



## COMMERCIO ELETTRONICO, VENDITE DIRETTE e A DISTANZA



Percorso di lettura aggiornato al n. 01/06 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

Il presente documento in **versione interattiva** è scaricabile all'indirizzo  
[www.largoconsumo.info/012006/PL-0106-003.Pdf](http://www.largoconsumo.info/012006/PL-0106-003.Pdf)

#### ARGOMENTI CORRELATI:

sul tema della **PUBBLICITA' ON LINE**, è disponibile  
il Percorso di lettura [PL-0106-029.pdf](#)

#### RIFERIMENTI:

Il sommario di tutti i Percorsi di lettura di Largo Consumo  
è **scaricabile** all'indirizzo [WWW.LARGOCONSUMO.INFO/PERCORSI](http://WWW.LARGOCONSUMO.INFO/PERCORSI)

#### IN APPENDICE:

Esempi significativi di **COMUNICAZIONE D'IMPRESA** e di **PUBBLICITÀ**  
di Aziende e Organismi attivi nei mercati considerati in questo Percorso di lettura

#### LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA

#### E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

##### Largo Consumo

##### **Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo**

Mensile fondato nel 1980 e diffuso esclusivamente in abbonamento, i cui contenuti giornalistici si sviluppano in forma di inchieste, studi e articoli vari inerenti tutti i momenti della filiera dei beni mass market, food e non food., dalla produzione, alla distribuzione, al consumo finale, compresi i servizi, le strutture e i sistemi collegati.

##### Pianeta Distribuzione

##### **Rapporto annuale sul grande dettaglio internazionale**

Un'analisi ragionata delle **politiche** e delle strategie di sviluppo dei **grandi gruppi distributivi internazionali**, food e non food e di come competono con la



**distribuzione locale** a livello di singolo Paese. **Tabelle, grafici, commenti** giornalistici, **interviste** ai più accreditati esponenti del retail nazionale e internazionale, la rappresentazione **fotografica** delle più importanti e recenti **strutture commerciali** in Italia e all'estero su Pianeta Distribuzione.

### Mercato & Imprese

#### **Opinioni e prospettive dall'industria del largo consumo**

Ogni anno, Mercato & Imprese ospita interviste ad alcuni fra i più accreditati esponenti di aziende di primo piano dell'industria alimentare e grocery non food. I contenuti giornalistici sono sviluppati in forma di interviste, tante quanti sono i settori merceologici presi in esame nel fascicolo. Al manager intervistato viene chiesto, in esclusiva per il proprio mercato di appartenenza, di fornire una rappresentazione dell'andamento del comparto, forte della propria esperienza professionale e del posizionamento della propria azienda. Ogni intervista è affiancata da una scheda mercato a cura della redazione, che riporta i principali indici del settore come i volumi e i valori della produzione industriale, le tipologie produttive, l'import/export, il rank dei produttori e marche, investimenti, consumi, ecc.

### **I CONTENUTI EDITORIALI:**

*Largo Consumo* 01/2006 pg 98

#### **La paura degli hacker frena l'e-commerce**

Una ricerca realizzata da Gartner sembra confermare la paura degli utenti internet per gli hacker. Tale situazione infatti rappresenta un rischio per il futuro dell'e-commerce: il numero dei tentativi di phishing dal 2004 al 2005 è ....del...% e ...continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 01/2006, n° pagina 33

#### **Sara Lee- Tupperware**

Sara Lee Corporation ha recentemente confermato la vendita del...% del segmento vendite dirette a Tupperware corporation per la cifra di...mln di euro. La divisione vendite dirette svolge la propria attività di commercializzazione di cosmetici, prodotti per la cura della pelle e...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 01/2006 pg 122

#### **Comunicazione sul web: le strategie migliori**

Negli ultimi anni, le decisioni aziendali di strategia e business si affidano sempre più alle nuove tecnologie. La visibilità ottenuta, infatti, tramite una presenza on-line, è il migliore mezzo di comunicazione e promozione del proprio brand. Al primo posto con il...% si usa l'on line per le news, con il...% per il servizio di newsletter e con il ...% per lo shop on line.

Notizia

*Largo Consumo* 12/2005 pg 74

#### **Se i quadri viaggiano via etere**

Momento d'oro per questo settore, con cifre record ai vertici internazionali. Oggi interessa più il contemporaneo, che le vendite attraverso il canale televisivo hanno aiutato ad emergere.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [I contemporanei dalle quotazioni d'oro \(in milioni di euro\)](#)

- [Gli artisti italiani più quotati](#)

#### **Citati:**

Borzani Eleonora, Canale D., Celiberti, Corbelli Giorgio, Elefante, F.lli Orler, Finarte-Semenzato, Hirst Damien, Home Shopping Europe, La9, Mediaset, Morlotti, Saatchi & Saatchi, Telemarket.

Articolo

*Largo Consumo* 12/2005 pg 69

#### **Fare la spesa con la rete**

Canali: Le attività commerciali più diffuse sono i supermercati in Rete e la vendita di prodotti tipici, acquistati direttamente dai produttori da parte di intermediari. Il mercato della vendita on line dall'alimentare vale ... mln, (...%). La crescita è dovuta soprattutto ai leader di settore, che hanno consolidato le proprie posizioni ma il business ha risentito di un arresto e in alcuni casi di chiusure di iniziative in tutte le tipologie di mercato.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [Grafico: l'utilizzo di Internet da parte delle aziende](#)

Proposte editoriali sullo stesso argomento:



**Titolo** Il commercio elettronico nella società dell'informazione  
**Autore** Sirotti Gaudenzi  
Andrea  
**Prezzo** € 26,00  
**Anno** 2003  
**Editore** Sistemi Editoriali



**Titolo** Il formulario del consumatore Con il "Codice del consumo" (D.L.vo 6 settembre 2005, n. 206)  
**Autore** Flavio Saltarelli,  
Ilaria Zedda  
**Prezzo** € 28,00  
**Anno** 2006  
**Editore** La Tribuna



- [La classifica dei supermercati per fatturato on-line](#)

**Citati:**

Agricola Boschi, Bacardi, Basko, Bofrost, Casaleggio associati, Cassine di Pietra, Coccodì, e-Coop, Esperya, Esselunga, Ferrero, Il-vino.com, Io vorrei, Lombardini, Olio Carli, OnlineMarket, Pamacasa, Prontospesa, Riso Scotti, SpesaClick, Spesaonline, Tesco, TheBestRaffaello, Tramezzino.it, Volendo, Wineshop.  
Articolo

*Largo Consumo* 12/2005 pg 72

**Porta a porta con successo**

Canali: che sia mediante la formula one-to-one, o tramite il party plan, quasi i tre quarti della popolazione italiana hanno a che fare con questo concept, raggiungendo buoni livelli di soddisfazione.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Box: la metodologia e il campione
- [Il trend del mercato: 1999-2005 \(in milioni di euro\)](#)
- [Il trend dell'indice di soddisfazione dei clienti: 1999-2005 \(indice di riferimento=100\)](#)
- [Le caratteristiche di profilo degli acquirenti recenti: 2005 \(in %\)](#)
- [L'ultimo acquisto one to one e party \(in %\)](#)
- [La propensione al riacquisto da parte degli acquirenti \(in %\)](#)
- [Le caratteristiche dei nuclei familiari dei clienti fedelissimi \(in %\)](#)
- [Grafico: la composizione delle famiglie per cluster \(in %\)](#)

**Citati:**

Databank  
Articolo

*Largo Consumo* 12/2005 pg 124

**Le pmi pensano alla Rete**

Da un'indagine commissionata da eBay a Ipsos su un campione di pmi che svolgono commercio al dettaglio e all'ingrosso, emerge che l'e-commerce è una realtà solo nel ...% dei casi. Analizzando il panorama delle pmi in Italia, emerge che...continua...  
Notizia

*Mercato Italia Grocery* 11/2005 pg 9

**I consumi di cosmetici e toiletries per canale di vendita (in % sul totale, in valore)**

Comparti considerati: Grande distribuzione e misti, erboristerie, profumerie, farmacie, **porta a porta e vpc**, istituti di bellezza, parrucchieri donna e uomo, totale dettaglio e totale altri canali relativamente agli anni 1999-2004 e variazioni annuali.

Tabella

*Largo Consumo* 11/2005 pg 103

**Al via la legge sulle vendite dirette**

Più tutela per i consumatori e le aziende di vendita diretta. L'approvazione della legge che regola il settore e vieta le vendite piramidali, è il frutto di un lungo lavoro parlamentare iniziato nel 1992 sulla base di un progetto di legge omonimo proposto da Avedisco e sostenuto dalle Associazioni dei consumatori.

Notizia

*Largo Consumo* 10/2005 pg 82

**Il moderno nella rete**

Passate al vaglio otto insegne di vari settori, dall'alimentare al brico: ecco i risultati di una lunga navigazione tra gli scaffali virtuali alla scoperta di proposte e assortimenti.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [Il mercato dei personal computer in Italia: 2002-04 \(dati in unità- variazioni %\)](#)
- [Gli accessi a banda larga in Italia: 2002-04 \(valori in mgl di accessi- variazioni%\)](#)

**Citati nel servizio:**

Assinform, Auchan, Bricocenter, Castorama, Decathlon, Department of Health, Esselunga, Fidaty card, Fidaty Oro, Giacomelli Sport, M+M Planet Retail, MediaWorld, NetConsulting, Sma, UniEuro.

Articolo

*Largo Consumo* 10/2005 pg 160

**Avedisco investe nei corsi**

Le 34 aziende di vendita diretta associate Avedisco, investono in formazione ingenti risorse umane ed economiche: circa il ...% netto del fatturato. Nel 2004 sono state... le persone "formate". L'obiettivo del corso è quello di formare dei veri e propri consulenti privati per gli acquisti e...continua...

Immagine  
non  
disponibile

**Titolo** Commercio elettronico, documento informatico e firma digitale. La nuova disciplina  
**Autore** Rossello Carlo, Finocchiaro Giumella, Tosi Emilio  
**Prezzo** € 62,00  
**Anno** 2003  
**Editore** Giappichelli

Immagine  
non  
disponibile

**Titolo** La disciplina del commercio elettronico  
**Autore** Manna Lorena  
**Prezzo** € 28,00  
**Anno** 2005  
**Editore** CEDAM



Notizia

*Largo Consumo 10/2005 pg 175*

**Compratori on line: un profilo che si democratizza** (da LSA)

Rassegna stampa internazionale: Zapper: il consumatore francese lo è diventato definitivamente. Egli gioca con i marchi, ma anche con le insegne e i canali distributivi. E passiamo subito ai dati. Intanto il target è immenso. Il ...% delle famiglie dispone oggi di un accesso alla rete e il ...% di coloro che navigano da meno di due anni compra on-line, contro il ...% del 2003. Da registrare il potente ingresso delle donne. Ben ... milioni delle signore francesi ha fatto...continua...

Notizia

*Largo Consumo 9/2005 pg 107*

**Fra i media tradizionali si fa largo l'on-line**

Internet: la società di ricerche di mercato a livello mondiale Millward Brown Delfo ha svolto uno studio, "Euro Media Trends 2005", intervistando i key decision maker di marketing e media di diverse società, operanti in diversi settori. Dalla ricerca, che ha analizzato gli orientamenti nella scelta dei diversi media, la percezione su..., è emerso...continua...

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [I decision maker che si aspettano un aumento di budget per il 2005\(in %\)](#)

Notizia

*Largo Consumo 9/2005 pg 129*

**e/dueReady**

Soluzioni informatiche: e/dueReady è una soluzione professionale completa capace di seguire il cliente nell'evoluzione dei suoi bisogni, senza cambiare soluzione, preservando l'investimento forma ...

Notizia

*Largo Consumo 7/2005 pg 166*

**Vendite a distanza, le nuove strade della crescita (da LSA)**

Rassegna stampa internazionale: Un fenomeno decisamente in salita, quello delle vendite a distanza: il ...% delle famiglie francesi vi fa ricorso; il tasso di crescita 2004-2003 è stato del ...%, il più alto dell'arena distributiva. Merito della telematica, visto che le vendite via Internet hanno compiuto un balzo del ...% nel 2004...continua...

Notizia

*Largo Consumo 6/2005 pg 23*

**Con Migro il cash and carry è on-line**

Ingresso Levante, titolare dell'insegna Migro, ha lanciato recentemente il progetto Cedi-Cash basato su una logica operativa non comune nel panorama distributivo italiano. Il fulcro della nuova attività è rappresentato da Internet e dalle opportunità legate all'e-commerce. Cedi-Cash porta il cash and carry on-line con l'obiettivo di...continua...

Notizia

*Pianeta Distribuzione 6/2005 pg 19*

**[Le vendite a distanza e dirette in Italia](#)**

Le vendite a distanza e per corrispondenza delle aziende associate Anved nel 2003 hanno registrato un giro d'affari complessivo di ... milioni di euro (+...%). [...] Le vendite dirette delle aziende associate Avedisco nel 2004 hanno registrato vendite complessive per ... miliardi di euro (+...%), con un aumento simile a quello del 2003 (+...%)...Continua...

Notizia

*Pianeta Distribuzione 6/2005 pg 17*

**[La distribuzione moderna in Italia: le imprese di vpc e dirette: 2003](#)**

Note, vendite 2003, vendite 2002, % vendite 2003 su 2002, utile 2003, % utile 2003 su vendite, utile 2002, addetti 2003, vendite per addetto relativamente a: VENDITE PER CORRISPONDENZA: F.lli Carli (alim.), F. Giordano (alim.), Mondolibri (libri), Mondoffice (ufficio), Euronova (abb.), Kaiser Kraft (b. to b.), VENDITE DIRETTE: Bofrost Italia (surgelati), Vorwerk Folletto (elettr.), Avon Cosmetics (cosm.), Stanhome (det.-cosm.) e altri....

Tabella

*Largo Consumo 5/2005 pg 91*

**Casaelettronica centra l'obiettivo**

Il sito di e-commerce nato nel settembre dello scorso anno ha annunciato il raggiungimento del suo primo obiettivo di business: un fatturato di un milione di



euro mensili ottenuto praticando prezzi fortemente competitivi e assicurando un elevato livello di servizio. Il progetto di Casaelettronica si basa su...continua...  
Notizia

*Largo Consumo* 5/2005 pg 60

**Meno dischi e cd con la musica on-line**

Internet: L'industria discografica sembra doversi rassegnare alla prospettiva di perdere profitti. Ciò è dovuto all'arrivo di piattaforme legali on -line, da cui trasferire comodamente sul proprio pc brani musicali. Fimi, la Federazione delle case discografiche, lamenta infatti cali di...continua...  
Notizia

*Largo Consumo* 5/2005 pg 89

**Avedisco chiude un anno di crescita**

Vendite dirette: Il 2004 conferma il trend positivo registrato dalle imprese associate ad Avedisco (vendita diretta) negli ultimi tre anni. Il fatturato totale raggiunge...mln di euro, con una crescita de...% sul 2003. Al primo posto i beni durevoli per la casa con il ...% del comparto delle vendite a domicilio. Seguono...continua...

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Il fatturato delle imprese Avedisco per categoria merceologica: 2003-04 (in mgl di euro)  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2005, n° pagina 95, lunghezza 1/6 di pagina

**Lovable Virtuale**

Franchisor&Franchisee: L'insegna in franchising Lovable entra nel mondo virtuale con il nuovo sito [www.intimolo.com](http://www.intimolo.com) particolarmente facile da utilizzare per gli acquisti e adatto a un pubblico giovane.  
Notizia

*Largo Consumo* 4/2005 pg 72

**L'informatica nel diritto**

Recensioni: Un tema di grande attualità, dato l'ormai vasto impiego dell'It in ogni rapporto commerciale e di servizio. Un testo importante per orientarsi in un campo ancora poco esplorato.  
Articolo

*Largo Consumo* 4/2005 pg 77

**San Lorenzo punta sul Web**

L'azienda di Imperia, specializzata nella vendita diretta di prodotti enogastronomici, costituirà una specie di "web division".  
Notizia

*Largo Consumo* 3/2005 pg 88

**Postalmarket, lo sviluppo ricomincia dalla Rete**

vendita per corrispondenza: a pochi mesi del lancio del nuovo sito Internet, i primi risultati indicano una crescita del ...% delle vendite in valore rispetto a febbraio 2004. Il sito ha registrato una media giornaliera di...accessi. Per quanto riguarda i mercati esteri... continua...  
Notizia

*Largo Consumo* 3/2005 pg 22

**Strategie vincenti per Amazon**

Raggiunti dati da record nella scorsa stagione natalizia per il noto sito Usa di vendita on-line. La politica del massimo abbattimento dei prezzi, inaugurata con successo da Wal-Mart, ha indotto Amazon.com a trasferire le economie di costo sul consumatore, consentendo di chiudere il 2003 con un profitto di...milioni di dollari, accompagnato però...continua...  
Notizia

*Largo Consumo* 3/2005 pg 83

**Focus sulla Rete**

Internet: sono ancora poche le aziende che in Italia considerano la vendita on-line un vero modello di business. Infrastrutture carenti e difficoltà nella gestione del magazzino fra le cause principali.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Per essere competitiva la vendita on- line deve  
Articolo

*Largo Consumo* 3/2005 pg 23

**L'espansione di eBay passa dalla Cina**



Un modello di business futuribile quello della piattaforma di trading - on line eBay. Sono oltre ...milioni i clienti che accedono al sito per comperare o vendere all'asta ogni genere di prodotti. ...  
Notizia

*Largo Consumo* 3/2005 pg 111

#### **In aumento lo shopping on-line**

Secondo gli ultimi dati rilevati dal rapporto sugli acquisti on line di Visa Europe, nel secondo trimestre del 2004 l'uso delle carte Visa ha registrato un incremento del...%, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, per un totale di ...mln di euro. Il settore in maggior crescita è quello...continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2005, n°pagina 175, lunghezza 1/5 di pagina

#### **Gep/Eismann**

Operazioni di concentrazione: acquisizione da parte di Gep Funds, attraverso tre nuove società di diritto tedesco, del controllo esclusivo delle attività del gruppo Eismann, attualmente in capo al gruppo Nestlé. Il settore interessato è quello nazionale della distribuzione di alimenti surgelati. La società acquisita detiene in Italia una quota del ...a fronte del principale concorrente, Bofrost, che controlla circa il...% e di altri...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 2/2005 pg 19

#### **Vendite dirette: ricavi in crescita**

La crisi economica sembra risparmiare il settore delle vendite dirette. Secondo Avedisco, nel 3° trimestre 2004 le vendite hanno superato i ... milioni, con una crescita del ...% sullo stesso periodo dell'anno precedente. Beni durevoli, alimentare e cosmesi/accessori moda hanno trainato le vendite. Le aziende si concentrano territoriale nel...Continua...

Notizia

*Largo Consumo* 12/2004 pg 103

#### **Acquistare informati**

Ecco come si svolge l'iter che porta alla scelta di un prodotto, e che non prescinde quasi mai da un'informazione preliminare. Internet in questo è formidabile: nasce il concetto di infocommerce.

Articolo

*Largo Consumo* 12/2004 pg 163

#### **Agevolazioni on-line**

Finanza: incentivazioni in favore del commercio elettronico - articolo 103, legge n. 388/00. Obiettivo dell'intervento è il finanziamento di progetti di investimento orientati allo sviluppo per via elettronica di transazioni commerciali (tra imprese o al consumatore finale). Le spese ammissibili sono quelle sostenute per l'acquisizione di:...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 11/2004 pg 10

#### **L'altra faccia della telematica**

Concetti fondamentali come globalizzazione e sourcing sono maturati e sono stati acquisiti nel loro vero significato. E' secondo questa prospettiva che un modo diverso e di successo, di interpretare Internet si è potuto sviluppare. Sono proprio i rapporti cosiddetti busines-to business a beneficiare maggiormente dello strumento del web: ...L'obiettivo ideale di questo tipo di economia, definita "i-economy" è uno scambio B2B tra fornitori, produttori e distributori, caratterizzato da...continua...

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Box: le prime della classe
- La distribuzione dell'e-commerce B2B per filiere merceologiche in Italia (in %)

Articolo

*Largo Consumo* 11/2004 pg 117

#### **Postalmarket riparte e guarda a Est**

Prosegue il rilancio dell'azienda. E' infatti partita la postalizzazione in tutta Italia del nuovo catalogo autunno-inverno e si va consolidando il concetto di "negoziario virtuale". La nuova veste di Postalmarket sul web consente...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 10/2004 pg 122

#### **Internet influenza i comportamenti d'acquisto**



E' stata eseguita una ricerca sull'info-commerce per delineare il profilo del nuovo consumatore e i suoi comportamenti d'acquisto. L'...% dei navigatori ha dichiarato...Così, l'infocommerce coinvolge in Italia...milioni di consumatori, il...% dei naviganti e ha generato nel 2003 un volume di acquisti di...miliardi di euro. L'aspetto più interessante...continua...

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- L'infocommerce per settore (in %)

Notizia

*Largo Consumo 10/2004 pg 144*

**Internet piace agli operatori di petcare\*\***

Internet: Zoomark ha effettuato un sondaggio presso un campione rappresentativo di gestori di negozi e aziende per verificare l'uso di Internet da parte degli operatori del settore pet. Il...% dei negozianti utilizza la Rete per..., in secondo luogo per...Per quanto riguarda invece le aziende intervistate...continua...

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- L'utilizzo di Internet fra gli operatori di settore pet (in %)

Notizia

*Largo Consumo 7/2004 pg 103*

**Le clausole vessatorie negli acquisti on-line**

I consumatori sono più tutelati nei confronti del commercio elettronico, dal momento che le clausole vessatorie non possono più essere inserite nei contratti, ma dovranno essere ben visibili in un'apposita sezione del sito...continua...

Notizia

*Largo Consumo 7/2004 pg 129*

**Auchan è "Best in e-commerce innovation"**

Il gruppo Auchan ha ricevuto il riconoscimento "Best in e-commerce innovation" per la propria iniziativa di Electronic data interchange su Internet supportata da Sterling Integrator. Il premio è assegnato ai rivenditori che hanno sviluppato sistemi leader di mercato, con l'obiettivo di migliorare le attività di e-commerce.

Notizia

*Largo Consumo 6/2004 pg 105*

**Il rilancio di Postalmarket**

Il catalogo Postalmarket raddoppia. La nuova strategia avviata dal gruppo Bernardi prevede infatti l'invio di due fascicoli, uno della collezione primavera-estate 2004 e l'altro relativo alla moda mare. L'obiettivo è quello di... continua...

Notizia

*Largo Consumo 4/2004 pg 152*

**Se il marketing va in rete**

Internet: Sapere quali sono i prodotti giusti da pubblicizzare o vendere in Rete non è un'impresa facile. Occorrono molte riflessioni, molto impegno e la capacità di comprendere pregi, difetti e regole di Internet.

- Box: La tv in azienda

- Gli strumenti del marketing communication

Articolo

*Largo Consumo 4/2004 pg 109*

**Testo unificato per le vendite dirette**

Avedisco ha svolto un'attività di sensibilizzazione per stabilire, in termini legislativi, la linea di demarcazione che separa le forme di vendita diretta dalle cosiddette "vendite piramidali". L'argomento è stato oggetto di un seminario organizzato da Amway, nel corso del quale sono state esaminate le opportunità del canale commerciale in un contesto più chiaro. La legge è focalizzata...continua...

Notizia

*Largo Consumo 3/2004 pg 10*

**Quale organizzazione per l'e-commerce**

Attualmente si cominciano a delineare anche le prospettive possibili e percorribili della Rete, i suoi utilizzi, i suoi costi e il suo valore. L'e-business mantiene intatta la potenzialità della sua diffusione insieme alla sua carica innovativa e pervasiva verso i sistemi di gestione aziendale, ma si tratta di un canale e di un'opportunità. Gli orientamenti dell'e-commerce si riferiscono a...Nuove anche le politiche di vendita viste le nuove esigenze derivate dal canale-Rete...continua...

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Disegno: Gli orientamenti del commercio elettronico

- Disegno: Le dimensioni del commercio elettronico

Articolo



*Largo Consumo* 3/2004 pg 125

**Accorgimenti per acquistare on-line**

Contratti telematici. Norme e casi: si tratta di uno studio condotto dal Servizio regolazione del mercato della Camera di Commercio di Milano. Esso contiene tutte le indicazioni per effettuare acquisti on-line in sicurezza, seguendo una serie precisa di accorgimenti. Lo studio realizzato è uno strumento utile per...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 2/2004 pg 103

**Amazon si trasforma in ipermercato on-line**

Un modello di business futuribile quello della piattaforma di trading- on line eBay. Sono oltre ...milioni i clienti che accedono al sito per comperare o vendere all'asta ogni genere di prodotti. La struttura organizzativa è quella del pure-web player, basata su...A oggi, sono ...milioni i navigatori che non usufruiscono di eBay, mentre coloro che li utilizzano...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 2/2004 pg 116

**Cinque regole per la spesa in Rete**

"Contratti telematici. Norme e casi": si tratta di uno studio per analizzare e diffondere le regole per il commercio elettronico sicuro, visto il numero crescente delle transazioni che si effettuano on-line. Il volume della Camera di commercio indica cinque regole che garantiscono...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 1/2004 pg 55

**L'e-commerce avanza a passi da gigante**

Il commercio elettronico è in forte crescita: del...% rispetto al 2002 per un fatturato di...milioni di euro e un'aspettativa di ulteriore aumento del...% per il 2004, che porterebbe il fatturato...Tra le modalità di pagamento, la preferita risulta essere...Tra i settori preferiti...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 1/2004 pg 63

**Il commercio elettronico aspetta il moderno**

Canali: Da panacea per risolvere il business a corresponsabile dello sboom della new economy, a formula seria, con un preciso target: questa la parabola dell'e-commerce, che oggi attende molte grandi insegne.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

-I principali comparti dell'e-commerce: 2002 (assicurazioni, informatica, turismo...in %)

**Citati nel servizio:**

Osservatorio B2C, Politecnico di Milano, Ssb sistemi innovativi, Vanara Antonella  
Articolo

*Largo Consumo* 1/2004 pg 90

**Connessione a banda larga sotto esame**

La tecnologia a banda larga è stata oggetto di due ricerche, una di Nielsen netratings e l'altra di Fineco bank. Secondo Nielsen nel 2003 gli utenti connessi in Rete con la nuova tecnologia sono stati...mln e sono il...% di tutti i navigatori. Dallo studio di Fineco bank emerge che l'utente a banda larga dimostra una forte propensione all'e-commerce e al mondo dei viaggi...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 1/2004 pg 64

**Porta a porta in ripresa**

Vendite dirette- a domicilio, via internet o per posta, il canale offre ancora delle opportunità interessanti sia a livello di fatturato, in crescita anche se modesta, sia sul piano occupazionale.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo**

- Il fatturato delle imprese associate a vedisco per merceologie: 2001-2002 (in mg di euro e in %)

- Le quote di fatturato delle imprese a vedisco per settore merceologico: 2002 (in %)

**Citati nel servizio:**

Adiconsum, Alticor, Amway, Art'è, Ass.naz vendite per corrisp.e a distanza(Anved), Avedisco, Avon, Commissione attività produttive della Camera, Commissione parlamentare, D'Agro Luigi, Federaz. europea delle ass.vendita diretta(Fedsa), Festa Enrico, Forever living products, Herbalife Italia, Stanhome, Stardust, Ta Matete, Tucker, Vorwerk Folletto .

Articolo



**LA PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE DI IMPRESA:**

*Largo Consumo* 12/2005 pg 68

**Tiscali. Advertising with a Passion**

Advertising Services: il tuo Target. I nostril Target  
Pubblicità –“**Tabellare**”

*Largo Consumo* 12/2004 pg 102

**Cma Italia: Lucull incontra Internet**

1/1Qc- La connessione al food business- il nuovo strumento Internet della CMA: la  
connessione più veloce all'industria agro-alimentare tedesca, in cinque lingue,  
dettagliata e con un chiaro layout.  
Pubblicità –“**Tabellare**”

*Largo Consumo* 7/2004 pg 74

**Bernardi – La qualità più conveniente: una formula di successo per  
l'abbigliamento nel trade moderno**

I Profili: La società opera dal 1975 nel settore dell'abbigliamento, dove si è imposta  
grazie a una strategia basata sul rapporto qualità/prezzo, sul presidio  
produzione/distribuzione/logistica e su un assortimento costantemente aggiornato.  
Tra le novità, l'acquisizione della storica Postalmarket.  
Comunicazione d'impresa – Serie "**I Profili**"