

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



Documento in **versione interattiva:**
www.largoconsumo.info/012007/PL-0107-019.pdf

GIORNALI QUOTIDIANI E PERIODICI



Costi del Percorso di lettura:

€ 105,00 (comprensivo iva) - non abbonati
 € 105,00 (comprensivo iva) - abbonati

[Clicca qui per i costi dei singoli titoli](#)

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo e supplementi

Rif: PL-0107-019

Aggiornamenti:

Verifica la disponibilità di un'[edizione più aggiornata](#) di questo Percorso di lettura.

Se non sai cosa sia un Percorso di lettura, trovi una spiegazione alla pagina www.largoconsumo.info/percorsi

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.

Osservatorio D'Impresa

Leggi le [case history](#) di comunicazioni d'impresa di Aziende e organismi attivi nei mercati considerati in questo

Percorso di lettura
selezionati da
 Largo Consumo

I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 1/2007, n°pagina 75, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Gli investimenti premiano la carta stampata

Un fatturato pubblicitario che ha guadagnato nel complesso il ..%, frutto delle buone performance dei quotidiani, delle testate gratuite e dei periodici. Si possono sintetizzare così i risultati della rilevazione sulla stampa condotta dall'Osservatorio Fcp-Fieg sui primi nove mesi dell'anno rispetto allo stesso periodo del 2005.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **Gli investimenti pubblicitari sulla stampa: gennaio-settembre 2005-2006**

Allegati:

Citati: Fcp-Fieg

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n°pagina 111, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Numeri in prima pagina

La stampa italiana: Lo studio sulla carta stampata italiana realizzato da Fieg traccia un bilancio di questo settore dell'editoria negli anni 2002-2005, sia per l'industria dei quotidiani, sia per quella dei periodici. Nell'ultimo triennio, nonostante la permanenza nel Paese di una congiuntura economica non favorevole, c'è stata una lieve crescita dei livelli di vendita, a fronte di una flessione delle tirature che da poco più di ...milioni di copie sono scese a ...milioni.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **L'evoluzione di tirature e vendite dei giornali quotidiani: 2000-2005 (medie giornaliere)**
- La quota degli abbonamenti sul totale delle vendite nei principali paesi: 2004 (in %)
- Le vendite dei periodici: 2002-2004

Allegati:

Citati: Ads (Accertamenti diffusione stampa), Asig Service, Audipress, Cairo Communication, Caltagirone Editore, De Agostini Editore, Edizioni Condè Nast, Fieg, Hachette Rusconi, Il Sole 24Ore, Mediobanca, Nielsen media research, Periodici San Paolo, Società Europea Edizioni, TradeLab, Wan (World association of newspaper)

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n°pagina 117, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Euposia, la rivista del vino esce anche in inglese

Dopo la diffusione sul territorio nazionale, nonché in Canton Ticino e Costa Azzurra in alcuni periodi dell'anno, Euposia-La rivista del vino ha deciso di lanciare un'edizione in lingua inglese, per rappresentare a un pubblico più ampio il livello delle produzioni, i volti, le passioni, le competenze e le aspirazioni dei produttori vinicoli italiani.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Euposia-La rivista del vino, Vinitaly China, Vinitaly Japan

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n°pagina 118, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Nel marketing la rete non delude

Usa: incremento del ..% sullo stesso periodo dell'anno precedente per il mercato pubblicitario Usa nei primi sei mesi del 2006. Il dato proviene da Nielsen Monitor-Plus secondo cui le migliori performance sono state realizzate da Internet, dai canali televisivi in lingua spagnola e dai periodici locali; meno dinamici invece radio, quotidiani locali, periodici b2b, tv via cavo nazionali e coupon.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **La top degli spender negli Stati Uniti: gennaio-giugno 2006 (in mil. di dollari e var. %)**

Allegati:

Citati: Altria Group, AT&T, Campionati mondiali di calcio, Daimler Chrysler, Ford Motor, General Motors, King Jeff, Nielsen Monitor Plus, Procter&Gamble, Time Warner, Toyota Motor, Verizon Communications

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Editoria libraria -
Codice PL-0207-020
Edizione: 2/2007
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
www.largoconsumo.info/022007/PL-0207-020.pdf



Titolo: Tempo libero e intrattenimento - PL-1106-010
Edizione: 11/2006
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
www.largoconsumo.info/112006/PL-1106-010.pdf



Titolo: Pubblicità on line - PL-0906-012
Edizione: 9/2006
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
www.largoconsumo.info/092006/PL-0906-012.pdf

Largo Consumo, fascicolo 11/2006, n°pagina 121, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Iper lancia un trimestrale

È partito il nuovo progetto di comunicazione di Iper, l'insegna di ipermercati di proprietà Finiper, che si concretizza con il lancio di una nuova rivista, "Il luogo ideale", trimestrale dedicata a tutti gli amanti dei sapori e della cultura italiani: le eccellenze, insomma, da sempre al centro dell'offerta dell'insegna.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Finiper, Iper, Koinè, Milano AD, Olio "Terre d' Italia"

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n°pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina, pubblicato on-line

Tipologia: Breve

Direct Soir: il primo free press del pomeriggio

Francia: Vincent Bollaré, invece di acquisire una testata ne ha fondata una nuova. Direct Soir, infatti, è il primo quotidiano gratuito del pomeriggio, diffuso dal lunedì al venerdì, formato tabloid a colori di .. pagine, con una tiratura di .. copie. Il budget iniziale è di .. milioni di euro.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: 20 minutes, Bolloré Vincént, Dassault, Direct Soir, Lagardère Arnaud, Le Figaro, Le Monde, Libération, Metro, Rothschild

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n°pagina 139, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Da Trader a Schibsted

Lo scorso giugno, Trader classified media, azienda leader negli annunci economici classificati, ha venduto le operazioni dell'Europa occidentale e dell'America Latina a Schibsted Asa, società scandinava leader nel settore dei media. In Italia l'operazione riguarda l'Editoriale Secondamano, attivo con .. pubblicazioni con .. milioni di copie vendute, .. siti web con .. mil. di utenti unici al mese, per un fatturato totale di .. mil. di euro, ottenuto nel 2005 da Italia e Svizzera italiana.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Editoriale Secondamano, McCall MacBain John H., Schibsted Asa, Trade classified media

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n°pagina 139, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Crescono i lettori di quotidiani e periodici

Dalla rilevazione Audipress dello scorso maggio appare una notevole crescita del numero di lettori di quotidiani: .. in più rispetto al 2004; .. milioni in più rispetto al 2001. Il dato non si riferisce al numero di copie acquistate o diffuse, ma di italiani che dichiarano di leggere quotidiani e periodici ogni giorno.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Audipress, Biancheri Boris, Fieg

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n°pagina 141, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Con il cittadino Sesaab fa tris

Sesaab, già proprietaria de L'Eco di Bergamo e de La Provincia di Como, ha acquistato per circa .. milioni di euro Il Cittadino di Monza (bisettimanale, in edicola il giovedì e il sabato di proprietà di Tipografica sociale) che, entro il 2007, sarà trasformato in quotidiano.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Cittadino di Monza, Fieg, L'Eco di Bergamo, La Provincia di Como, Sesaab, Tipografia Sociale



Titolo: Filiera del recupero:
Carta e Cartone - Codice PL-0107-015

Edizione: 1/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info
[/012007/PL-0107-015.pdf](#)

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n°pagina 179, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Informazione per i servizi finanziari

Il settimanale di finanza e trading il Valore e FondiOnline (www.fondionline.it) hanno siglato un accordo strategico che mette a disposizione dei lettori e dei risparmiatori tre pagine settimanali sul risparmio gestito compilate dagli esperti della società di analisi finanziarie, un'iniziativa che ne amplia l'offerta di servizi anche tramite la carta stampata.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: FondiOnLine, Il Valore

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n°pagina 111, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Giornali specializzati nelle scuole

Regione Lombardia e Anes, Associazione nazionale editoria periodica e specializzata che rappresenta l'...% del mercato (... testate), hanno firmato un accordo per agevolare la diffusione della stampa specializzata nelle scuole.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Anes (Associazione nazionale editoria specializzata), Regione Lombardia

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n°pagina 102, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Complicazioni in prima pagina

Il quotidiano offre numerosi vantaggi rispetto ad altri media: basti pensare alla distribuzione di prodotti collaterali come i libri (... milioni di volumi venduti insieme ai quotidiani nel 2003, ... milioni nel 2004) o al boom della cosiddetta free press che svolge un duplice ruolo sociale, in quanto avvicina i giornali a chi non ha l'abitudine di leggere e stimola la curiosità soprattutto dei giovani. La carta stampata rappresenta circa il ...% della spesa pubblicitaria globale.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- La distribuzione degli inserti pubblicitari negli Stati Uniti: 1982-2003 (in mld di copie)
- **La spesa pubblicitaria negli Usa: 2004 (in mld di dollari)**

Allegati:

Citati: Act (Association of Commercial Television in Europe), Austin Mark, Azzurra Caltagirone, Biggam Ross, Calkins Media, Confindustria, Cordero di Montezemolo Luca, Fiat, Fieg (Federazione italiana editori giornali), Initiative futures worldwide, Mediaedge:cia, Newspaper association of America, Nordjskye Medier, PubliGroupe, Sue Moseley, Szal Liza, Tampa Tribune, The Globe and Mail, Universal McCann, Wan (World association of newspapers), World newspaper advertising conference & Expo, Wuttke Moritz

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n°pagina 124, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

La nuova identità dei mezzi

Il web: la più importante rivoluzione mediatica del recente passato. Nel 2005 almeno un computer presente nel ...% delle case degli italiani, ma lo usano effettivamente solo il ...%! Il...% dei giovani naviga su Internet. La Rete diventa un negozio virtuale per il ...% dei navigatori. Il cellulare per il ...% rappresenta un elemento di tranquillità. Passaggio dagli stadi alla pay tv satellitare. Il ...% dei lettori di quotidiani dichiara di leggere giornali gratuiti....

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Censis-Ucsi, Mediaset, Mondadori, Ordine dei giornalisti, Rai, Telecom Italia

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n°pagina 132, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Advertising di provincia

La pubblicità locale in Italia: il ...% degli italiani adulti vive in centri con meno di ... mila abitanti. Le campagne su media locali sarebbero anche interessanti per raggiungere target segmentati e specifici, ma i problemi sono molti! Le concessionari si dimostrano spesso inadeguate a coordinare le reti di vendita locali e nazionali. Concorrenza dei media nazionali che vedono nella tv il canale privilegiato capace di offrire vastissime coperture delegittimando in parte i mezzi locali.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Gli elementi a favore della pubblicità locale
- La pubblicità locale in due mosse

Allegati:

Citati: Astra, Settimanale L'Esagono

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n°pagina 135, lunghezza 0,5 di di pagina

Tipologia: Breve

Iou, la free press per gli studenti

È partita a Bologna alla fine di febbraio scorso, ma punta a una distribuzione nelle principali città italiane. Si tratta di Iou nato dalla partnership tra Editoriale Secondamano, e Studenti Mediagroup.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Editoriale Secondamano, Iou, Studenti Mediagroup

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n°pagina 137, lunghezza 0,6 di di pagina

Tipologia: Breve

Pubblicità di moda

Calo degli investimenti pubblicitari sulla stampa italiana da parte del settore moda. Pambianco strategia d'impresa ha analizzato ... brand di moda e ... testate (... quotidiani, ... settimanali, ... mensili).

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Pambianco strategia d'impresa

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n°pagina 139, lunghezza 0,6 di di pagina

Tipologia: Breve

Crescono gli utili dei quotidiani

Fieg ha presentato lo studio svolto da Deloitte & Touche sul mercato della stampa in Italia. Ad aumentare è anche la lettura delle testate quotidiane. A dirlo sono i dati Audipress, Infine, in calo sono gli introiti pubblicitari, che perdono su quelli totali.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Audipress, Deloitte&Touche, Fieg

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n°pagina 166, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Utet / De Agostini / Rcs Periodici

Operazioni di concentrazione: Le operazioni costituiscono due concentrazioni distinte, mediante la quale DeA, attraverso Utet, acquisterà il ramo d'azienda di Darp, costituito dalle testate editoriali del polo nautico e culturale. Rcs acquisterà il controllo esclusivo di Darp stessa. I mercati interessati sono quelli nazionali dell'editoria periodica con frequenza mensile o superiore al mese e della vendita di spazi pubblicitari destinati ai periodici. L'Autorità delibera....

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Darp, DeA (De Agostini), Rcs, Utet

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n°pagina 108, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Il business a luci rosse

Il giro d'affari ha fatturato in media ... milioni di euro l'anno.(2002-2004) Una cifra notevole, soprattutto se si considera la percentuale di incremento (+...% tra 1987 e 1991). La lotta più accesa è tra pay tv e videocassette/dvd. Il mercato del sesso su Internet è in forte calo (dai ... milioni del 2003 si passa ai ... del 2004) a causa delle truffe dei diale. Più floridi che mai i canali tradizionali delle riviste, favorite dall'apporto di annunci scambisti e cataloghi di prostitute,

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **Il volume d'affari dell'industria del porno: 2002-2004 (in mln di euro)**

Allegati:

Citati: Eurispes, Fara Gian Maria, Pontificio consiglio per le Comunicazioni sociali

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 11, lunghezza 1/2 pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La spesa nell'intrattenimento per segmento: 2000-2009 (in milioni di dollari)

La spesa globale in attività di intrattenimento e tempo libero relativamente i segmenti: Televisione, Musica, Radio, Internet, Videogiochi, Periodici, Quotidiani, Libri, Parchi divertimento, Casinò e Sport.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 136, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Articolo

Free press all'arrembaggio

Il fenomeno della free press è presente con 3 quotidiani City, Leggo e Metro, alleati per entrare in Audipress. La stampa gratuita si sta evolvendo anche nel campo dei periodici: vedi il mensile "Rifletto". Crescono i lettori e la raccolta pubblicitaria. Gli inserzionisti sono interessati in quanto la free press vanta una maggioranza di lettori liberi professionisti di stato sociale ed economico medio-alto. I canali di distribuzione sono il circuito Grandi Stazioni e fermate dei mezzi pubblici.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **I quotidiani gratuiti in Italia: 2004**

Allegati:

Citati: Asahi Shibun, Audipress, Biondi Flavio, Caltagirone Editore, Centro Epson Meteo, City, Cucolo Gabriele, Edizioni Metro, Eurisko, Gem Servizi, Giuliani Mario, Grandi Stazioni, Koeb Alexander, Leggo, Lucchi Remo, Metro International, Oblò, Rcs MediaGroup, Rcs Pubblicità, Slogan, Washington Examiner, Yomiuri Shimbun

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 143, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Migliorano gli investimenti pubblicitari

Gli investimenti pubblicitari di gennaio- ottobre 2005 hanno superato i ... milioni di euro, con una crescita del ...% La tv ha chiuso ottobre a +...% e il cumulato a +...%. Il totale stampa ha segnato sul mese un +...% e sul progressivo da inizio anno un +...%. La raccolta complessiva dei quotidiani è cresciuta del ...% superando i Milioni. Commerciale nazionale a...+%; la locale a +...%. La radio a...%, le affissioni calo del%, cinema ...%, Internet +...%.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **Le variazioni degli investimenti pubblicitari di alcuni settori: 2004-2005 (in %)**

Allegati:

Citati: Ferrero, Nielsen Media Research, Procter&Gamble, Tim, Unilever

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n°pagina 107, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Settegiorni Tv alle casse del super

Settegiorni Tv è il primo settimanale di attualità e di informazione televisiva gratuito in distribuzione presso le casse, negli oltre ... punti di vendita dell'insegna DiperDì Le sue copie e i suoi oltre ... milioni di lettori lo rendono uno dei settimanali più diffusi in Italia, presente in ... regioni e in tutte le principali città italiane.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Media system, Seri, Seri system, Settegiorni Tv

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n°pagina 28, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Articolo

Aspettando il Big Bang

Una ricerca sul futuro della pubblicità mostra prospettive fosche i 30" e le telepromozioni della vecchia televisione. Il cambiamento è dovuto alla massiccia introduzione del digitale nel rapporto tra azienda e consumatore. I 5 macrotrend del cambiamento: la moltiplicazione dei veicoli di trasferimento dei messaggi, una crescente convergenza fra i mezzi, una maggiore creatività nell'interrelazione fra i media, un maggiore coinvolgimento esperienziale e una crescita progressiva dell'out of home.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: Anche il below the line ristagna
- **Gli investimenti pubblicitari per mezzo: 2004-2005 (in milioni di euro al netto di sconti e omaggi)**

Allegati:

Citati: Archi Giacomo, AssoComunicazione, Benatti Marco, Duranti Paolo, Finzi Enrico, Henkel, Malgara Giulio, Montangero, Nielsen media research, Philips, Tonfi Sergio, Upa, Wpp

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n°pagina 114, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Il successo di Enjoy sull'onda del fitness

Seguendo la linea editoriale basata sul lifestyle e il tempo libero, Enjoy, il magazine distribuito nei migliori fitness club, per il suo terzo compleanno si è regalato tre nuove rubriche.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Enjoy, Zanetti Andrea

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n°pagina 140, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Fashion Work Business: uno strumento utile e nuovo

Il periodico trimestrale Fashion Work Business ha completamente rinnovato il formato e la grafica, ma i contenuti sono rimasti interamente dedicati agli operatori del tessile, dell'abbigliamento e della moda.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Fashion Work Business

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n°pagina 111, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Rivista Luxury

Pubblicità ingannevole: Un consumatore inserzionista ha segnalato la presunta ingannevolezza del messaggio diffuso sul periodico bimestrale Luxury, fascicolo n. 3-2004 relativamente alle affermazioni riguardanti l'asserito numero di copie circolanti in vari Paesi del mondo: circa "110.000 copie distribuite in 40 Paesi...": il numero di copie distribuite nell'ambito dei Paesi stranieri dove il periodico sarebbe diffuso non corrisponderebbe al vero. L'Autorità delibera che...continua...

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Associazione dei concierges "Les clefs d'Or"

Largo Consumo, fascicolo 7/2005, n°pagina 115, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Un progetto editoriale per le buone notizie

Si chiama BuoneNotizie.it il giornale delle buone notizie che si occupa, in modo apartitico, di temi importanti per la società: salute, cultura, lavoro, responsabilità sociale d'impresa e molto altro ancora. Tra gli argomenti trattati, molta attenzione è dedicata alla tutela dell'ambiente. Il giornale infatti è stampato sulla carta riciclata Cartalatte, ottenuta dal riciclo delle fibre di cellulosa dei contenitori del latte fresco fornita da Tetra Pak.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: BuoneNotizie.it, Tetra Pak

Largo Consumo, fascicolo 7/2005, n°pagina 115, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

E-Biz Journal, il magazine via e-mail

Dall'incontro e dalla sinergia professionale tra consulenti free lance operanti in Gran Bretagna, negli Usa e in Italia, è nato E-Biz Journal, un magazine distribuito esclusivamente via e-mail. I contenuti dell'E-Biz Journal sono dedicati alle tematiche del marketing e della comunicazione, oltre che all'utilizzo delle nuove tecnologie telematiche per il business.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: E-Biz Journal, Mancinelli Marco , Phil J. Garrick

Largo Consumo, fascicolo 7/2005, n°pagina 117, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Il mensile free press per chi ama la lettura

Leggere Tutti è la prima rivista free press italiana dedicata al piacere della lettura, alle novità editoriali e a tutto ciò che riconduce al mondo dell'editoria. Con periodicità mensile, la testata – edita da Agra – focalizzerà la propria attenzione su tutti i generi di libri: dalla saggistica ai romanzi, dall'economia al marketing, dai libri per ragazzi a quelli di storia, geografia e arte, dai libri per viaggiare a quelli per sognare come i libri di poesia. Continua...(PL-0705-029)

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Agra , Leggere Tutti, Marchetti Giuseppe

Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n°pagina 106, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Nasce il bimestrale delle buone notizie

BuoneNotizie.it – L'altra attualità, un vero e proprio periodico bimestrale distribuito in tutta Italia anche negli ospedali e nelle scuole e attraverso il "book crossing". L'Italia e il mondo vedono ogni giorno anche eventi positivi che meritano di essere raccontati. Il giornale è stampato sulla Cartalatte prodotta da Tetra Pak dal riciclo delle fibre di cellulosa dei contenitori del latte fresco.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Associazione buone notizie, Malvolti Silvio, Tetra Pack Italiana

Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n°pagina 108, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

La moda investe di più sulla carta stampata

Nel 2004 gli investimenti pubblicitari della moda sulla carta stampata sono cresciuti del ...% rispetto al 2003». Ad affermarlo è Carlo Pambianco, presidente della società di consulenza Pambianco strategie di impresa. l'anno scorso sarebbero stati investiti sulla stampa milioni di euro.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Le prime dieci imprese della moda per valore degli investimenti pubblicitari: 2004 (mln euro e %)

Allegati:

Citati: Pambianco Carlo, Pambianco strategie di impresa

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n°pagina 114, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Quotidiani in rassegna

Mezzi: Nel 2002 l'euro ha permesso un incremento del prezzo di copertina pari al ... %, ma da allora il livello di diffusione è rimasto inferiore del ...% a quello di 2001 e non si è più ripreso. Nel 2004 la tiratura media è stata inferiore ai ... milioni di copie giornaliere. In sintesi: Aumenta il numero di lettori abituali, ma si riducono gli incassi, dato il calo pubblicitario e nonostante l'incremento del prezzo di copertina. Ancora troppo basso il numero di abbonamenti.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **Gli indici di diffusione dei quotidiani nel mondo: 2003 (n. copie per 1.000 abitanti)**
- **L'andamento della diffusione dei quotidiani: 1999-2004 (n. copie)**

Allegati:

Citati: Audipress, Fcp, Fieg, Fondo nazionale di previdenza per i lavoratori dei giornali quotidiani "Fiorenzo Casella", Istat, Nielsen media research, World association of newspapers

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n°pagina 116, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Un quotidiano on-line per gli "enonauti"

Vino: E' on line Focuswine, il nuovo quotidiano web nato su iniziativa del Corriere Vinicolo per essere uno strumento di informazione e aggiornamento, agile e di facile consultazione, per tutto il comparto vitivinicolo. Focuswine è diviso in una serie di sezioni ben evidenziate graficamente... continua...

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n°pagina 121, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Free press all'insegna dell'incremento

A poco più di quattro anni dalla loro introduzione in Italia, i tre quotidiani gratuiti Leggo, City e Metro continuano a consolidarsi sul territorio nazionale

Tabelle, grafici e box a corredo:

- I top 3 della classifica dei free press paper: 2004 (in unità e in %)

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n°pagina 47, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Articolo

Edicola da collezione

Editoria: la rivendita di giornali e periodici si è evoluta nel senso di un'offerta multispecializzata. Anche grazie a dispense, collezioni, prodotti multimediali che articolano l'odierna proposta editoriale.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **Il mercato dei fascicoli collezionabili (fatturato, crescita media, n. lanci medi:2004)**
- **Le quote indicative del mercato dei collezionabili (stime in %)**

Allegati:

Citati: Canavese Filippo, De Agostini, Del Prado, F.lli Fabbri, Fabbri, Hachette, Hobby & Work, Leoni Giovanni, Maurizio Giuseppe, Perruzzo, Rcs

Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n°pagina 101, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Una rivista informa sui prodotti ittici

Con la rivista EuroFishmarket, diretta da Valentina Tepedino, Aquatilia si propone di fare da ponte tra il mondo scientifico, le istituzioni pubbliche, le imprese del settore e i consumatori.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 3/2005, n°pagina 106, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Articolo

La rivista si compra al super

Vissuto dei prodotti: se per i quotidiani ci si rivolge ancora soprattutto all'edicola, per i settimanali e mensili il trade moderno riceve sempre più consensi. Restano determinanti la gestione e il controllo del reparto

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **La ripartizione degli acquisti di giornali e riviste per il canale (in %)**
- **Le motivazioni degli acquisti di impulso di giornali e riviste presso la Gdo (in %)**

Allegati:

Citati: Cantù Giovanni, Faid Federdistribuzione, Federazione Italiana editori di giornali (Fieg), Il Corriere della Sera, La gazzetta dello Sport, Mach2, Mach2 libri, Mondadori, Pellegrini Luca, Rcs, Rodenghi Renato, Tommasini Rita, TradeLab, Università Bocconi di Milano, Università Iulm di Milano, Viganò Massimo

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n°pagina 174, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Anes - Verba Volant. Scripta manent.

Oggi, nel dilagare dell'informazione, la stampa specializzata costituisce l'indispensabile giunzione fra imprenditori, utilizzatori, Enti, Istituzioni e Scuole. L'ANES è l'Associazione Nazionale dell'Editoria Periodica Specializzata e, raggruppando 212 Editori con 950 riviste, rappresenta la garanzia di qualità per ben 9.000.000 di lettori. E Voi, che avete in mano questa rivista, lo sapete bene!

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n°pagina 70, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Nintendo Italia - Arriva il mini free-press Nintendo

Spot: Dallo scorso lunedì 3 aprile, davanti e all'interno delle scuole superiori e delle università di sei città italiane (Milano, Roma, Bologna, Napoli, Torino e Firenze) è in distribuzione Nintendo Project, il mini free-press di Nintendo in collaborazione con Cream Magazine. Il progetto è stato concepito da Idea Manager e Nintendo Italia. IF Comunicazione ha curato lo sviluppo editoriale, mentre Enfants Terribles ha realizzato il progetto grafico.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Scarica questa Comunicazione di impresa**

Citati: Brain Training, Cream magazine, Electropunkton, Enfants Terribles, Idea Manager, IF Comunicazione, Nintendo, Nintendo Italia, Nintendo Project

Per l'acquisto dell'intero Percorso di lettura, o di sue singole parti, rivolgersi al servizio
Diffusione e Abbonamenti

diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840