



Percorso di lettura a cura di Largo Consumo
Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo



WWW.LARGOCONSUMO.INFO

TESSILE CASA



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-0106-005.Pdf

RIFERIMENTI:

Il sommario di tutti i Percorsi di lettura di Largo Consumo
è **scaricabile** all'indirizzo WWW.LARGOCONSUMO.INFO/PERCORSI

OSSERVATORIO D'IMPRESA:

Leggi le case history
di [COMUNICAZIONI](#)
[D'IMPRESA](#) e
[PUBBLICITÀ](#) di
Aziende e Organismi
attivi nei mercati
considerati in questo
Percorso di lettura e
selezionate da
Largo Consumo



**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 2005

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 Italia Abbigliamento-Calzature- Pelletteria

Rapporto sullo stato delle imprese

I **risultati finanziari** delle principali imprese nazionali, la **produzione** industriale e le **esportazioni**, i **consumi** interni e principali **competitor** internazionali di questo comparto.

I CONTENUTI EDITORIALI

Largo Consumo, fascicolo 01/2006, n° pagina 64



Coperture letto: andamento lento

Tessile-casa: si continua a spendere volentieri per un oggetto che esprime la personalità della consumatrice. Per le aziende italiane c'è la pesante incognita della concorrenza estera.

Box, Tabelle e grafici a corredo:

- [Le dimensioni del mercato delle coperture letto: 2003- 2004 \(in migliaia di pezzi, in migliaia di euro, in euro, in %\)](#)
- [Il possesso dei vari tipi di coperture letto](#)
- [I canali delle coperture letto \(in % e numeri indice: 2004\)](#)

Citati:

Marcam marketing research, Associazione tessile italiana, AcNielsen-Sita, Franconi Renzo, Vincenzo Zucchi, Zucchi-Bassetti, Bassetti, Daunenstep, Stolcis Maria Cristina, Zucchi , Copertificio Zambaiti, Anne Geddes, Zambaiti Gino.
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 105

Un piano di aperture per Bernardi

A Chieti presso il centro commerciale Megalò, il gruppo distributivo Bernardi ha inaugurato un nuovo store di 1.350 metri quadrati. Il negozio offre un percorso espositivo suddiviso in mondi che si susseguono lungo una traiettoria circolare: abbigliamento donna, intimo, tessile-casa con i relativi accessori, piccolo reparto di elettrodomestici e casalinghi, abbigliamento uomo e bambini. Gli altri punti di vendita previsti....continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n° pagina 84, lunghezza 1/5 di pagina

Bernardi sbarca in Russia

Il gruppo italiano ha inaugurato a Kaliningrad, in partnership con l'operatore locale Vester, il primo punto di vendita a insegna Bernardi in Russia. La struttura occupa una superficie di ... mq destinata all'abbigliamento per famiglia e al tessile casa. Bernardi e Vester intendono infatti inaugurare un secondo punto di vendita a ..., al quale seguiranno, nel 2006, i negozi di ... e ...

Notizia



Mercato Italia - Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pg.7

Le importazioni dalla Cina nel 2003

Abbigliamento: Vestiario esterno donna e uomo, maglieria esterna donna e uomo, abbigliamento junior, intimo donna, **biancheria casa**, e **tessile arredo**, calze donna, confezioni in pelle, camiceria uomo, intimo uomo, calze uomo, costumi da bagno, scialli, sciarpe e foulard, cravatte, bottoni. Calzature: con tomaia in pelle, con tomaia in sintetico, pantofole, con tomaia in gomma, con tomaia in altro materiale.

Tabella

Mercato Italia - Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 9

L'andamento dei consumi per settore: 1996-2003 (in mln di euro)

In aumento: bottoni, maglieria esterna donna, calze donna, intimo donna, camiceria uomo, scialli, sciarpe e foulard, calze uomo, intimo uomo, confezioni in pelle, cravatte, costumi da bagno, **biancheria casa**, e **tessile arredo**, abbigliamento junior.

In diminuzione: abiti da sposa, vestiario esterno donna e uomo.

Tabella

Mercato Italia - Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 13

Le calzature e i prodotti di abbigliamento: 2003. Struttura della distribuzione.

Abbigliamento: vestiario esterno donna e uomo, maglieria esterna donna e uomo, abbigliamento in pelle, camiceria uomo e donna, abbigliamento junior, intimo uomo, intimo donna, costumi da bagno, calzetteria maschile, calzetteria femminile, **biancheria casa**, scialli, sciarpe e foulard, cravatte.

Calzature: calzature in pelle, in sintetico plastica, pantofole, calzature in gomma, calzature in tessuto.

Tabella

Mercato Italia - Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 18

La produzione italiana e le esportazioni per settore: 1996-2003 (in milioni di euro)

Abbigliamento: Vestiario esterno donna e uomo, maglieria esterna donna e uomo, abbigliamento junior, intimo donna, **biancheria casa**, e **tessile arredo**, calze donna, confezioni in pelle, camiceria uomo, intimo uomo, calze uomo, costumi da bagno, scialli, sciarpe e foulard, cravatte, bottoni. Calzature: con tomaia in pelle, con tomaia in sintetico, pantofole, con tomaia in gomma, con tomaia in altro materiale.

Tabella

Mercato Italia - Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pg.8

Sistema Moda Italia (SMI): risponde il presidente Paolo Zegna

Zegna risponde a: 1)Con la liberalizzazione degli scambi internazionali l'industria italiana affronta la concorrenza cinese I prodotti a basso prezzo ha trovato un terreno fertile nella crisi della domanda.2)È stato messo in discussione il modello produttivo italiano?Il sistema pubblico e privato sta fornendo sufficienti risorse finanziarie, organizzative, manageriali ecc per sostenere il cambiamento?3)Quali possono essere le priorità delle imprese italiane per riposizionare la loro offerta? Notizia

Mercato Italia - Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pg.20

Acimit (Ass. Italiana macchinari tessili): risponde il presidente Alberto. M. Sacchi

Sacchi risponde a: L'aumento della produzione nella filiera tessile-abbigliamento in Paesi come Cina, India e Turchia sta promuovendo la domanda mondiale di impianti meccano- tessili. Che benefici ne ha tratto l'industria italiana del settore, in quali segmenti specifici e con quali tipologie di impianti?

Notizia

Mercato Italia - Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 24

Il ROI nel mercato dell'abbigliamento: 2003

I settori considerati: Cravatte, foulard e accessori, Jeans e casual, Pelletteria e valigeria, Calzature sportive/sci, Vestiario uomo, Vestiario bambino, Vestiario in pelle, Corsetteria e costumi da bagno, Vestiario donna, Calzature, Calze, Abbigliamento sportivo, **Biancheria casa**, Camice, Maglieria esterna, Maglieria intima e notte.

Tabella

Mercato Italia - Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 24



La durata media del magazzino nell'abbigliamento: 2003 (in giorni)

I settori considerati: Calzature, Maglieria esterna, Pelletteria e valigeria, Vestiario in pelle, Cravatte, foulard e accessori, Calzature sportive/sci, Corsetteria e costumi da bagno, Camice, Calze, Vestiario donna, Vestiario uomo, Jeans e casual, Abbigliamento sportivo, Vestiario bambino, **Biancheria casa**, Maglieria intima e notte.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 25

La durata media dei crediti clienti nell'abbigliamento: 2003 (in giorni)

I settori considerati: Calzature sportive/sci, Calzature, Cravatte, foulard e accessori, Pelletteria e valigeria, Vestiario donna, Maglieria esterna, Corsetteria e costumi da bagno, Camice, Vestiario in pelle, Calze, Vestiario uomo, Jeans e casual, Abbigliamento sportivo, Vestiario bambino, **Biancheria casa**, Maglieria intima e notte.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 25

La durata media dei debiti fornitori nell'abbigliamento: 2003 (in giorni)

I settori considerati: Calzature sportive/sci, Vestiario in pelle, Cravatte, foulard e accessori, Calzature, Pelletteria e valigeria, Vestiario uomo, Jeans e casual, Calze, Corsetteria e costumi da bagno, Abbigliamento sportivo, Vestiario donna, Camice, **Biancheria casa**, Maglieria intima e notte, Maglieria esterna, Vestiario bambino.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 49

Biancheria casa: I risultati delle principali imprese in Italia: 2002-2003

Fatturato, Valore aggiunto, Utili/Perdite, N. Dipendenti relativamente a: Vincenzo Zucchi, Frette, Gabel - Industria Tessile, Bassetti, Caleffi, Fiorete Group, T. e J. Vestor, Rotaltès, Vallesusa Casa, Proget, Cogal, Onda Blu Textile, Mastro Raphael, Centex, F.lli Martinelli, Tesseci, Trapuntatura Padovana, Banchi Maison, Pimmy, Pretti, Anversa, New C. Italia Confortflex, Confortsacco, Valtex, Cinelli Piume e Piumini, Arnaldo Caprai Gruppo Tessile, Dea, Tessuti A Pelo F.G., Style House International, Tag, Cecchi e Cecchi Tessiture, Lombarda Trapunte.

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 32, lunghezza 1 pagina

Un format innovativo. Intervista a Claudio Poggio, amministratore unico di Co.Import



Distribuzione specializzata: Quali sono le caratteristiche della domanda e della struttura distributiva più significative nel settore degli articoli per la casa e quali tendenze prevedete a medio termine? Può descrivere sinteticamente le caratteristiche peculiari del vostro format distributivo e i principali elementi di innovazione?

Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 82, lunghezza 2 Pagine

Le imprese della grande distribuzione non alimentare in Europa Occidentale: 2003 (Italia esclusa)

I gruppi attivi in Europa Occidentale per Paese di attività, vendite e profitti e variaz. % sull'anno, n addetti e variaz. % sull'anno, vendite per addetto.

Tabella

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 25, lunghezza 2 pagine

Rank della distribuzione moderna non alimentare in Italia: le imprese rilevate nel 2003. Indici 2002 e 2003

Vendite, risultato di esercizio, n pdv, superficie tot, n. addetti, vendite per mq e nq per pdv relativi a Grandi magazzini a prezzo unico, Abbigliamento, Sport, Calzature, Profumeria e Farmacia, Arredamento casa, Bricolage, Elettrodomestici, Computer, Ottica, Giocattoli, Musica, Libri, Home Video.

Tabella

Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n° pagina 89

Ka International amplia l'offerta

Franchisor & Franchisee: la catena spagnola di tessuti e complementi d'arredo Ka che gestisce 480 negozi in tutto il mondo allarga l'offerta con tessuti per tende da esterno, mobili imbottiti e stoffe leggere come sete e



organze. Ka ha recentemente aperto in Italia due punti di vendita di Brescia e Latina. Una particolare attenzione è stata rivolta a ...continua...
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2005, n° pagina 167, lunghezza 3 Pagine

Tessile casa senza strappi

Rating: Caleffi, Gabel, Zambaiti e Zucchi: le 4 aziende leader analizzate, sono riuscite ad ottenere risultati discreti. Solidità e stabilità sono confermate da buone valutazioni.

Box, Tabelle e grafici a corredo:

- [La sintesi dei risultati](#)
- [Indici di bilancio](#)

Citati:

AcNielsen, Bassetti, Caleffi, Cotonificio Honegger, Descamps, Gabel, Ifi, Jalla, Sita, Zambaiti, Zucchi
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 1/2005, n° pagina 63

Affari sotto i piedi

Tessile casa: Il tappeto sostiene le vendite di un comparto molto frastagliato per tipologie e problematiche. La funzionalità coniugata all'estetica è però un driver comune.

Box, Tabelle e grafici a corredo:

- [Il consumo italiano di tappeti e simili: 2003 \(in .000\)](#)
- [Il mercato per segmenti: 2003 \(in %\)](#)

Citati:

AcNielsen, AcNielsen Sita, Bonelli Alberto, Covella, Covella Manuela, Dipankar Gupta, Emmevi-Mv, Fantoni Andrea, Fontana Oriello, Ikea, Ikea Italia, Kpmg, Manifattura dell'Acqua, Mattioli, Mattioli Romano, O&N, Radici, Savelli Fabio

Errata Corrige:

Le informazioni relative a Miro Radici Group contenute nell'articolo contengono errori. Rettifica su: - Testata: Largo Consumo - Anno: 2005 - Numero: 4 pg.57
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 11/2004, n° pagina 124

Indagine sulle coperture da letto

Mediamente in Italia si acquistano coperture da letto ogni due anni. I negozi di biancheria per la casa sono ancora il canale più frequentato, anche se è sempre più in crescita la grande distribuzione; restano marginali e in contrazione invece le vendite al mercato e quelle a domicilio.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 11/2004, n° pagina 124

Gli oggetti per la casa fra i più acquistati

Astra ha condotto su un campione di 1000 famiglie, un'indagine attraverso un diario della spesa sul quale annotare ogni giorno i piccoli e grandi acquisti. Fra settembre e febbraio il ...% delle famiglie ha fatto almeno un acquisto di tessuti per la casa, il...% di stoviglieria e pentolame e...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2004, n° pagina 121

Trapunte e copriletti battono i piumini

La ricerca: "Racconti sopra le lenzuola", promossa da Gruppo biancheria casa di Ati, in collaborazione con la società di ricerche Marcam, ha indicato le tendenze italiane sulle coperture per il letto. Qualità, calore, sofficià, comfort, praticità, vestibilità e arredo sono i fattori che incidono sull'acquisto e utilizzo delle coperture. Il ...% dichiara di...continua...

Notizia



Largo Consumo, fascicolo 10/2004, n° pagina 55



Nuvole sulla biancheria

Tessile casa: a una domanda principalmente di sostituzione, le aziende rispondono con prezzi contenuti innanzitutto. Crescono le catene in franchising e i punti di vendita diretti, ma il mercato ristagna.

Box, Tabelle e grafici a corredo:

- I fattori di successo della biancheria per la casa: 2004 (indice 0-100)
 - La conoscenza spontanea e sollecitata della biancheria per la casa: 2004 (in %)
 - Box: la metodologia e il campione
 - I canali distributivi della biancheria per la casa: 2004 (in % sul volume)
- Articolo

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 60

[Gimi: qualità, creatività, efficienza e innovazione per confermarsi leader in Italia e nel mondo](#)

Gimi è leader internazionale nel mercato degli stendibiancheria e in altri comparti legati alla casa. Gianni Miola, direttore commerciale Italia, ci illustra i motivi del successo dell'azienda e le sue prospettive di sviluppo.

Comunicazione di impresa – Serie "[Le Interviste](#)"

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 77

[Macef - Dal 20 al 23 gennaio 2006 la nuova Fiera Milano ospiterà un Macef completamente nuovo](#)

Marisa Corso, direttore di Macef, ci illustra le grandi novità che caratterizzeranno la prossima edizione della manifestazione, in programma dal 20 al 23 gennaio 2006 presso il nuovo Polo fieristico di Rho.

Comunicazione di impresa – Serie "[Le Interviste](#)"

Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n° pagina 153, lunghezza 1/6 di pagina

[La Collezione Letto Coop](#)

Finalista dell'Oscar dell'Imballaggio 2005: La nuova Collezione Letto di Coop, ha sostituito la consueta busta di plastica che contiene le lenzuola, con un astuccio a base cellulosica. La componente cellulosica è riciclata e proviene da cartoni per bevande; è strutturata come un cartoncino micro-onda, dove le copertine sono in Cartalatte (da contenitori poliaccoppiati di latte fresco), mentre l'onda è in Cartafrutta (da contenitori a lunga conservazione), di Tetra Pak.

Comunicazione di impresa – Serie "[Gli Speciali Tematici](#)"

Largo Consumo, fascicolo 1/2005, n° pagina 65

[O&N: design e funzionalità per gli oggetti di uso quotidiano](#)

Focus: nata nel luglio 2002 dalla fusione di Rosi spa, leader nella distribuzione moderna, e Sicotex srl, leader nel canale tradizionale, O&N propone oggetti di uso quotidiano puntando su design, funzionalità e servizio.

Comunicazione di impresa – Serie "[I Focus](#)"

Largo Consumo, fascicolo 11/2004, n° pagina 140

[Fiera di Milano: Macef gennaio 2005, appuntamento con l'innovazione](#)

Le Interviste: E' in programma dal 21 al 24 gennaio 2005 la prossima edizione di Macef, sempre all'insegna dell'innovazione. Ne parliamo con Marisa Corso, exhibition director di Macef.

Comunicazione di impresa – Serie "[Le Interviste](#)"

Largo Consumo, fascicolo 7/2004, n° pagina 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](#)"

PUBBLICITÀ TABELLARE:



Largo Consumo, fascicolo 3/2005, n° pagina 166

Cotonificio Zambaiti – dalla materia prima al prodotto finito

Un'azienda integrata verticalmente, che opera nel settore tessile biancheria per la casa in cotone: una gamma di colori completa, in grado di soddisfare tutte le esigenze.

Pubblicità - "[Tabellare](#)"

Largo Consumo, fascicolo 1/2005, n° pagina 62

Mattioli - Prati di Casa

Non vi serviranno grandi poteri per vederci ovunque. Dopo gli exploit degli ultimi due anni, i tappetini originali Prati di Casa stanno per tornare sulle pagine delle riviste italiane più lette e diffuse.

Pubblicità - "[Tabellare](#)"

Largo Consumo, fascicolo 1/2005, n° pagina 64

O&N

Il partner ideale...ad ogni passo. Azienda leader nella produzione di tappetini, zerbini, salvalavello, antiscivolo, tende ciniglia....

Pubblicità - "[Tabellare](#)"

Largo Consumo, fascicolo 1/2005, n° pagina 66

Casa Service - Siamo presenti al Macef Primavera 2005

Casa Service srl opera nella distribuzione moderna ricercando prodotti di qualità da tutto il mondo personalizzandoli secondo le tendenze della moda-casa del momento.

Pubblicità - "[Tabellare](#)"