

**MCDONALD'S
SPOSA IL MADE
IN ITALY**

Qualità tutta italiana e tracciabilità sono i driver di sviluppo adottati nel nostro Paese dal colosso della ristorazione fast food, McDonald's. Lo scorso gennaio a Roma e febbraio a Milano, l'amministratore delegato di McDonald's Italia, **Roberto Masi**, e il ministro delle Politiche agricole alimentari e forestali, **Luca Zaia**, hanno presentato l'accordo per commercializzare le nuove ricette McItaly, che si contraddistinguono per gli ingredienti di sola provenienza nazionale. L'iniziativa, che ha coinvolto anche quattro consorzi e un gruppo di produttori sempre italiani, lancia per un periodo di tempo limitato due nuovi panini e un'insalata, all'interno di un'offerta che sarà proposta in tutti i ristoranti del Belpaese e che prevede carne al 100% italiana, formaggi di Asiago e Parmigiano Reggiano Dop, Pancetta della Val Venosta e Bresaola della Valtellina Igp, e ancora pane, insalata e mele rigorosamente italiane. Se l'iniziativa avrà successo sarà esportata anche all'estero. Il McItaly è disponibile sino al 21 marzo.

**ESSELUNGA FA
ROTTA SU ROMA**

Dalla Toscana al Lazio. Esselunga prosegue la sua discesa nell'Italia centrale e, in particolare, verso la capitale. A confermare questa intenzione è lo stesso patron, **Bernardo Caprotti**, che sulle pagine del Corriere della Sera ha dichiarato di voler realizzare in breve tempo due o tre superstore a Roma. Per prima cosa la catena della grande distribuzione dovrà dotarsi di una struttura logistica adeguata, perché, come ha testimoniato lo stesso Caprotti «A Roma bisogna partire da zero». I cantieri per la costruzione dei punti vendita e del circuito connesso dovrebbero partire entro la fine del prossimo anno. Ad oggi non sono stati comunicati i siti precisi.

Più strumenti, nuove opportunità

**UN CRUSCOTTO
DI PERFORMANCE
INDICATORS
A SUPPORTO
DEL FRANCHISING**

È possibile ipotizzare un modello in grado di quantificare il valore attrattivo di un territorio e rendere efficiente l'allocatione di un investimento tra gli attori operanti all'interno di un rete collaborativa? Questo è l'obiettivo di un gruppo di ricerca costituito dall'Istituto denominato ITIA del Consiglio Nazionale delle Ricerche, dell'Università degli studi di Roma Tor Vergata e dell'Università Europea di Roma che, all'uopo, ha anche organizzato un Master di I° livello in Retail Management in collaborazione con l'Istituto Carlo Magno. La strutturazione di un applicativo informatico che supporti le scelte degli operatori commerciali è in fase di studio e vedrà presto la luce attraverso l'utilizzo di metodi di costruzione del set di indicatori che meglio esprimerà le caratteristiche vocali di un territorio.

Il lavoro di ricerca mira a definire uno strumento capace di indirizzare le scelte di posizionamento strategico e di dimensionamento degli investimenti all'interno della rete. Sarà inoltre possibile migliorare la conoscenza dell'area in cui si decide di affrontare l'investimento evidenziando i punti di forza e di debolezza attraverso l'utilizzo di indicatori "critici", selezionati all'interno dei principali Enti di ricerca e Università italiane, e indicatori "propri", risultato dell'elaborazione della banca dati di BRD Consulting per il franchising. Grazie all'utilizzo di tracciati record esclusivi e costantemente aggiornati da BRD su insegne, schede franchisor e punti vendita, sarà possibile acquisire un patrimonio informativo sufficientemente esaustivo (oggi limitato alle potenzialità delle singole banche dati CCIAA, Cerved, ecc...), in grado di realizzare un datawarehousing georeferenziato al momento inesistente sul territorio nazionale.

Tale metodologia di collegamento delle informazioni contenute nelle singole banche dati permetterà di elaborare i seguenti indicatori "propri":



- DEMOGRAFICI (Concentrazione, Filiera, ecc...)
- ECONOMICO-FINANZIARI (Ros di settore negli ultimi due anni, Roe di settore negli ultimi due anni, Ebitda/ vendite (%) di settore negli ultimi due anni)
- STRATEGICI (Performance economiche del sistema di franchising, Indicatori di start up del punto vendita quali ad esempio il break-even point atteso)

La selezione dei principali indicatori per lo sviluppo industriale e commerciale oggi in uso nel mondo accademico e della ricerca nazionale, è stata presentata dal 2006 al 2009 alle conferenze annuali dell'Associazione Italiana Scienze Regionali (AISRE), riscuotendo un buon apprezzamento da parte della comunità scientifica operante nel settore. In particolare gli "indicatori critici" selezionati sono:

- BUSINESS DEMOGRAPHY (Costanzo, Oropallo, Rossetti - Istat - 2008)
- CONTESTO (Fonte: Nisticò, Romano - Università della Calabria - 2008)
- IMMAGINE PERCEPITA (Fonte: Guido, Peluso, Pace - Università del Salento, LUISS, La Sapienza - 2008)

Attraverso la sperimentazione di questo cruscotto di indicatori su cluster di imprese industriali e commerciali, sarà possibile individuare il metodo per sintetizzare un "Performance Indicators" unico e capace di esprimere il livello di attrattività del territorio, favorendo in seconda istanza anche l'accesso al credito di soggetti interessati a investire su un'area considerata più o meno strategica.

A cura di: Ilaria Baffo - ilaria.baffo@itia.cnr.it
Giuseppe Confessore - g.confessore@itia.cnr.it
Federico Fiorentini - direzione@brdconsulting.it
Maurizio Turina - maurizio.turina@uniroma2.it

**Roma Urbe, One Works
completa il nuovo terminal**

È stata inaugurata alla fine di gennaio la nuova aerostazione passeggeri nello scalo di Roma Urbe, dedicato all'aviazione generale e agli elicotteri. Il terminal, costato 800mila euro, è stato progettato dalla società **One Works**. La nuova stazione ha una hall di accoglienza, percorsi funzionali per i passeggeri in partenza e in arrivo, un bar e spazi per gli uffici degli enti di Stato e del controllo del traffico aereo. Entro la prossima estate, con l'apertura del "Nuovo Fabbricato Polifunzionale", si concluderanno le prime due fasi della riqualificazione, dal costo complessivo di 4,1 milioni di euro, interamente finanziato dall'Enac. La terza fase richiede invece il contributo di soggetti privati e non a caso all'inaugurazione del terminal erano presenti il costruttore **Francesco B. Caltagirone**, in veste di presidente di Acqua Pia Antica Marcia, ed **Eugenio Battelli**, presidente dei costruttori edili di Roma. Nella terza fase si dovrebbe infatti ruotare e allungare la pista e realizzare diverse strutture, tra cui un'area commerciale, spazi espositivi, un museo dell'aviazione, un centro congressi, un'attività alberghiera e di ristorazione.



*Ovunque
voi siate,
siamo soliti
servirvi
al meglio*

Da oltre 40 anni Cremonini opera nel settore alimentare con passione e competenza, anticipando i gusti e le esigenze dei consumatori che, oggi più che mai, sono in continua evoluzione.

Innovazione, tracciabilità, sicurezza, tutela dell'ambiente, sono da sempre i principi ispiratori delle attività del Gruppo Cremonini.

Con oltre 11.500 dipendenti, Cremonini, è uno dei più importanti gruppi alimentari in Europa: forte di un network industriale di dieci stabilimenti all'avanguardia nella produzione di carni bovine e salumi, leader nella distribuzione di prodotti alimentari al foodservice e protagonista nella ristorazione "in movimento" per chi viaggia sui treni, nelle stazioni ferroviarie e in autostrada.

*Questo è Cremonini:
un gruppo al vostro servizio.*

MONTANA

MARR

Chef Express

www.cremonini.it
e-mail: info@cremonini.com
Tel. +39 059 751611