

RETAILER & SPAZI

clicca ▶ Wal-Mart: al via la terza fase nella vendita di farmaci

clicca ▶ Time Vending, distributori automatici di libri a Milano

clicca ▶ Incontro con Graziano Costantini, direttore generale di Etruria Sma

Aperture

Nordiconad abbina supermercato, farmacia e carburante



Vicino a Modena, Nordiconad ha aperto il *Baggiovara Center*, un c.c.i di vicinato (5.200 mq la superficie complessiva). Ma la particolarità del centro consiste nella presenza, oltre che della *Parafarmacia Conad*, situata sul mall di fronte all'ingresso del super, del primo distributore di carburante a marchio *Conad* ...

clicca ▶ 3



Grande Distribuzione Disorganizzata

Euronics, tasso zero non troppo vero...

clicca ▶ 2

Rapporto 2007 Istat

Il reddito delle famiglie sta conoscendo una lenta, ma implacabile erosione ...

clicca ▶ 2

I prodotti



Salvaminuti
Pedon propone 16 referenze di cui 9 mix di cereali e 7 monoprodotti. Tutte pronte in 10 minuti ...

10
clicca ▶



DimmidiSi Purè Fresco di Patate
Pratico e preparato secondo ricetta tradizionale ...

10
clicca ▶



PRODUTTORI & PRODOTTI

clicca ▶ Protagonista la luce nel nuovo spazio polifunzionale di Sovico (Mi). Un progetto Reggiani



Incontro

Edoardo Acciarino di Bialetti

Bialetti è arrivata a quota 9 negozi, tutti inaugurati a partire da settembre 2007. Gdoweeekm@il ha chiesto al direttore retail, di tracciare un primo bilancio di questo nuovo percorso ...

clicca ▶ 8



Nuovo sito Plasmon

Basato su tecniche avanzate di interazione e segmentazione, punta allo sviluppo vendite ...

clicca ▶ 9

Tiramisù, Tartufo, Panna Cotta
Dessert freschi, equosolidali, essendo certificati Fairtrade, proposti da Gildo Rachelli ...



12
clicca ▶



TECNOLOGIE & SERVIZI

clicca ▶ Tellcard: piccole spese con carta Rfid contactless

clicca ▶ La tecnologia verde di Tennant

McDonald's, coupon e pagamenti con Rfid



clicca ▶ 13

Caffè Mauro migliora gestione

Mauro Demetrio (Caffè Mauro) ha puntato su una soluzione Erp di C.A.T.A. Informatica per supportare le sue esigenze di gestione ...

clicca ▶ 13

Tetra Pak Italia, Palm e Sterilgarda promuovono la green supply chain



clicca ▶ 14



Musli
Mix di cereali e frutta senza glutine da Fermo, azienda specializzata in alimenti dietetici ...

12
clicca ▶



DA NOVE ANNI
LE MARCHE VINCENTI
DEL LARGO CONSUMO
HANNO UN UNICO PREMIO

Un'iniziativa:



CLICCA E VOTA
LE NOMINATION

“Italia, rimboccati le maniche” per Draghi si può fare

Un'analisi preoccupata e rigorosa quella contenuta nelle considerazioni finali del Governatore della Banca d'Italia **Mario Draghi**: la crescita al rallentatore del nostro Paese è dovuta alla mancata crescita della produttività. Non sono mancate né le critiche al sistema bancario né il collegamento tra le difficoltà di spesa delle famiglie e l'incremento delle rate dei mutui variabili. Unanime l'apprezzamento di politici, imprenditori, sindacati. Ma è sempre stato così...

“ L'incertezza sul reddito corrente, sulle sue prospettive di crescita futura, frena le decisioni di spesa delle famiglie anche per l'inadeguatezza della rete di protezione sociale

Mario Draghi

governatore della Banca d'Italia

Considerazioni finali,

31 maggio 2008

La vita sempre più difficile della famiglia italiana

Uno scenario impietoso quello tracciato dal Rapporto 2007 dell'Istat. Il reddito delle famiglie sta conoscendo una lenta, ma implacabile erosione e nel giro di sette anni ha perso il 13% rispetto alla media europea: allora ci ponevamo al di sopra per poco più del 4%, oggi siamo sotto per oltre otto punti. La metà delle famiglie vive con meno di 1.900 euro al mese e addirittura il 6% dichiara di non potersi alimentare adeguatamente, mentre oltre il 10% dichiara di dover lesinare sul riscaldamento. Il 28% delle famiglie dichiara di non essere in grado di far fronte a una spesa imprevista di 600 euro. Rimane, anche se la domanda è vecchia ed irrisolta, il mistero di chi siano gli italiani che intasano le autostrade a ogni ponte. **GP**

Reddito italiano vs media Ue	Famiglie con il mutuo	Famiglie in difficoltà	Famiglie che non risparmiano
-8%	13%	14,6%	66,1%



Grande Distribuzione Disorganizzata

Euronics, tasso zero non troppo vero...

Stretti tra la crisi dei consumi e il fatto che molte famiglie hanno già tutto ed è sempre più dura costringerle a cambiare apparecchi, magari acquistati due anni fa, come tecnologicamente all'avanguardia, i retailer di elettronica di consumo puntano molto sui pagamenti rateali. Nel passato, alcune aziende hanno usato tecniche sul filo del rasoio della

legittimità, oggi le cose vanno meglio. Però... **Euronics** per la promozione sugli Europei di calcio propone a caratteri cubitali rate a tasso zero, per poi precisare, molto in piccolo, che ci sono spese di apertura pratica e il tasso effettivo può arrivare all'8,02%. Tutto lecito, per carità, ma perché continuare a trattare i clienti da ingenui? **Gino Pagliuca**

PLANET IL PARTNER NELLA GDO



SERVIZI PER LA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

Via Torri Bianche - 20059 Vimercate (Milano) - Tel. 039 6260038

www.planet-srl.com

Sviluppo di contatti commerciali con i buyer

Gestione delle vendite

Esposizione della merce nei pdv

Riordino della merce

Gestione degli inventari

Controllo delle consegne

Rilevamento degli stock

Realizzazione e allestimento di ordini di impianto

Gestione di campagne promozionali e relative raccolte d'ordini



Conad
supermercato

c.c.i Baggiovara Center
Via Giardini e via Settembrini
Baggiovara (Mo)

mq 1.500
casse 8
addetti 35
posti auto 242, di cui 100 scoperti

Orari: lun 14,00-21,00
mar-sab 8,30-21,00

Servizi: banchi assistiti per pesce, carne, salumi, formaggi e gastronomia con piatti pronti; possibilità di ordinazioni; Parafarmacia Conad, distributore carburante

Aperture

Nordiconad abbina super, farmacia e carburante

Vicino a Modena, di fronte al nuovo polo ospedaliero cittadino, **Nordiconad** ha aperto il *Baggiovara Center*, un c.c.i di vicinato (5.200 mq la superficie complessiva), realizzato con un intervento edilizio di pregio in partnership con **Marazzi**. Ma la particolarità del centro consiste nella presenza, oltre che della *Parafarmacia Conad*, situata sul mall di fronte all'ingresso del super, del primo distributore di carburante a marchio *Conad* (foto 1), dotato di 6 piste, con 3 pompe erogatrici di tipo multiplo per un totale di 6 postazioni. L'obiettivo è di realizzare un erogato pari a 8 mio litri l'anno. Per quanto riguarda il super, evidente il focus sui freschi, con banchi dotati di 4 grandi schermi lcd (foto 2) utilizzati, oltre che per velocizzare le code, per veicolare promozioni e informare sulle nuove attività dell'insegna, parafarmacia e tariffe telefoniche *Conad Insim* in primis. Forte l'attenzione ai prodotti locali proposti sia in uno spazio ad hoc della gastronomia con la linea premium *Sapori&Dintorni* (foto 3) sia in una zona chiamata "I sapori della nostra terra!" (foto 4). Rinnovata, inoltre, la comunicazione interna, giocata, nella caratterizzazione dei singoli reparti (foto 6), sull'ironia e sull'education, con cartelli differenziati da un colore diverso per comparti, alla quale si aggiunge una comunicazione corporate che afferma il valore dell'insegna e della relazione costruita con il consumatore (foto 5 e 7).

Marina Bassi



eGo
ecologico Guardaroba organizzato
abbigliamento

via Fura 50
Brescia

mq 200
addetti almeno 3
posti auto 20 scoperti e condivisi
con struttura vicina

Orari: lun-ven 8,30-12,30/15,00-19,00
sab 8,30-13,00

Servizi: a disposizione collezioni
autunno-inverno ed estate in diversi stili
e nelle taglie dalla 40 alla 48; possibilità
di abbonamenti mensili, semestrali e annuali;
consulenza di addette che seguono clienti
in tutto il percorso.



Aperture

eGo: ogni giorno abiti nuovi e stesso armadio

Dal prêt-à-porter al rent-à-porter, ovvero gli abiti a noleggio: questa l'innovazione di eGo, insegna fondata da **Vittoria Bono** a Brescia, in arrivo a Milano dopo l'estate. L'idea è semplice: in uno spazio più atelier sartoriale (foto 1) che pdv di abbigliamento -aperto 7 giorni su 7, 365 giorni l'anno- ogni donna può scegliere abiti tra numerosi modelli, tutti prodotti nella zona di Brescia utilizzando materiali naturali, in tinta unita e fantasia (foto 2), segmentati in vari stili (diva, dandy, etnico, classico, romantico, dinamico, glamour a seconda della stagione). L'obiettivo è evitare incombenze noiose e poco produttive -come la manutenzione dei capi, cambi di taglia ed errori di acquisto- per la più piacevole attività di cambiare look ogni giorno (foto 3-4), senza spendere un capitale: l'adesione prevede, oltre a un'iscrizione annuale, una cifra mensile di 87 €, che corrisponde a un valore giornaliero di 2,90 € ed è considerata la cifra media che una donna spende per il lavaggio di un un capo in tintoria. Certo, essenziale aderire all'idea di condividere i capi.

Marina Bassi





Graziano Costantini, direttore generale di Etruria Sma Etruria Sma oltre al vicinato crescono super di quartiere

Dalle superette ai super integrati: questa la sfida che **Etruria Sma** (33 tra super e superstore, 80 *Punto Sma* e 100 *Bottega Sma*) intende giocare; alle spalle un fatturato di oltre 160 mio € e una relazione con **Sma Spa**, con la quale a fine dicembre è stato rinnovato il contratto di master franchising per altri 12 anni. "Per rafforzare la nostra struttura -spiega a **Gdoweeekm@il** il direttore generale **Graziano Costantini**- abbiamo realizzato un piano strategico pluriennale, approvato dai soci, che ci doterà di strumenti più competitivi".

È la prima volta che avete stilato un piano industriale. Quali le ragioni di base?

L'elevata concorrenza della zona ci ha spinto a concentrare la no-



stra attenzione sulla capacità dei pdv di stare sul mercato non solo in termini di prezzi e servizi, ma soprattutto di costi e di equilibrio gestionale.

Questo implica un cambiamento nell'offerta?

Absolutamente no. L'assortimento rimane incentrato sui freschi, gestiti con banchi assistiti, da sem-

pre nostri plus riconosciuti, soprattutto per la carne. Inoltre, nelle superfici di 1.500 mq abbiamo rafforzato il non food, al quale vengono dedicati circa 400-500 mq.

Superfici impegnative per imprenditori in franchising ...

È vero: parliamo di circa 4 mio € di investimento. Per questo, come centrale tendiamo a diventare proprietari dei pdv, che, una volta a regime, diamo in gestione ai soci con la formula dell'affitto d'azienda. A volte optiamo per una gestione diretta (oggi 9). Per il prossimo futuro, pensiamo di svilupparci in questo modo, al passo di 1-2 superstore all'anno.

Sma sta per trasformare la propria rete in Simply Sma e Ipersimply Sma. Utilizzerete anche voi i nuovi format?

Probabile, anche se la riconversione avverrà trasformando dieci pdv per volta, in modo da raggiungere una certa massa critica per lanciare con determinazione la nuova insegna.

Marina Bassi



**UN PANDAMONIO
DI VENDITE!**





- ✓ **NUOVI PACK** in total look Kung Fu Panda.
- ✓ **REGALO SICURO** in ogni confezione.
- ✓ **PUBBLICITA'** sui canali TV per ragazzi, a settembre.



www.misterday.it

Kung Fu Panda™ & © 2008 DreamWorks Animation L.L.C.

Conad: prioritario rafforzare la rete di parafarmacie



“Oggi non sentiamo il bisogno di realizzare prodotti a marchio nei farmaci, non abbiamo sufficiente massa critica; mentre è prioritario aprire pdv -precisa **Francesco Pugliese**, direttore generale di **Conad** in occasione dell'apertura

della 20° parafarmacia Conad nel *Baggiovara Center*, vicino Modena, con l'obiettivo di arrivare entro agosto, a una rete totale di 26 farmacie, sia nei pdv -prevalentemente ipermerkt *E.Leclerc* sia nel mall, proprio di fronte all'ingresso del super. “Soltanto quando potremo contare su una rete di 1.500 parafarmacie decideremo se produrre PI, firmando un'intera linea e non solo un prodotto”, conclude Pugliese. **Marina Bassi**

RINNOVARSI PER NON PERIRE

Essenziale che le imprese proseguano nel rinnovamento strutturale. Non è difendendo monopoli o protezioni che, alla lunga, si genera ricchezza, ma investendo, innovando, rischiando..

Mario Draghi, governatore della Banca d'Italia
Considerazioni finali 31 maggio 2008

Wal-Mart: al via la terza fase nella vendita di farmaci

Dopo l'avvio nel 2006 del programma \$4 Prescription, dedicato ad abbassare i prezzi di farmaci sia otc sia su prescrizione, che finora ha garantito ai consumatori un risparmio di oltre 1 mld di dollari, **Wal-Mart** ha deciso di ampliare il proprio raggio d'azione, avviando la possibilità di acquistare farmaci a \$10, tra cui farmaci per il tumore al seno e per compensare carenze di ormoni. **MBa**

Handl tirolesi, affumicati e IGP

È iniziata nel mese di marzo e terminerà il 31 dicembre la promozione dei salumi del gruppo austriaco **Handl Tyrol** distribuiti in Italia da **Christanell** (Bz). Fino a maggio le degustazioni di salumi del marchio tirolese si sono svolte in 40 punti di vendita del Nord Italia a insegna *Carrefour*, *Auchan*, *Il Gigante*, *Emisfero*, *Pellicano* e *Italgros*, ma nei prossimi mesi coinvolgeranno anche ipermercati e supermercati del Centro Italia. All'assaggio, è offerto un assortimento di salumi tirolesi, tipici, affumicati e IGP. **MOV**



Merchandising
Handl Tyrol
da Carrefour

In palio 5 Chevrolet modello Aveo

Nei week-end dal 23 aprile al 30 giugno 2008 in occasione del lancio del modello *Aveo*, **Chevrolet** mette in palio 5 auto in 25 c.c.i italiani con il concorso “Un garage da sogno”. Per partecipare è necessario selezionare 3 dei 7 adesivi con le foto delle auto presenti sulla cartolina anagrafica e incollarli sugli spazi dedicati alla scelta. 150.000 le cartoline distribuite nel canale gdo. I primi 15.000 che le compilano una, ricevono a casa il cd musicale di Chevrolet. Estrazione finale: 1/9/2008. **MOV**



Merchandising
Chevrolet
da Auchan



Dai un calcio agli Europei
con prezzi e premi pensati per te!

Vinci **OGNI GIORNO**
5.000€ in **SHOPPING CARD!**
E in più **3** fantastiche **MINI CABRIO!**



UniEuro
Ecco il premio, non farlo.

I retailer declinano gli europei, per lei e per lui

Calcio sì, ma non per tutti: così **Mediamarket** e **Unieuro** hanno deciso di offrire proposte promozionali diversificate in occasione degli Europei. Mentre *Media World* invita i consumatori, a fronte dell'acquisto di determinate categorie di prodotti, a fare pronostici sul nome della squadra vincente, **Unieuro** lancia *Contro Europei* e parla ai non appassionati, soprattutto fra il pubblico femminile, suggerendo prodotti di tendenza e design, adatti all'estate in arrivo. **MBa**



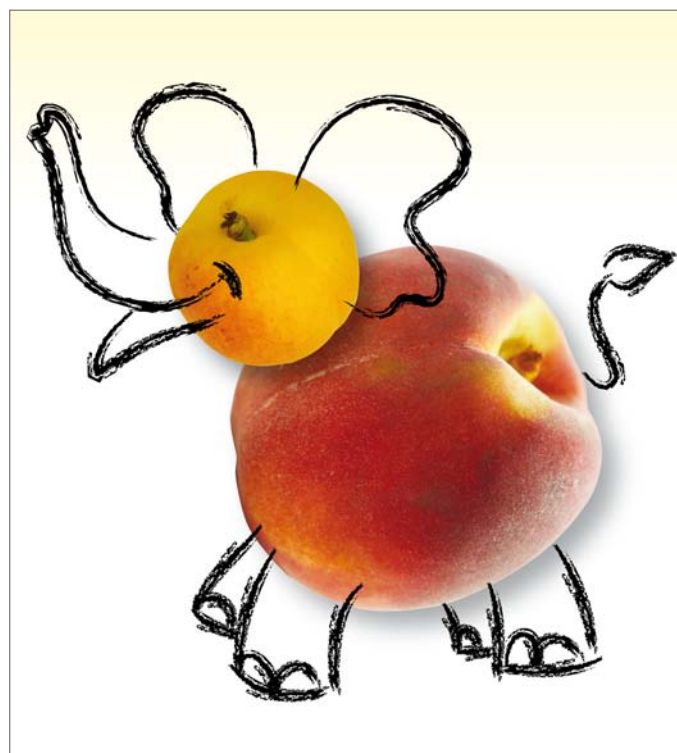
Time Vending (gruppo Cremonini) soddisfa anche la fame di cultura

Il core business di **Time Vending** -società controllata per l'80% dal **Gruppo Cremonini** e per il 20% da **Serena Team**, nata un anno fa per gestire il canale vending- rimane quello di soddisfare l'appetito di quanti sono in transito presso le aree di servizio autostradale, i bar e buffet *Chef Express*. Interessante, però, l'idea della società di utilizzare i distributori automatici per nutrirne anche lo spirito, ovvero utilizzandoli per vendere libri. Partito all'inizio dell'anno su Milano, il new business -gestito in collaborazione con il distributore specializzato **Mac2**, che provvede quindicinalmente al riassortimento- vanta oggi 12 postazioni ubicate in una decina di stazioni ferroviarie, perlopiù urbane (Passante e Ferrovie Nord) e della metropolitana, installate in parte nei mezzanini e in parte sulla banchina. Il focus target, infatti,

è stato identificato nella moltitudine di pendolari -lavoratori e studenti- che ogni giorno si spostano con il treno dall'hinterland al centro città e viceversa. Inoltre, dato l'orario di apertura prolungato delle stazioni (accessibili dalle 5 del mattino a dopo mezzanotte), il libraio automatico può svolgere anche una funzione di servizio di vicinato, per autoconsumo, oltre che come idea regalo. La vending machine tipo, che accetta solo banconote ed eroga il resto, è organizzata con 5 ripiani, ciascuno dei quali strutturato con 4 o 5 cassette a slitta (a seconda delle dimensioni dei volumi), per un totale di 23 referenze (di cui 5 replicate). L'offerta spazia da novità a best seller dell'ultimo biennio, sia di narrativa sia di attualità senza tralasciare alcuni classici. Per incentivare l'acquisto, tutti i prezzi di copertina sono scon-



tati del 10%. Duemila le copie vendute nei primi quattro mesi. Niente male, anche considerato che la rete è stata implementata gradualmente. Non a caso l'azienda ha già dichiarato di voler replicare il progetto a Roma e provincia, sempre sfruttando il bacino d'utenza dei pendolari viaggianti. **Fiorenza De Vincenzi**



VIENI DA SIGMA.

La frutta è così genuina,
così buona e così vicina.

Ogni volta che entri in un Supermercato Sigma, scopri qualcosa di sorprendente! La frutta è genuina e sei sicuro di scegliere la qualità, la varietà, la freschezza... a un prezzo "vicino a te".

La tua soddisfazione diventa il nostro sorriso: Sigma è fatta di persone pronte a darti sempre qualcosa in più. Anche la comodità, perché siamo a due passi da te.



www.supersigma.com

Nei pdv il focus è sull'universo del caffè

La brand identity di Bialetti evolve con stile nel dettaglio



Con il pdv aperto lo scorso maggio a Piacenza, **Bialetti** è arrivata a quota 9 negozi, tutti inaugurati a partire da settembre 2007. **Gdoweeekm@il** ha chiesto a **Edoardo Acciarino**, direttore retail, di tracciare un primo bilancio di questo nuovo percorso aziendale.

Bialetti professione retail, quali i primi riscontri?

Grazie all'esperienza dei primi store pilota, nel pdv di Piacenza sono state apportate alcune modifiche che vedono in primo luogo una maggiore focalizzazione

sul nostro core business, cioè il mondo del caffè, e una minore enfaticizzazione su pentole e strumenti di cottura. Quindi, più spazio a caffettiere e caffè, con area di degustazione -con una miscela top di gamma con il brand Bialetti, sia macinato sia in capsule- fino a spaziare al food e all'oggettistica legata a questo universo. E questo perché, per quanto raffinati e curati, i nostri store non si differenziavano così fortemente da altri negozi di casalinghi.



Posizionamento top, quindi. Come si concilia questa strategia con il vissuto di Bialetti, con prodotti accessibili a tutti?

L'ubicazione nei centri storici, le rifiniture eleganti, l'assortimento top di gamma denotano che la nostra strategia, oltre a creare una diversificazione di business, è orientata a elevare la nostra brand identity, creando un modo alternativo e

diretto di comunicare con il consumatore. E questo è coerente con i prodotti che lo shopper trova in gdo, che offrono garanzie e un ottimo rapporto qualità/prezzo, ma hanno caratteristiche -sia in termini di materiali sia di design-, e quindi un posizionamento, diverse da quelli proposti negli store Bialetti, dove l'offerta è in tutto e per tutto top quality.



Pensate a uno sviluppo del vostro progetto anche attraverso il franchising?

È così. Però, vogliamo prima raggiungere il massimo livello di perfezionamento del progetto, in modo da poter garantire una potenzialità di business elevata. Infatti, abbiamo avuto ottimi riscontri da parte del consumatore sin dagli inizi e, grazie a questo contatto diretto, in ogni pdv successivo alla prima apertura abbiamo apportato correttivi. Quindi questa strada sarà percorsa, ma solo quando l'analisi ci condurrà a prevedere un successo certo del progetto, per noi e per i nostri franchisee. Come anche per gli store, che sicuramente apriremo, in importanti città estere. **Tiziana C. Aquilani**

È dedicato alla cultura dell'illuminazione il Reggiani international light forum

Creare uno spazio nel quale la luce fosse la vera protagonista. L'idea progettuale di **Reggiani** -tra i protagonisti mondiali dell'illuminotecnica- per il nuovo spazio polifunzionale di Sovico (Mi) ha centrato l'obiettivo: i 2.500mq (ideati dall'arch. **Antonella Gaddi**) si sviluppano su quattro livelli, dominati dalle luci in tutte le sue forme, grazie alla scelta di puntare sulla trasparenza assoluta dell'edificio. Tra la facciata e la struttura è

stata inserita, su ogni piano, una passerella in vetro stratificato satinato, dove 13mila led Rgb **Osram** multicolori creano un effetto realmente originale. Il piano terra della struttura ospita il museo (sistemi di illuminazione dal VI secolo a. C. al XX secolo), mentre al primo vi è la galleria delle mostre, oltre al Reggiani international light centre. Al secondo piano, si trovano gli apparecchi Reggiani, il centro studi sul rispar-



mio energetico e la biblioteca multimediale. Infine, al terzo piano vi è, tra l'altro, la sala della tecnica della luce. **TCA**

Plasmon punta sul web per aumentare traffico



Il sito, realizzato da Agency.com, sarà ulteriormente aggiornato per sviluppare la qualità della relazione con il target mamme e la vendita di prodotti

Plasmon (Heinz) ha presentato il suo sito completamente rinnovato con il preciso intento di svolgere un ruolo determinante nella strategia di marketing, comunicazione e vendita dell'azienda. Infatti, a differenza di una buona parte delle aziende food, "per Plasmon il web non è solo un 'dover esserci' -dice **Alessandro Felici** direttore marketing Plasmon- bensì costituisce uno step determinante al fine di sviluppare 'traffico' in senso lato intorno alla marca. Traffico di idee, di immagini, di cultura nutrizionale e medica, di passaparola, che andando oltre il concetto di brand awareness, costituiscono quel sostrato su cui costruire quel rapporto di fiducia con le mamme, generatore a sua volta di uno sviluppo continuo e progressivo della vendita di prodotti sullo scaffale. Il nostro obiettivo è di far crescere non solo Plasmon, ma la quota di baby food consumata dai bambini, attualmente solo

un quarto del totale." Allo scopo sono state usate le tecniche internet più avanzate, con una precisa e sofisticata segmentazione dei possibili flussi di navigatori per intercettare non tanto quantità di clic, quanto un certo tipo di visitatori attenti ai servizi proposti, alla descrizione nutrizionale dei prodotti e alla loro possibilità di utilizzo nelle varie fasi evolutive del bambino.

Per facilitare la relazione dialogica, si è puntato sullo strumento video ritenuto più efficace. Un esempio abbastanza sofisticato si nota nella sezione faq, in cui le risposte vengono fornite da una pediatra (un vero medico, non un'attrice) che per rispondere in video ai vari quesiti appare scontornata, grazie all'uso del chromakey. L'uso estensivo del video potrebbe far sorgere qualche problema con i navigatori più esperti visti i tempi di attesa (20/30 sec). È comunque allo studio un pulsante "skip intro". **Ugo Stella**



poltrone in movimento LUIGI BORDONI È IL NUOVO PRESIDENTE DI CENTROMARCA

Bordoni, già direttore generale, succede allo scomparso Ernesto Illy. Nominati i 4 vice presidenti: Francesco Averna (F.lli Averna); Valerio Di Natale (Kraft Foods); Giorgina Gallo (L'Oréal); Luciano Sita (Granarolo).



MicroPerformance

Picota: si stacca dalle solite ciliegie.



● Senza picciolo per natura.

La Picota del Jerte d.o.p. è una particolare varietà di ciliegie: dopo un lungo processo di maturazione il picciolo si stacca in modo naturale senza danneggiare il frutto. Una caratteristica che la rende unica.

● Più croccante e succosa.

Nella Valle dello Jerte le ciliegie hanno aria più frizzante, acque più limpide e una maggiore esposizione al sole: tutto questo regala alla Picota del Jerte d.o.p. una pezzatura perfetta e un gusto intenso.

● Si conserva più a lungo sul punto vendita.

La Picota del Jerte d.o.p. si stacca dal picciolo quando è perfettamente matura: la sua completa integrità permette un'ottima conservazione del frutto perciò freschezza e gusto sono garantiti più a lungo!

**Rendi la tua gamma più ricca
con la Ciliegia del Jerte d.o.p.**

www.cerezadeljerte.org

picota
J E R T E

Consejo
Regulador de la
Denominación
de Origen

Cereza
del Jerte

Salvaminuti di Pedon: cereali e legumi cuociono in 10 minuti



Abbattere i tempi di cottura è tra le esigenze più sentite dai consumatori. Passare da 40 a 10 minuti per avere cereali e legumi pronti per preparare primi piatti, zuppe, insalate fredde o contorni è stata la risposta di **Pedon**, che ha realizzato una linea di 16 referenze, di cui 9 mix di cereali e 7 monoprodotti.

Sul packaging da 250 g, equivalenti a 3 porzioni,

vengono riportate le modalità di preparazione, le ricette e le proprietà nutrizionali.

Tiziana C. Aquilani



Prodotto	Salvaminuti
Tipologia prodotto	Cereali e legumi secchi per primi piatti, insalate e contorni
Azienda	Pedon Spa
Referenze	16 (9 mix di cereali, 7 monoprodotti)
Formato	250 g
Packaging	Stand-up
Mese di lancio	Maggio 2008
Comunicazione	In store

DimmidiSì fa il purè di patate e lo propone freschissimo



Patate 70%, latte intero, panna fresca e sale: sono questi gli unici ingredienti del **Purè DimmidiSì -La Linea Verde-**, che lo prepara secondo la ricetta tradizionale (quindi senza conservanti né coloranti) e lo propone fresco; la collocazione ideale nella gdo è nel banco frigo dell'area ortofrutta.

La ciotola in cui è confezionato DimmidiSì Purè di patate fresco contiene 450 g di prodotto, l'equivalente di due porzioni. Pratico e funzionale, il

packaging (senza cartone) può essere riscaldato, in pochissimi minuti, direttamente nel forno a microonde. È da conservare in frigo tra 2° e 6° C e da consumare entro 10 giorni dalla data di confezionamento.

TCA

Prodotto	DimmidiSì Purè Fresco di Patate
Tipologia prodotto	Prodotto fresco da banco refrigerato
Azienda	La Linea Verde
Marca/Linea	DimmidiSì
Referenze	1
Pack	Vaschetta e cartone
Mese di lancio	Maggio 2008
Formato	450 g
Prezzo suggerito	1,99 euro

Cono Ciliegia firmato Tre Marie

Gelato alla crema all'uovo con un cuore di sciroppo alla ciliegia e avvolto in cialda friabile: è il Cono alla Ciliegia, l'ultima proposta -in fatto di gelati- di **Tre Marie -GranMilano-**. È disponibile in confezione singola da 75 g per il canale horeca, mentre nel canale gdo è proposto in confezione multipack da 6 pezzi.



Carlsberg lancia la Tuborg Light con -30% calorie

Con una gradazione alcolica pari a 3,3 gradi, il 30% in meno di calorie e di carboidrati, **Tuborg Light** è una birra "low calories". Proposta in lattina da 50 cl, ha un posizionamento premium. In Italia, **Tuborg Light** è presente in gdo da maggio. L'introduzione è supportata da un piano specifico di comunicazione per gli operatori e da uno per i consumatori.



Melinda propone le barrette per il benessere

Con Melinda -A.D. Chini-barretta la frutta prende la forma dello snack, un rompidigiuno a basso contenuto di calorie. Frutta al 100% e mix di frutta e cereali uniti, senza aggiunta di miele, zucchero, addensante e dolcificante, le barrette Melinda sono in due versioni: 100% frutta (4 gusti, 75 calorie) e frutta più 5 cereali (4 gusti, 65 calorie).



Tam tam di Tobacco's Imex rivaluta la scrittura manuale

Tam tam è una nuova linea di cancelleria realizzata da **Tobacco's Imex**. Il nome richiama l'antica forma di comunicazione creata da un tipo di tamburo. Nell'era della comunicazione globale e delle tecnologie, tam tam rivaluta l'importanza della scrittura con la penna. Tutti i prodotti della linea tam tam sono realizzati con materiali non tossici, rispettano la certificazione di qualità ISO 9001 e gli standard di sicurezza EN71, ASTM4236 e BS7272.

ALIMENTARI FRESCHI

AIA	Aequilibrium
Cameo	Cameo
Danone	Activia
Danone	Essensis
Ferrero	Kinder Maxi King
Granarolo	Desiderio Yomo
Kraft FOODS ITALIA	Sottilette Buone da mordere
La Linea Verde	Dimmi di si

ALIMENTARI CONFEZIONATI

Barilla	Barilla Orizzonti
Lavazza	Lavazza A Modo Mio
Mutti	Mutti
Nestlé Italiana	Buitoni Bella Napoli Microonde
Parmalat	Zymil
Procter&Gamble	Pringles
Unilever Italia	Sughetti 4 Salti in Padella
Unilever Italia	That's Amore

DOLCIARIO

Ferrero	Nutella
Ferrero	Kinder frutti
Ferrero	Gran Soleil
Kellogg Italia	Kellogg's Extra
Nestlé Italiana	Nero Perugina
Perfetti Van Melle	Vivident Blast
Unilever Italia	Algida Frusi
Zuegg	Zuegg

BEVANDE & BIRRE

Coca-Cola HBC ITALIA	Coca-Cola Zero
Coca-Cola HBC ITALIA	Burn
Ferrero	Estathe
Fonti di Vinadio	Sant'Anna
Parmalat	Santal 5 Colori
Pepsico Beverage Italia	Gatorade Champions
Peroni	Peroni
Zuegg	Frulli

SUPERALCOLICI & VINI

Campari	Jagermeister
Campari	Aperol
Diageo Italia	Baileys caramello
Molinari Italia	Sambuca Molinari

DETERGENZA & CURA CASA

Bolton Manitoba	WC Net
Henkel	Pril 7in1
Johnson Wax	Autan Antitarme Alimentari
Johnson Wax	Autan
Johnson Wax	Raid Night&Day
Procter&Gamble	Fairy
Procter&Gamble	Swiffer
Reckitt Benckiser	Cillit Bang Original Force

DETERGENZA & CURA TESSUTI

Guaber	Grey L'Acchiappa&Smacchia
Guaber	Grey L'Acchiappacoloro
Pagliari	Felce Azzurra
Procter&Gamble	Ace
Procter&Gamble	Dash Plus Sensazioni
Procter&Gamble	Dash Lana e Delicati
Reckitt Benckiser	Vanish Oxi Action Magnets
Reckitt Benckiser	Lip Woolite Mixnoir

IGIENE & BELLEZZA

Beiersdorf	Nivea Visage Oxygen Power
Colgate Palmolive	Elmex
Coswell	Blanx
Johnson & Johnson	Listerine
L'Oreal	Casting Crème Gloss
L'Oreal	L'Oreal Dermo-Expertise Derma Genesi
Procter&Gamble	Gillette Fusion Power
Unilever Italia	Dove

PETCARE

Mars Italia	Pedigree
Mars Italia	Sheba
Nestlé Italiana	Purina ONE
Nestlé Italiana	Gourmet

Affettati p.i.
Preparati freschi per torte
Yogurt salute
Yogurt salute
Merendine fresche
Yogurt interi
Formaggi in fette
Piatti pronti freschi

Cereali&Legumi
Caffè in cialde
Rossi
Pizze surgelate
Latti uht speciali/arricchiti
Estrusi
Salse & condimenti surgelati
Zuppe,Minestrone surgelati

Creme spalmabili dolci
Merendine
Pronti da gelare
Cereali prima colazione
Gelati multipack
Gomme da masticare
Gelati multipack
Confetture

Bevande Gassate
Energy Drinks
Bevande Base Tea
Acque Minerali
Succhi di Frutta
Bevande Sportive
Birre
Succhi di Frutta

Amari
Aperitivi Alcolici
Creme non frutta
Sambuche

Pulitori WC
Detergenti+additivi lavastoviglie
Anti tarne
Insetticidi
Insetticidi
Detergenti+additivi lavastoviglie
Strumenti pulizia casa
Detergenti pavimenti

Additivi Bucato
Coadiuvanti bucato
Ammorbidenti
Candeggine
Detergenti lavatrice liquido
Detergenti bucato a mano
Additivi Bucato
Detergenti bucato a mano

Latti detergenti
Dentifrici
Dentifrici
Colluttori
Coloranti capelli
Crema viso
Lame e Rasoi
Crema fluide

Snack&treats cani
Umido gatto
Secco gatto
Umido gatto



DA NOVE ANNI
LE MARCHE VINCENTI
DEL LARGO CONSUMO
HANNO UN UNICO
PREMIO

SE VENDI
SEI

Un'iniziativa:



Tiramisù, Tartufo, Panna Cotta: i dessert equosolidali di Rachelli



Dessert freschi certificati **Fairtrade**. Si tratta di un'innovazione per questo mercato, più caratterizzato da prodotti grocery, quali cacao, caffè ecc.

Tiramisù, Tartufi e Panna Cotta sono proposti da **Gildo Rachelli**, azienda specializzata in gelati, dessert e semifreddi con ingredienti biologici e biodinamici.

Le materie prime -dal cacao allo zucchero- provengono da organizzazioni di produttori equosolidali biologici.

Tiziana C. Aquilani

Prodotto	Tiramisù, Tartufo, Panna Cotta
Tipologia prodotto	Dessert freschi equosolidali
Azienda	Gildo Rachelli
Referenze	Tre (1 per tipo)
Formato	Monoporzione 90 g
Packaging	Coppetta e cartone
Prezzo suggerito	Tutti a 2,15 euro
Mese di lancio	Maggio 2008
Promozione	In store



Da Farmo, mix di cereali e frutta senza glutine

Oltre il 40% di frutta (uvetta, datteri e albicocche) e fiocchi di cereali (fiocchi di soia, mais, semi di girasole, riso e miglio soffiato): è **Musli**, il mix realizzato da **Farmo**, azienda specializzata in alimenti dietetici senza glutine.

Ideato per la prima colazione, è suggerito da gustare con il latte, lo yogurt o anche con la frutta fresca. Musli è un prodotto autorizzato dal Ministero della Salute.

Proprio perchè destinati a consumatori con intolleranze alimentari (al lattosio, alle proteine e al glutine), tutti i prodotti Farmo sono realizzati in una fabbrica specificamente dedicata -a Lavazzola (Bo)- dove è possibile garantire l'assenza di glutine, anche sotto forma di contaminazione accidentale, in tutte le fasi di lavorazione e confezionamento.

TCA



Prodotto	Musli
Tipologia prodotto	Mix di cereali e frutta senza glutine
Azienda	Farmo
Referenze	1
Formato	300 g
Packaging	Sacchetto alluminato
Prezzo suggerito	4,31 euro
Canale	Gdo, specializzati, farmacie

Salviettine intime Chilly con antibatterico

Efficaci nella protezione

delle parti intime, le salviettine *Chilly*

-**Manetti & Roberts**- sono ipoallergeniche

e clinicamente testate. Con formula arricchita di estratti naturali di Timo e Salvia, uniscono all'azione detergente quella antibatterica. Sono in tessuto delicato per la pelle. Il pack richiudibile le mantiene fresche e pronte per essere utilizzate in qualsiasi circostanza.



Si chiama Indiana Jones ed è anche per celiaci e l'ultima coppa gelato di Nestlé

L'eroe cinematografico Indiana Jones dà il nome

all'ultima coppa gelato di Nestlé. Dedicato anche a chi abbia intolleranza al glutine (garantito dalla spiga barrata), è composto dai gusti al cacao e alla vaniglia. Del peso di 50 g, viene suggerito anche come merenda per i bambini.



Da Fila, Das Disney Art Attack

Si tratta di un kit, completo di miniguide fotografica, con istruzioni che insegnano in modo semplice come realizzare soggetti di ogni tipo.

Ogni kit comprende un panetto di Das bianco da 150 g, un panetto di Das di terracotta, una guida con suggerimenti creativi, 4 tubetti assortiti di tempera Giotto da 7,5 ml, un pennarello Giotto decor materials nero, un tagliadas e un pennello, foglietti di carta vetrata. Suggerito a 9,90 euro.



Il gusto morbido della grappa Frattina Barrique di Cabernet

Coniugando il progresso con il rispetto della tradizione e andando incontro alle esigenze dei consumatori più evoluti, *Grappa Frattina -F.lli Averna-* propone una gamma di prodotti dal gusto pulito, morbido ed avvolgente. Tra queste, anche *Frattina Barrique di Cabernet*, grappa affinata in botticelle di legno intarsiate e tostate con il fuoco per un periodo che va oltre i 12 mesi. Profumo intenso con note di viola, frutti di bosco, legno tostato e miele.

McDonald's, coupon e pagamenti con Rfid



McDonald's prosegue nello sviluppo di applicazioni di pagamento mobile con tecnologia Rfid. Dopo il pilota lanciato in Corea del Sud, ora è la volta del Giappone, dove è partito il progetto di e-wallet coupon Kazasu e pagamenti con cellulari basato su chip FeliCa (**Sony**) e reader Rfid

NTT DoCoMo. Previa registrazione al servizio, gli utenti DoCoMo riceveranno sul telefonino voucher digitali che potranno essere redenti nei pdv. I clienti potranno, inoltre, pagare le consumazioni attraverso i cellulari grazie al sistema di "borsellino elettronico" DoCoMo. **Enrico Sacchi**

Tellcard: piccole spese con carta Rfid contactless

La tecnologia Rfid contactless entra sempre più nella vita quotidiana. L'ultima iniziativa, in ordine di tempo, è del **Credito Valtellinese** in collaborazione con **Visa Europe** e **Key Client Cards & Solutions**, ha avviato in Valtellina il primo progetto Visa in Europa diretto a consumatori ed esercenti del prodotto di debito europeo V PAY uni-

to alla tecnologia contactless. Il sistema è basato sulla carta **Tellcard** che consente di effettuare spese di importi fino a 15 euro, semplicemente avvicinandola agli appositi terminali **Ingenico i5100+ Saturn6000** senza digitare il codice Pin. In particolare, il pagamento è autorizzato mediante la trasmissione sicura dei dati e la sicurezza dell'operazione è garantita dalle omologazioni della soluzione **Ingenico i5100+ Saturn6000**, già certificati Pci-Ped, Co.Ge.Ban.- Progetto Microcircuito, e ora anche conformi alle specifiche di Visa payWave. **ES**



Caffè Mauro migliora gestione con Erp C.A.T.A



Mauro Demetrio (Caffè Mauro) ha puntato su una soluzione Erp di **C.A.T.A. Informatica** per supportare le sue esigenze di gestione. Grazie al sw **CA-TAforBusiness**, la forza vendita inserisce gli ordini online direttamente sul sistema e può preparare il materiale per il cliente in tempo reale; può avere

accesso alla disponibilità di magazzino e, quindi, avere visibilità delle scorte e di quanto è in produzione. Altri significativi miglioramenti nella gestione del magazzino: il sistema suggerisce, infatti, l'allocazione della merce che arriva dalla produzione o da un fornitore così come la movimentazione, questo per fare in modo che i posti a terra siano sempre occupati con il lotto corretto da spedire. **ES**

Smea, Master Economia Sistema Agroalimentare

Sono aperte le iscrizioni al 25° Master in Economia Agroalimentare della Smea, la business school cremonese dell'**Università Cattolica**. Il Master storico della Smea ha una durata annuale, con un percorso educativo articolato in tre periodi. La Scuola mette a disposizione 8 borse di studio per i candidati più meritevoli. Le domande di partecipazione vanno presentate entro il 19 settembre 2008. Info: www.unicatt.it/smea. **ES**

La tecnologia verde di Tennant trasforma l'acqua del rubinetto in detergente, senza aggiunte chimiche

ech2o™ di **Tennant Company** è una innovativa tecnologia di pulizia che attiva elettricamente l'acqua del rubinetto, trasformandola in un potente detergente, senza l'aggiunta di additivi chimici. Il sistema funziona sbloccando la vasta quantità di energia immagazzinata nella molecola dell'acqua (H₂O) grazie alla speciale unità ech2o installata nelle lavasciuga pavimenti Tennant. ech2o utilizza il 70 % di acqua in meno rispetto ai metodi di pulizia tradizionali e non scarica prodotti chimici nel sistema fognario. Inoltre, eliminando l'uso di additivi chimici, viene aumentata la sicurezza dell'operatore e si riducono i costi di acquisto e di smaltimento delle sostanze chimiche. **ES**



I pallet riciclati al centro del circuito virtuoso

Tetra Pak Italia, Palm e Sterilgarda promuovono la green supply chain



Un sistema di movimentazione merci finalizzato alla massima efficienza, alla riduzione dei costi d'acquisto, ma anche a diminuire l'impatto sull'ambiente, rendendo più leggera la cosiddetta "carbon footprint".

Sono queste le finalità del modello di green supply chain sviluppato da **Tetra Pak Italia** e dall'azienda mantovana **Palm**, specializzata nella produzione di pallet, in collaborazione con **Sterilgarda**.

Il progetto -che dopo la fase sperimentale attivata nel secondo semestre 2007 è ora entrato a regime- ha come principio base il risparmio, il recupero ed il riutilizzo dei materiali di trasporto.

Strategico il ruolo di Palm, che si occupa di acquistare e ritirare i pallet usati dalla sede di



Sterilgarda per avviarli alla fase di controllo, selezione e riparazione.

Ogni pallet viene quindi igienizzato e identificato con il logo

del riciclo e il numero di lotto. Infine, i pallet "rigenerati" vengono riconsegnati da Palm a Tetra Pak.

Alcune cifre significative: nel secondo semestre 2007, Palm ha ritirato da Sterilgarda 3.736 pallet usati. Di questi, ne sono stati riconsegnati a Tetra Pak 3.205 idonei ad essere riutilizzati.

Interessante il risparmio sui costi: i pallet rigenerati, infatti, hanno un prezzo inferiore del 9,6% rispetto a quelli nuovi. L'attività consente inoltre una riduzione dell'emissione di CO₂ pari a circa 120 t l'anno.

Un modello replicabile, purché si realizzino due condizioni: l'elevato numero di pallet da movimentare e la vicinanza geografica di tutti gli attori interessati. **Fiorenza De Vincenzi**

We support your ideas

INTRAC
DESIGN & DISPLAY

www.intrac.it

arneo WORLD

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

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

B2B24.it

I nomi

A.D. Chini	10
Acciarino Edoardo	8
Auchan	6
Averna Francesco	9
Bialetti	8
Bono Vittoria	4
Bordoni Luigi	9
C.A.T.A. Informatica	13
Carlsberg	10
Carrefour	6
Centromarca	9
Chevrolet	6
Christianell	6
Conad	6
Consorzio Melinda	10
Costantini Graziano	5
Credito Valtellinese	13
Di Natale Valerio	9
Draghi Mario	2-6
eGo	4
Etruria Sma	5
Euronics	2
Farmo	12
Felici Alessandro	9
Fila	12
F.lli Averna	12
Gaddi Antonella	8
Gallo Giorgina	9
Gildo Rachelli	12
GranMilano	10
Gruppo Cremonini	7
Handl Tyrol	6
Heinz	9
Ingenico	13
Key Client Cards & Solutions	13
La Linea Verde	10
Manetti & Roberts	12
Marazzi	3
Mauro Demetrio	13
McDonald's	13
Mediamarket	6
Nestlé	10
Nordiconad	3
NTT DoCoMo	13
Osram	8
Palm	14
Pedon	10
Pugliese Francesco	6
Reggiani	8
Serena Team	7
Serena TeamaMac2	7
Sita Luciano	9
Sma	5
Sony	13
Sterilgarda	14
Tennent Company	13
Tetra Pak	14
Time Vending	7
Tobacco's Imex	10
UniEuro	6
Università Cattolica	13
Visa Europa	13
Wal-Mart	6

Coordinamento Editoriale Retail

Luigi Rubinelli

Direttore responsabile

Cristina Lazzati
cristina.lazzati@businessmedia24.com

Caporedattore

Ugo Stella
ugo.stella@businessmedia24.com
(02/39646.706)

Redazione:

Tiziana C.Aquilani
tiziana.aquilani@businessmedia24.com
(caperservizio - 02/39646.707)
Marina Bassi
marina.bassi@businessmedia24.com
(caperservizio - 02/39646.713)
Fiorenza De Vincenzi
fiorenza.devincenzi@businessmedia24.com
(caperservizio - 02/39646.708)
Gennaro Fucile
gennaro.fucile@businessmedia24.com
(caperservizio - 02/39646.710)
Gino Pagliuca (02/39646.715)
gino.pagliuca@businessmedia24.com
Enrico Sacchi
enrico.sacchi@businessmedia24.com
(caperservizio - 02/39646.717)

Ufficio grafico:

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

Segretaria di redazione

Tiziana Laffranchi
tiziana.laffranchi@businessmedia24.com
(02/39646.719)

Ufficio Abbonamenti

(02/39646.1)
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

Ufficio Traffico:

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