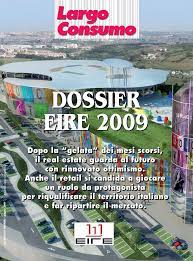
**E1919-D** *Scheda creata il 11 febbraio 2024*

**Descrizione storico-bibliografica**



**\*Largo consumo. Dossier**. - Milano : Largo consumo, 1995-2005. – 11 volumi : ill. ; 29 cm. ((Mensile. - Descrizione basata su: allegato al n. 1/2002. - BVE0317514

Supplemento a: \*Largo consumo [E1919]

Soggetto: Generi alimentari - Commercio - Periodici

Classe: D380.141

Immagine che contiene testo, Minimarket, Drogheria, supermercato

Descrizione generata automaticamente Immagine che contiene testo, schermata, design

Descrizione generata automaticamente Immagine che contiene testo, diagramma, schizzo, design

Descrizione generata automaticamente

\***Largo consumo. Gli speciali dossier**. - [Milano] : Largo consumo, [2015]- . - volumi : ill. ; 28 cm. ((Periodicità non dichiarata. - Descrizione basata su: 2015. - CFI0939771

Comprende: \*Grocery forum Europe (2017-); \*Reputation economy (2018-); \*Osservatorio imprenditoria retail (2019-); Le \*filiere produttive (2020-); \*Pack around (2021-);

Soggetto: Commercio – Periodici; Distribuzione – Periodici; Marketing - Periodici

Classe: D658.005

**Volumi disponibili in rete**

Reputation economy [2020](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjEjM_fv6KEAxUYgv0HHe1ZAxsQFnoECA0QAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.largoconsumo.info%2F092020%2FReputationEconomy2020.pdf&usg=AOvVaw1unXWsa8q0YHt_nqFR7NDn&opi=89978449); [2021](https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.todis.it%2Fwp-content%2Fuploads%2F2021%2F10%2FReputation2021.pdf&psig=AOvVaw1aHRPnE8IHUapQEsn4sLxg&ust=1707714177124000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBQQjhxqFwoTCIidnpzBooQDFQAAAAAdAAAAABAJ)

Osservatorio imprenditoria retail [2019](https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Flargoconsumo.info%2Fdocuments%2F20123%2F425069%2FARTRetailGdoFranchisingOsservatorioImprenditorialita2019.pdf%2F7b29c5d3-5c69-2cad-edee-2867ab6ac1f4%3Ft%3D1584971275054&psig=AOvVaw0HbActcWNzawYypC4EF4yq&ust=1707717308517000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBQQjhxqFwoTCMil1OzMooQDFQAAAAAdAAAAABAE)

Le filiere produttive [2020](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjB4-iKyKKEAxXq1AIHHT2ICyQQFnoECDQQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.largoconsumo.info%2F092020%2FDossierFiliere2020.pdf&usg=AOvVaw0Khv7dmBHT8H6cXzZjovpK&opi=89978449); [2021](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjB4-iKyKKEAxXq1AIHHT2ICyQQFnoECCMQAQ&url=https%3A%2F%2Flargoconsumo.info%2F042021%2FDossierFiliereAgroalimentari2021.pdf&usg=AOvVaw2lVTvdKu6SVT3O2HSsncRO&opi=89978449)

**Informazioni storico-bibliografiche**

# **Grocery Forum Europe 2023: Il reportage**

Il mondo retail torna a confrontarsi al **Grocery Forum 2023**, il tradizionale appuntamento organizzato da **Retail Institute Italy**, giunto ormai alla VII edizione.

Quest’anno il tema della discussione è incentrato sulla convenience, ossia tutte quelle offerte e soluzioni che vanno incontro alle esigenze del cliente che sempre più si domanda: dove mi conviene fare la spesa? Quali sono i benefici che posso trarre nel fare acquisti in un determinato canale di vendita anziché in un altro? Concetto di convenienza globale che va oltre il prezzo, che non è più la leva più impattante.

<https://www.largoconsumo.info/-/grocery-forum-europe-2023-il-reportage>

Torna lo **speciale** [**Reputation Economy**](https://www.largoconsumo.info/-/reputation-economy-2022/1.4?inheritRedirect=true&redirect=%2Fricerca%3FinheritRedirect%3Dtrue%26redirect%3D%252Fricerca%253Fp_l_back_url%253D%25252Fgroup%25252Fguest%25252F~%25252Fcontrol_panel%25252Fmanage%25253Fp_p_id%25253Dcom_liferay_layout_admin_web_portlet_GroupPagesPortlet%252526p_p_lifecycle%25253D0%252526p_p_state%25253Dmaximized%252526p_v_l_s_g_id%25253D20123%252526p_p_auth%25253DVceS9om6%2526q%253Dreputation%252520economi%26q%3DReputation%2520Economy), dedicato ai temi della reputation aziendale, della sostenibilità e delle strategie di CSR messe in atto dalle aziende in Italia. Lo speciale si articoli in 10 capitoli tematici:

* RESPONSABILITÀ D’IMPRESA |
* AGRICOLTURA |
* ZOOTECNIA |
* COMMERCIO EQUO E SOLIDALE |
* PRATICA SPORTIVA |
* PRESERVAZIONE |
* PACK E SUPPLY CHAIN |
* ISTRUZIONE |
* WELFARE AZIENDALE |
* WEB REPUTATION |

# **Osservatorio Imprenditoria Retail**

### Il primo studio in Italia che indaga il profilo degli imprenditori affiliati alle insegne di tutti i settori

***Largo Consumo*** e **TradeLab** promuovono la nuova edizione dell'**Osservatorio Imprenditoria Retail 2022**, che indaga la propensione agli investimenti sul punto vendita e in nuove aperture degli imprenditori che operano all’interno delle insegne del commercio organizzato.

La ricerca è già stata sostenuta negli anni passati da oltre **30 insegne** appartenenti a diversi settori del **retail**, della **ristorazione** in catena e dei **servizi**, e condotta su un campione di oltre**850 imprenditori**. <https://www.largoconsumo.info/osservatorioimprenditoria>

## SCARICA REPORT 2022

Pubblicato in allegato al fascicolo di dicembre di *Largo Consumo*, lo **Speciale Osservatorio Imprenditoria Retail** viene diffuso tra le insegne retail aderenti all’iniziativa e tutti gli abbonati e lettori della rivista.

Le sue pagine garantiscono una visibilità al logo e al brand dello sponsor, che può anche contare su una pagina pubblicitaria.

All’edizione 2022 dell’**Osservatorio** hanno partecipato oltre **850 imprenditori** che gestiscono uno, due o più punti vendita, della **Gdo**, del dettaglio specializzato non food, nella ristorazione in catena e dei servizi.

L’Osservatorio è realizzato ogni anno grazie alla partecipazione di **oltre 35 organizzazioni retail**che coinvolgono i propri imprenditori in modo anonimo

<https://www.osservatorioimprenditoria.it/scarica-il-report>

**Le filiere produttive**

Un'analisi del settore agroalimentare italiano attraverso la storia, le cifre, i prodotti, i canali di vendita, l'assetto industriale, i processi, le certificazioni, le scelte comunicative di quattro grandi aziende del comparto: **Bayerland** (Caseario), **Centro Carne** (Carne), **Conserve Italia** (Vegetali), **Ferrero** (Cioccolato).

**Pack around**

I protagonisti del settore raccontano le nuove abitudini di consumo, le scelte sostenibili del packaging e quanto la richiesta di carta e cartone per gli imballaggi sia in continua crescita.

Per SIPACK parla Simone Cini, responsabile dell’area commerciale per l’azienda, il quale affronta l’analisi dal punto di vista del costruttore; spiega le richieste dei clienti e quanto una tecnologia flessibile ed efficiente, oggigiorno in produzione, sia estremamente necessaria per il produttore.

Per scoprire l'intera intervista, clicca su questo link: [Sipack su Largo Consumo](https://sipack.eu/sipack-sulla-rivista-largo-consumo-3/?trk=article-ssr-frontend-pulse_little-text-block)

Se sei alla ricerca di maggiori informazioni sui nostri macchinari, non esitare a contattarci, il nostro team di esperti è a tua disposizione: +39 0583 724260 <https://it.linkedin.com/pulse/pack-around-2021-largo-consumo-sipack-srl>

# [Le filiere produttive](https://www.largoconsumo.info/-/le-filiere-produttive-4/1.0?inheritRedirect=true&redirect=%2Fricerca%3Fq%3DLe%2520filiere%2520produttive%25202023)

La difficile congiuntura internazionale, l’aumento dei costi energetici e delle materie prime, i nuovi modelli valoriali e di consumo tra gli italiani richiedono una revisione del ruolo e dell’approccio alla sostenibilità nella filiera agroalimentare. Questo è il leitmotiv dell’ultimo **Osservatorio Packaging del Largo Consumo**, dal titolo “Il ruolo della sostenibilità alla luce dei nuovi scenari evolutivi”, realizzato da **Nomisma** in collaborazione con **Spin Life**.

* La nuova uscita dell’Osservatorio Packaging del Largo Consumo riporta un contributo recentissimo – l’indagine è stata svolta a marzo 2022 – focalizzato sul ruolo che la sostenibilità ricopre per il consumatore italiano e sulle modalità con cui l’attenzione all’ambiente si rende manifesta nelle scelte di consumo quotidiane. Il tutto letto alla luce dell’attuale quadro congiunturale. Una situazione caratterizzata da clima di incertezza, difficoltà di reperimento delle materie prime e generale aumento dei costi che produce effetti in modo trasversale su mondo produttivo e consumatori, incidendo sulle scelte di gestione del budget tanto aziendale quanto familiare.

# Pack Around 2023

Gli studi più recenti concernenti l’impatto ambientale e il suo legame con l’imballaggio forniscono delle utili indicazioni su come il mondo imprenditoriale dovrebbe muoversi per non perdere la fiducia da parte del cliente finale. Ciò nonostante il tasso di circolarità è in diminuzione. Diventa necessario dotarsi di sistemi specifici di misurazione degli impatti per salvaguardare il pianeta.

<https://www.largoconsumo.info/-/pack-around-2023/1.1?redirect=%2F&p_r_p_categoryId=>