica curata dal Consorzio e dalla stessa Ikea che usa da anni ingredienti biologici nei menu per bambini dei suoi ristoranti (e da gennaio latte fresco bio in tutti i bar) e vuole rafforzare con questa iniziativa il suo impegno nelle politiche di tutela ambientale.

Roberto Pinton



## Selection Top apre otto nuovi corner n. 6 Beauty Experience nei pdv Beauty&Bijoux

Produzione italiana, blister saldati ad alta sequenza con doppio sistema antitaccheggio, prodotti innovativi e prezzi competitivi: questi i plus del marchio *n. 6 Beauty Experience*, il brand di prodotti make up distribuito dall'azienda lombarda **Selection Top**. Il marchio, grazie all'accordo stipulato con la catena in franchising **Beauty&Bijoux** lo scorso giugno, è approdato nelle gallerie di otto dei principali centri commerciali della penisola: Le Porte Franche di Erbusco (Bs), Le Fornaci di Forlimpopoli (Fo), Le Sorgenti di Frosinone, La Meridiana di Lecco, Caselle Center di Caselle Torinese (To), Centro Pieve di Pieve Fissiraga (Lo), Novi Center di Novi Ligure (Al) e Pradamano Shop Center di Pradamano (Ud).

I nuovi corner espongono



Il corner tipo si sviluppa con un pannello a parete di 2-3 mq di superficie che ospita un ampio assortimento di prodotti make-up di tendenza blisterati. Previsto anche l'inserimento di uno schermo che manda un video di presentazione dei prodotti.

no tutta la gamma dei prodotti con una parete espositiva dal design semplice ma impattante, studiato per aiutare nell'acquisto le consumatrici (target 15-35 anni).

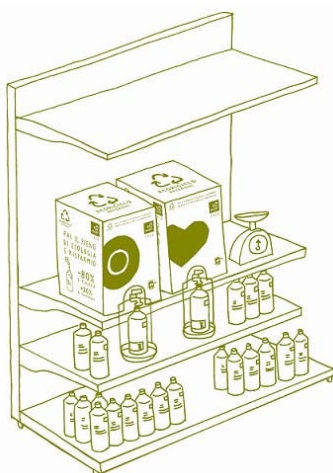
Una pratica e funzionale plance con i prodotti te-

ster favorisce la prova prodotto, mentre è in fase di implementazione l'installazione di uno schermo -oggi presente nel 50% dei corner- che permette di visionare un video di presentazione dei prodotti più innovati-



vi: eyeliner glitterati, mascara carbon black, gloss fruttati, smalti fluorescenti. L'allestimento e la gestione del rifornimento periodico del display viene seguito dalla forza vendita dell'azienda lombarda, che con queste nuove aperture ha coronato un semestre positivo in termini sia di vendite sia di ricavi.

Fiorenza De Vincenzi



## Da Ecor i primi detersivi ecologici alla spina

Azienda leader nella distribuzione di prodotti biologici nel canale specializzato (oltre 800 i pdv serviti in tutta Italia), **Ecor** promuoverà al **Sana** (dall'11 al 14 settembre a Bologna) la vendita di detersivi ecologici sfusi. La certificazione "detergenza Pulita Aiab", rilasciato dall'organismo di controllo **Icea**, garantisce che si tratti di un prodotto realizzato con ingredienti di origine naturale e vegetale, che lavi bene, dermatologicamente testato e che rispetti le regole fondamentali di ecologicità. Due le referenze che verranno proposte da novembre nei negozi specializzati bio che aderiranno al progetto: il detersivo Ecor piatti e stoviglie con aloe vera e oli essenziali di arancio e limone; il detersivo Ecor per capi delicati per bucato a mano e lavatrice al profumo di Marsiglia. Dopo il primo acquisto del flacone riutilizzabile pieno di detersivo, il consumatore potrà riempirlo usando il dispenser di metallo con rubinetto erogatore, contenente 20 litri di prodotto, con un risparmio del 20% rispetto all'acquisto del prodotto confezionato. Anche per il negoziante, il vantaggio non è solo di immagine ed ecologico, visto che il sistema consente di ottimizzare i costi di trasporto e di stoccaggio del prodotto e di migliorare l'utilizzo dello spazio a scaffale. **FDV**



## Piatti unici Dimmidisi da gustare anche fuori casa



Due tipi di insalate arricchite, per un consumo anche extradomestico: sono i *Piatti Unici*, tra le ultime proposte di *Dimmidisi (La Linea Verde)*: la prima è pomodorini, olive nere e carote in festa e insalata. L'altra è con provolone dolce, prosciutto cotto e crostini saporiti, accompagnati da insalata mista. Grazie alla pratica confezione tipo ciotola, contenente condimento in bustine separate, forchetta e tovagliolo di carta, il loro consumo è adatto anche fuori casa.

Tiziana C. Aquilani

dimento in bustine separate, forchetta e tovagliolo di carta, il loro consumo è adatto anche fuori casa.

<b>Prodotto</b>	Piatti Unici
<b>Tipologia prodotto</b>	Insalate pronte ricettate e complete di condimento, posate e tovagliolo
<b>Azienda</b>	La Linea Verde
<b>Referenze</b>	2
<b>Packaging/Formato</b>	vaschetta da 125 g e 145 g
<b>Mese di lancio</b>	Luglio 2008
<b>Prezzo suggerito</b>	2,40 (Arricchite con pomodorini); 3,00 (arricchite con provolone dolce ecc)



## Tutte le Ice formula Zero firmate da San Benedetto



*San Benedetto Ice formula Zero* è una bevanda a base di acqua minerale naturale **San Benedetto** aromatizzata ai tre gusti agli agrumi lime, orange & mandarini e pompelmo, ma completamente senza zucchero. È invece arricchita con sali minerali. Non contiene coloranti o conservanti ed è imbottigliata in ambiente protetto e con un bassissimo apporto calorico.

La degustazione del prodotto è favorita dalla bottiglia squeezable, che la rende adatta anche a un consumo on the go ed extra domestico. L'etichetta dà risalto ai plus funzionali del prodotto e, grazie all'indicazione della GDA (le nuove linee guide sui nutrienti dei prodotti), il packaging fornisce informazioni più chiare per il consumatore in relazione alle calorie contenute. È proposto in fardelli da 4 pezzi da 0,50 l cad.

T.C. A.

<b>Prodotto</b>	Ice formula Zero
<b>Tipologia prodotto</b>	Acqua minerale naturale aromatizzata senza zucchero
<b>Azienda</b>	San Benedetto
<b>Marca/Linea</b>	Ice
<b>Referenze</b>	3
<b>Mese di lancio</b>	Giugno 2008
<b>Pack</b>	Pet
<b>Formato</b>	0,50 litri (confezione: 4 x 0,50 litri)

## I chicchi di farro sono parboiled da Nattura

I *Chicchi di Farro Nattura parboiled* sono precotti a vapore per conservare tutte le proprietà nutritive originarie del cereale. In questo modo hanno un tempo di cottura ridotto a soli dieci minuti.



La confezione è in scatola da 500 g ed ha un prezzo consigliato di 2,75 euro. Accanto ai chicchi di farro, Nattura realizza i *Chicchi di Farro grano duro parboiled*, sempre in scatola da 500 g, con un prezzo indicativo di 2,06 euro. La linea Nattura è importata e distribuita da Eurofood.

## La linea delle maionesi Plamil

L'azienda inglese **Plamil** non utilizza ingredienti di origine animale e segue tecniche produttive Vegan.

Nella produzione viene utilizzata farina di piselli, o farina di soia. La formulazione la rende adatta anche a chi intolleranze alimentari all'uovo e al glutine. Freschissima e delicata dall'estate all'inverno, la maionese Plamil è realizzata in diversi gusti (peperoncino, dragoncello, aglio e naturale). In Italia è distribuita da **Probios** (Campi Bisenzio - Firenze).



## Risotto al radicchio di Riso Gallo

Il *Risotto al Radicchio* e il *Risotto al Nero di Seppia con Calamari*, sono due ricette che si aggiungono alle sei proposte già esistenti della linea *Risotti Pronti Riso Gallo Selezione Gourmet*. Tutte le ricette, salvo il tartufo e il pesto, hanno meno

del 2% di grassi. Realizzate senza conservanti né coloranti, né glutammato monosodico aggiunto e grassi idrogenati, i Risotti Pronti sono pronti in soli 12 minuti.

## Timpanaro propone ingredienti tipici siciliani senza conservanti

Per ora le referenze sono solo tre: capperi sotto sale, olive nere al forno, pomodori secchi, ma sono destinate a crescere. **Timpanaro**, è un'azienda nata da poco da un'idea di un giovane imprenditore siciliano che punta con decisione al canale gdo anche estero, basandosi sul plus made in Sicily. Il pack in cartone esterno e busta in plastica all'interno è da 200 g, senza conservanti né ogm.



## Riordino da casa dei prodotti con l'home scanning di Ikan



Il riordino dei prodotti da casa, il cosiddetto home scanning, è un tema sul quale si è molto favoleggiato, ma che ha visto ben poche applicazioni pratiche, fra queste il servizio sperimentato da **Tesco** diversi anni fa. Oggi la situazione è cambiata, anche grazie agli sviluppi delle tecnologie di connettività. Ne è un esempio il servizio lanciato da **Ikan**, che consente ai clienti

di effettuare il riordino semplicemente passando il codice a barre del prodotto sotto un apposito lettore, di ridotte dimensioni e facilmente collocabile in cucina. Si tratta di un dispositivo wi-fi tramite il quale l'utente crea un proprio account e compila una lista della spesa, che viene inviata al negozio, scelto tra quelli convenzionati. Il pdv provvede alla consegna a domicilio (a New York entro tre ore dal ricevimento dell'ordine); in alternativa si può usufruire dell'opzione pick-up e ritirare la spesa direttamente nel punto di vendita quando fa più comodo. Un'altra utile funzione svolta dal dispositivo Ikan è quella relativa ai consigli sul riciclaggio degli imballaggi vuoti: leggendo il barcode posto sul packaging il sistema indica se il prodotto è riciclabile e come procedere in modo corretto al suo smaltimento.

Enrico Sacchi



### Braccialetti Rfid firmati idTronic

Grazie alla progressiva diffusione dei sistemi di pagamento contactless, alcuni dei quali in via di sperimentazione anche in Italia, si affacciano sul mercato soluzioni alternative all'uso delle tradizionali carte di credito in formato card. **idTronic** ha realizzato una linea di braccialetti Rfid, con tecnologia a 125 kHz o 13.56 MHz, che consente di identificare in modo univoco il portatore e, volendo, di attivare, per piccoli importi, la funzionalità di pagamento contactless collegandola al numero della carta di credito.

ES

### Checkpoint mette in mostra le tecnologie

**Checkpoint Systems** (sicurezza retail) ha inaugurato a Hirschhorn, in Germania, uno showroom che ospita gli ultimi ritrovati tecnologici per i pdv orientati alle esigenze dei clienti. La struttura espone tutta l'ampia gamma di prodotti Checkpoint, dal sistema Hand-Labeling (etichettatura manuale) al Turn-O-Matic per monitoraggio accessi e altri prodotti come il sistema segnaletico di grandi dimensioni Emotion-Line.

ES

## Custom rileva Fasy Fin

Il gruppo **Custom** (sistemi per automazione del punto cassa) ha rilevato la **Fasy Fin** che opera nello sviluppo, nella produzione e nella distribuzione di registratori di cassa, sistemi Pos e stampanti fiscali, controllando e gestendo l'intero ciclo del prodotto. In **Fasy International Spa**, nuova denominazione di Fasy Fin, è riunita l'intera struttura operativa del Gruppo Fasy.

ES



### Casino lancia l'etichettatura ambientale completa per i suoi prodotti a marchio

Il gruppo **Casino** prosegue nel suo impegno a favore dello sviluppo sostenibile lanciando l'etichettatura ambientale -l'Indice Carbone Casino- che indica la quantità di CO<sub>2</sub> emessa da un prodotto a marchio. In particolare, l'Indice Carbone Casino evidenzia la quantità di gas a effetto serra emessa da un prodotto lungo le principali tappe del suo ciclo di vita: la fase agricola; la fabbricazione del prodotto; il trasporto dai campi al deposito Casino; gli imballaggi, dall'estrazione delle materie prime al riciclaggio; la distribuzione, dal deposito Casino fino a casa del consumatore.

ES



### Il gruppo Bennet lancia un nuovo portale dedicato alle gallerie commerciali

È dedicato sia al settore immobiliare sia a quello commerciale il nuovo sito [Galleriecommercialibennet.com](http://Galleriecommercialibennet.com). L'area "Nuovi progetti" riporta i dettagli relativi alle nuove aperture come la descrizione, la pianta del centro, la planimetria della galleria, la scheda tecnica e il bacino di utenza; nella sezione "Cifre chiave" è invece disponibile l'elenco delle caratteristiche di ogni centro. Attraverso la sezione "Contatti", l'operatore commerciale può, inoltre, proporsi come eventuale partner.



ES



## Assistere il cliente in videoconferenza



Il servizio ai clienti nel pdv può diventare un elemento di differenziazione e al tempo stesso contribuire ad ottimizzare la gestione delle risorse umane del retailer. Così la pensa anche **Staples Business Depot** che ha adottato in Canada la soluzione *Video Agent* di **Experticity**, un chiosco che con-

sente al cliente di comunicare in videoconferenza, in tempo reale, con un addetto per ricevere l'assistenza desiderata. È possibile ottenere informazioni su prodotti e relativa disponibilità e localizzazione nel pdv, ma anche effettuare ordini per forniture di business personalizzate.

Enrico Sacchi

## C'è anche il cash recycling nel nuovo self-checkout lanciato da Wincor Nixdorf

La gamma di prodotti Pos Beetle/iScan di **Wincor Nixdorf** si arricchisce di una nuova linea di casse self-checkout dotate di tecnologia per il cash recycling. Il sistema Tower Line 150 è stato pensato per aiutare gli operatori della gdo a ridurre tutti i costi connessi alla manipolazione e gestione del denaro. Il cash recycling - con tecnologia proprietaria di Wincor Nixdorf - è una soluzione che consente di rendere nuovamente disponibile (per resti o prelievi) il contante precedentemente depositato da altri clienti, dopo che questo è stato automa-

ticamente contato, diviso e autenticato. La soluzione riduce notevolmente gli alti costi associati al conteggio, alla divisione e al trasporto del contante, limita la frequenza di rifornimento della cassa contanti e consente agli operatori di tagliare il volume di moneta depositato nei punti di vendita.

ES



## L'andamento del sell-out si controlla con l'iphone



Il repentino successo incontrato dall'*iphone* anche in Italia ha spianato la strada a tutta una serie di applicazioni collegate al gioiellino di casa Apple.

Una interessante funzionalità è quella proposta per il settore moda da **Reprosoft** con la versione specifica del software *Atelier 98*, che consente di verificare minuto per minuto il fatturato e l'attività di sell-out del proprio punto di vendita direttamente dal cellulare. Con il nuovo modulo *Business mobile* è possibile produrre informazioni in qualsiasi tipo di combinazione e raggruppamento secondo i parametri geografici, temporali, relativi agli articoli e ai clienti. Inoltre, si possono definire statistiche e previsioni temporali, visualizzare gra-

ES

## Dematic e Vocollect, partnership nel voice

A seguito di un accordo di distribuzione a livello europeo, **Dematic** diventa rivenditore diretto delle applicazioni vocali di **Vocollect** nella regione. La partnership consentirà a Dematic di diventare rivenditore diretto di *Vocollect Voice®*, fornendo ai propri clienti non solo sistemi vocali stand-alone ma anche tecnologia vocale integrata in soluzioni automatizzate intelligenti più cost-effective.

ES

## Stampante Intermec per la tentata vendita

**Intermec** ha realizzato una soluzione di stampa integrata per gli operatori impiegati in applicazioni di tentata vendita, consegne a domicilio e Field Service (manutenzione). La stampante *PW50*, una portatile "rugged", è stata progettata per essere impiegata unitamente a computer palmari Intermec *CN3*, *CN3e* e *CK61*. Fra le varie funzionalità, la comunicazione *DEX* integrata per collegarsi ai computer in-store, in aggiunta la connessione Bluetooth fornisce la sicurezza per il trasferimento dei dati e l'alta velocità di stampa unita a una smart card opzionale e un lettore magnetico, rendono massima l'efficienza durante le operazioni.

ES



## Il significato dei simboli

Per scoprire il significato dei simboli che trovate durante la lettura di ogni prodotto proposto da Gdoweeekm@il



### Nuovo segmento

Evidenzia i prodotti che inaugurano un nuovo segmento secondo le regole ECR



### Nuova formula

Corrisponde a un prodotto che introduce una ricetta o degli ingredienti innovativi



### Packaging innovativo

Segnala il prodotto dotato di elementi originali come materiale, forma o tipo di servizio



### Nuova tecnologia

Evidenzia l'introduzione di tecnologie produttive che consentano migliori performance al prodotto



### Bio&benessere

Segnala i prodotti posizionati nell'area del biologico e del benessere



### Ethic

Evidenzia i prodotti realizzati secondo etica, sostenibilità e responsabilità sociale



### Tecnologie verdi

Contraddistingue soluzioni e sistemi a basso impatto ambientale



### Per saperne di più

È possibile collegarsi al sito dell'azienda

## Link utili

[GDOWEEK.it](http://GDOWEEK.it)

[IlSole 24 ORE.com](http://IlSole24ORE.com)

[B2B24.it](http://B2B24.it)

## I nomi

**Auchan** 7  
**Beauty&Bijoux** 10  
**Bennet** 12  
**Bioexpress** 9  
**Biviano Giacomo** 5  
**BTG Group** 7  
**Burgio Giuseppe** 6  
**Carrefour** 5  
**Casino** 12  
**Castorama** 3  
**Cda** 6  
**CheBanca** 5  
**Consorzio Garanzia AIAB** 9  
**Coop** 5  
**Custom** 12  
**DecoCity** 3  
**Dematic** 13  
**Eataly** 7  
**ebay** 4  
**Ecor** 10  
**El Tamiso** 9  
**Ergon** 6  
**Eurofood** 11  
**Experticity** 13  
**Fasy Fin** 12  
**Fasy International** 12  
**Fediaf** 9  
**Gestal** 6  
**GFY Group** 4  
**Hangar Design Group** 3  
**Hopaf** 6  
**Icea** 10  
**idTronic** 12  
**Ikan** 12  
**Ikea** 9  
**illycaffè** 5  
**Ingross** 6  
**Interdis** 6  
**Intermec** 13  
**IperTe** 6  
**Jolly Sgamaro** 8  
**La Linea Verde** 11  
**Lawson** 7  
**Lirosi Antonio** 2  
**Marks & Spencer** 7  
**Media World** 2-5  
**Medial Franchising** 6  
**Mediobanca** 5  
**Pam** 5  
**Plamil** 11  
**Probios** 11  
**Reprosoft** 13  
**Riso Gallo** 11  
**San Benedetto** 9-11  
**Scaratti Lucio** 9  
**Selection Top** 10  
**Sgamaro Pierantonio** 8  
**Siller Martin** 9  
**Staples Business Depot** 13  
**Tesco** 12  
**Timpanaro** 11  
**Tosato Pierluigi** 9  
**Voccollect** 13  
**Vodafone** 5  
**Walt Disney** 3  
**Westbridge Furniture** 7  
**Wincor Nixdorf** 13

### Direttore responsabile

Cristina Lazzati  
[cristina.lazzati@businessmedia24.com](mailto:cristina.lazzati@businessmedia24.com)

### Caporedattore

Ugo Stella  
[ugo.stella@businessmedia24.com](mailto:ugo.stella@businessmedia24.com)  
 (02/39646.706)

### Redazione:

Tiziana C.Aquilani  
[tiziana.aquilani@businessmedia24.com](mailto:tiziana.aquilani@businessmedia24.com)  
 (caposervizio - 02/39646.707)  
 Marina Bassi  
[marina.bassi@businessmedia24.com](mailto:marina.bassi@businessmedia24.com)  
 (caposervizio - 02/39646.713)  
 Fiorenza De Vincenzi  
[fiorenza.devincenzi@businessmedia24.com](mailto:fiorenza.devincenzi@businessmedia24.com)  
 (caposervizio - 02/39646.708)  
 Gennaro Fucile  
[gennaro.fucile@businessmedia24.com](mailto:gennaro.fucile@businessmedia24.com)  
 (caposervizio - 02/39646.710)  
 Gino Pagliuca  
[gino.pagliuca@businessmedia24.com](mailto:gino.pagliuca@businessmedia24.com)  
 Enrico Sacchi  
[enrico.sacchi@businessmedia24.com](mailto:enrico.sacchi@businessmedia24.com)  
 (caposervizio - 02/39646.717)

### Ufficio grafico:

Walter Tinelli  
[walter.tinelli@businessmedia24.com](mailto:walter.tinelli@businessmedia24.com)  
 (art director - 02/39646.702)  
 Laura Itolli  
[laura.itolli@businessmedia24.com](mailto:laura.itolli@businessmedia24.com)  
 (assistente art director - 02/39646.701)

### Segretaria di redazione

Tiziana Laffranchi  
[tiziana.laffranchi@businessmedia24.com](mailto:tiziana.laffranchi@businessmedia24.com)  
 (02/39646.719)

### Ufficio Abbonamenti

(02/39646.1)  
[abbonamenti@businessmedia24.com](mailto:abbonamenti@businessmedia24.com)

### Abbonamenti:

Italia singolo (annuale) € 100,00  
 Estero singolo (annuale) € 200,00  
 Per l'invio della versione elettronica indicare l'indirizzo e-mail nella causale. Per acquisti cumulativi contattare l'Ufficio abbonamenti. I versamenti possono essere effettuati sul c/c 28308203 intestato a Il Sole 24 Ore Business Media S.r.l.

### AREA GDO

**Publisher:** Nicola Ligasacchi

**Segreteria Commerciale:**  
[monica.negri@businessmedia24.com](mailto:monica.negri@businessmedia24.com)

**Ufficio Traffico:**  
[loredana.rossetti@businessmedia24.com](mailto:loredana.rossetti@businessmedia24.com)



Il Sole 24 Ore Business Media Srl

Via G. Patecchio, 2 - 20141 - MILANO  
 Tel. 02 39646.1 (s.p.)  
 Fax 02 39844800

**Presidente:**  
 Eraldo Minella

**Amministratore Delegato:**  
 Antonio Greco

**Direttore Editoriale:**  
 Mattia Losi

**Direttore Generale di Divisione:**  
 Piergiorgio Tonelli

© 2008 Il Sole 24 Ore Business Media Srl. Tutti i diritti di riproduzione in qualsiasi forma, compresa la messa in rete, che non siano espressamente per fini personali o di studio, sono riservati. Per qualsiasi utilizzo che non sia individuale è necessaria l'autorizzazione scritta da parte di Il Sole 24 Ore Business Media Srl.

Registrazione del Tribunale di Milano n. 392/72  
 R.O.C. n.6357 del 10.12.2001

• Codice ISSN (International Serials Data System): 1123 - 7260