

Percorsi di lettura
 Periodico di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo
 Reg. Trib. Mi. n. 268 del 24/04/08
Tamburino - www.largoconsumo.info



Documento in **versione interattiva**:
www.largoconsumo.info/012010/PL-0110-010.pdf

LA MULTICANALITÀ NEL LARGO CONSUMO



Costi del Percorso di lettura:

€ 220,00 (comprensivo iva) - non abbonati
 € 220,00 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo e supplementi

Rif: PL-0110-010

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.

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. **Tablette**, **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.

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*

Mercato Italia – Grocery non alimentare**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 1/2010, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Mobile Advertising: in crescita gli investimenti nel 2009

Notizie in corso: secondo l'indagine svolta dalla School of Management del Politecnico di Milano, nel 2009 si è assistito ad una crescita degli investimenti aziendali pubblicitari sul Media Cellulare. L'incremento, rispetto al 2008, è stato del 21 %. Il mercato, ancora embrionale, vale oggi 32 milioni di euro, ma le potenzialità sono notevoli considerata la sempre maggiore diffusione di terminali di ultima generazione.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2010, n° pagina 41, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Il pranzo con un click con "10e10"

Dal 1° ottobre è possibile ordinare e ricevere il pranzo stando comodamente seduto alla propria scrivania. E' infatti online il sito www.10e10.it, il nuovo servizio di fast catering ideato dalla ricerca e sviluppo del gruppo Cir food pensato per colazioni di lavoro, meeting aziendali o semplicemente gruppi di colleghi che vogliono gustare il proprio pranzo sul luogo di lavoro. ..e.. è un progetto pilota avviato al momento nella sola città di Padova.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Cir food (Cooperativa italiana di ristorazione)

Largo Consumo, fascicolo 1/2010, n° pagina 67, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Sempre più advertising on-line

Su un totale di oltre imprese clienti di Seat Pagine Gialle, sono più di quelle che hanno scelto di puntare sulle piattaforme di advertising on line messe a disposizione dall'azienda e, di queste, ben, ossia il ..%, investono solo su internet. Questo trend evidenzia la crescita delle aziende italiane che sono propense a utilizzare il web per comunicare con il proprio target di riferimento.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Cappellini Alberto, Seat Pagine Gialle

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Pubblicità on-line -
Edizione PL-1009-007
Edizione: 10/2009
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
www.largoconsumo.info/102009/PL-1009-007.pdf



Titolo: Pubblicità televisiva -
Edizione PL-0209-004
Edizione: 2/2009
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
www.largoconsumo.info/022009/PL-0209-004.pdf

Pianeta Distribuzione, fascicolo 7/2009, n° pagina 17, lunghezza 1/10 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

USA: [nell'elettronica internet sempre più importante per scegliere](#)

Per Nielsen il ..% degli acquirenti di elettronica usa il web per informarsi prima dell'acquisto. I coupon promozionali via web hanno una redemption del ..%, che sta crescendo. Informazione contenuta nell'articolo "Il ruolo delle nuove tecnologie nella gestione delle relazioni con la clientela della gdo".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 12/2009, n° pagina 11, lunghezza 1/2 pagina

Tipologia: Breve

[Amazon, non solo libri](#)

La cultura "internettista" ha ormai conquistato i consumatori: in tempi di congiuntura difficile, il commercio elettronico sembra immune da crisi, diversamente dai canali di vendita tradizionale. In questo senso la trasformazione di Amazon, storica libreria on line, è sintomatica di una rivoluzione epocale. Dall'analisi dei bilanci del primo trimestre del emerge infatti che non sono più i libri a fare la parte del leone.

Table, grafici e box a corredo:

- [La realtà attuale di Amazon: 2009](#)

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Amazon, Bezos Jeff, Cadabra.com, New York Times, Wal-Mart

Largo Consumo, fascicolo 12/2009, n° pagina 60, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

[I numeri dell'e-commerce](#)

Lo shopping on-line in Italia regge la congiuntura, rimanendo a un livello stabile di circa . milioni di euro equivalenti al L'immagine fotografata da Smart Research per Marco Polo Expert, divisione specializzata di proprietà di Sgm Distribuzione del gruppo Expert, mostra un settore in consolidamento.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Expert, Marco Polo Expert, Politecnico di Torino, Sgm Distribuzione, Smart Research

Largo Consumo, fascicolo 12/2009, n° pagina 73, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[Calo del turismo frenato da low cost e Internet](#)

Solo il ..% dei .. milioni di italiani-turisti si rivolge alle agenzie di viaggi tradizionali, mentre sono .. milioni i viaggiatori indipendenti che puntano sul "fai da te", progettando direttamente i propri viaggi e vacanze, soprattutto tramite web. E' quanto rileva Assolowcost, l'associazione europea che raggruppa le aziende che puntano sull'innovazione per ridurre i prezzi e mantenere comunque il valore dei prodotti e servizi offerti.

Table, grafici e box a corredo:

- [Le luci e le ombre della stagione turistica: 2009](#)

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Assolowcost, Federalberghi, Nielsen



Titolo: **Commercio elettronico, vendite dirette e a distanza- Edizione PL-0109-006**

Edizione: 1/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/012009/PL-0109-006.pdf



Titolo: **Display; Layout; POP e Merchandising - Edizione PL-0909-006**

Edizione: 9/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/092009/PL-0909-006.pdf



Titolo: **Promozioni; Fidelizzazione del cliente; Direct marketing - Edizione PL-0509-004**

Edizione: 5/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052009/PL-0509-004.pdf

Largo Consumo, fascicolo 12/2009, n° pagina 76, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Contatti immediati

Internet: L'Instant messaging cresce tra gli strumenti messi a disposizione dalla rete. E' l'emergere di una nuova dimensione di socialità esplorata da un'indagine. A maggio gli utilizzatori almeno saltuari dei programmi di instant messaging rappresentano il ..% degli internauti attivi, valore costante da quando ha preso il via l'Osservatorio (a maggio la percentuale di utilizzatori di instant messaging si attestava al ..%, nell'indagine successiva di novembre al ..%).

Table, grafici e box a corredo:

- [I programmi di instant messaging più usati](#)
- [L'uso dei programmi di instant messaging maggio 2008-novembre2008-maggio2009 \(in%\)](#)

Allegati:

- [Leggi questo articolo](#)

Citati: LinkedIn, Microsoft Italia, Mobile-Next, Msn, Nextplora, Windows Live Messenger

Largo Consumo, fascicolo 12/2009, n° pagina 79, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Gli italiani verso la multicanalità

L'Osservatorio sulla multicanalità, sviluppato da Nielsen, insieme a Nielsen Online, Connexia e School of Management del Politecnico di Milano, ha mostrato come le tecnologie digitali abbiano accresciuto la facoltà per il consumatore di interagire con le imprese, anche se queste non ne colgono ancora fino in fondo l'opportunità. Analizzando il grado di coinvolgimento nel processo d'acquisto si nota un incremento oltre le aspettative dei consumatori propriamente multicanali

Table, grafici e box a corredo:

- [L'evoluzione del consumo di internet in Italia: 2008/2007 \(var.%\)](#)

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Connexia, Nielsen, Nielsen Online, School of Management del Politecnico di Milano

Largo Consumo, fascicolo 11/2009, n° pagina 86, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Lacche e shampoo alla conquista del web

Digital marketing: La cura dei capelli è tra gli argomenti di discussione più gettonati on line. Dall'analisi di forum e blog le aziende possono capire difetti e pregi dei prodotti del settore. La cosmesi, e in particolare la cura del proprio aspetto, è uno degli argomenti di discussione on-line di maggiore attrattiva per i consumatori (o meglio, le consumatrici), i quali condividono le loro esperienze e si consigliano tra loro. Ma cosa si dice, in rete, delle aziende cosmetiche?

Table, grafici e box a corredo:

- Box: La metodologia della ricerca
- [I marchi più citati nei forum dedicati ai capelli \(in%\)](#)
- [I prodotti più citati nei forum dedicati ai capelli \(in%\)](#)

Allegati:

- [Leggi questo articolo](#)

Citati: Blogmeter, Fructis, Garnier, L'Oreal, L'Oreal Elvive, Nivea, Pantene, SemEdge, Studio Line, Sunsilk, Ultradolce, Yahoo



Titolo: The Nielsen Global Online Consumer Survey

Edizione: 12/2009

Editore: The Nielsen Company

Link:

www.largoconsumo.info/122009/BRLC1209-StuRice.pdf



Titolo: The Nielsen Global Online Consumer Survey

Edizione: 12/2009

Editore: The Nielsen Company

Link:

www.largoconsumo.info/122009/BRLC1209-StuRice.pdf



Titolo: BuzzMetrics, gennaio 2008-febbraio 2009

Edizione: 7/2009

Editore: Nielsen

Link:

www.largoconsumo.info/072009/BRLC7-809-StuRice.pdf

Largo Consumo, fascicolo 11/2009, n° pagina 93, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Il volantino Media World è sfogliabile sull'iPhone

La nuova applicazione Media World per iPhone permette di poter accedere alle promozioni e ad altre informazioni di servizio Media World in modo semplice e immediato. Ideata da Cayenne digital per Media World, l'applicazione è stata studiata per permettere al cliente di essere sempre aggiornato sulle offerte del mondo dell'elettronica. Essa, inoltre, offre la possibilità di sfogliare, direttamente sull'iPhone, il volantino con le offerte Media World.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Cayenne digital, iGoogle, iPhone, Media World, Naldi Paolo

Largo Consumo, fascicolo 11/2009, n° pagina 131, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Società energetiche sempre più on-line

Mentre calano i costi delle bollette – dal primo luglio -.% per l'energia elettrica e -. % per il gas – cresce l'interesse per il confronto sul Web tra fornitori. Secondo i dati del primo rapporto DigitalEnergy, realizzato da Nielsen Online e CommStrategy, a giugno gli italiani che navigavano sui siti delle società energetiche erano quasi uno su dieci. Il leader di mercato da solo ha registrato ... milioni di utenti che hanno ricercato informazioni nell'area pubblica.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Authority dell'Energia, CommStrategy, Nielsen Online

Largo Consumo, fascicolo 10/2009, n° pagina 9, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Consumatori più fedeli

Social network: Influenzano il ..% delle vendite off-line. Inoltre nel ..% delle ricerche su Google relative ai primi .. brand mondiali compaiono in prima pagina link a social media. Il potere di Internet non è mai stato tanto dilagante: per esempio oltre il ..% degli utenti di banda larga residenti negli Stati Uniti ammette che ha influenzato un recente acquisto. Il dato emerge da uno studio realizzato da Media-Screen, società di ricerche di mercato specializzata in tendenze di consumi on line.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Diego Cervo, Facebook, Google, Media-Screen, Oracle Italia

Largo Consumo, fascicolo 10/2009, n° pagina 83, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Spot via sms

Advertising: Sembra avere trovato un mezzo mirato nei nuovi servizi mobili. Gli investimenti hanno così cominciato a crescere esponenzialmente, anche in Italia. Secondo l'Osservatorio sulla mobile advertising del Politecnico di Milano, nel gli investimenti in pubblicità attraverso la rete dei cellulari hanno raggiunto i .. milioni di euro con un incremento del ..% rispetto all'anno precedente. Anche il promette bene, anche se le aziende non si sbilanciano.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Bisio Cesare, H3g, Nielsen Homescan, Politecnico di Milano, Rimassa Fabio, Vodafone, Vodafone Italia, Yurchyky



Titolo: Il nuovo potere dei consumatori sul web
Edizione: 10/2008
Editore: Digital PR
Link:
www.largoconsumo.info/102008/BRLC1008-StuRice.pdf



Titolo: La tv in Italia al 2012
Edizione: 7/2009
Editore: e Media Institute
Link:
www.largoconsumo.info/072009/BRLC7-809-StuRice.pdf



Titolo: Open Marketing. Strategie e strumenti di marketing multicanale.
Edizione: 12/2009
Editore: Etas
Link:
www.largoconsumo.info/122009/BRLC1209-Bibl.io.pdf

Largo Consumo, fascicolo 10/2009, n° pagina 85, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

L'Asia preferisce le tecnologie "mobili"

Un ricerca on line The Nielsen Company ha rilevato che, se nei paesi occidentali, gli utenti tendono a utilizzare massicciamente dispositivi hardware, nei mercati emergenti, in particolare in Asia, riscuotono maggiore successo quelli di ultima generazione (telefoni con funzionalità video). Klaas Hommez, vicepresidente di Nielsen Entertainment, ha notato che i consumatori asiatici preferiscono in larga misura la tecnologia wireless al telefono fisso.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Hommez Klaas, Nielsen Entertainment, The Nielsen Company

Largo Consumo, fascicolo 9/2009, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Conoscere il chiacchiericcio della Rete

Rimanere sempre aggiornati sul riscontro ottenuto su Internet. Lo consente il servizio Web Reputation che Drake ha lanciato come sistema Saas con cui è possibile analizzare che cosa si dice sul web di un'azienda, di una marca, di una persona o di un prodotto. Una sorta di cruscotto che dà un'immediata percezione del buzzword generato dalla Rete, uno strumento semplice per tenere sotto controllo la comunicazione che vive negli spazi del mondo virtuale.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Drake

Largo Consumo, fascicolo 9/2009, n° pagina 79, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Gli italiani al cellulare: istruzioni per l'uso

Uno studio Tns (effettuato in Italia e in altri .. mercati, su un campione di oltre utenti) evidenzia che le due funzioni più utilizzate dagli italiani alle prese con il cellulare sono gli sms (in Italia il ..%) e il Bluetooth (il ..% lo utilizza, il ..% ce l'ha ma non lo usa, il ..% non lo possiede); invece, gli mms faticano a incontrare il favore degli italiani, e email e instant messaging non hanno ancora raggiunto i livelli di attrattività e di utilizzo degli altri Paesi.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [Il confronto tra italiani ed europei sull'uso delle applicazioni del cellulare: 2008 \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Tns

Largo Consumo, fascicolo 9/2009, n° pagina 86, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

BuzzMetrics per monitorare il passaparola sul web

Gli strumenti di interazione e discussione sul web, solo in Italia coinvolgono .. milioni di persone, che vi passano in media tre ore e mezzo ogni mese. Sapere cosa pensano tutti questi individui di un prodotto, di un'azienda o di una campagna promozionale è un elemento fondamentale per le strategie di marketing. Per questo è nato BuzzMetrics, il servizio di Nielsen on line Italia che consente di monitorare le opinioni che di un prodotto o di un'azienda hanno gli utilizzatori del web.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: BuzzMetrics, Nielsen on-line Italia



Titolo: L'onda anomala. Interagire e collaborare con i consumatori ribelli

Edizione: 4/2009

Editore: Etas

Link:

www.largoconsumo.info/O42009/BRLC0409-Bibliio.pdf



Titolo: CMI.

Comunicazione di Marketing Integrata

Edizione: 12/2008

Editore: Tecniche Nuove

Link:

www.largoconsumo.info/122008/BRLC1208-Bibliio.pdf



Titolo: Il product placement nelle strategie di convergenza della marca nel settore dell'intrattenimento

Edizione: 11/2008

Editore: Vita e Pensiero

Link:

www.largoconsumo.info/112008/BRLC1108-Bibliio.pdf

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Mercato della comunicazione in calo del 5,9% a fine 2009

Notizie in corso: Lo scenario internazionale fotografa una crisi strutturale che si riverbera anche in Italia. Investimenti pubblicitari previsti a meno 12,3 % - unico mezzo in controtendenza Internet (+9,3%). Buona performance del Marketing Integrato che tiene con un complessivo +1,2%.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n° pagina 63, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Direttiva a tutela della shopping

La Commissione europea ha varato una Direttiva sui diritti dei consumatori per agevolare gli acquisti via Internet e lo shopping tradizionale. La proposta garantirà ai consumatori, indipendentemente dal Paese Ue in cui fanno i loro acquisti, informazioni chiare in materia di prezzi, oneri addizionali e costi. Lo scopo delle norme è rafforzare la tutela dei consumatori contro consegne tardive e mancate, oltre a fissare in modo rigoroso su scala europea i diritti dei consumatori.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Commissione Europea

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n° pagina 68, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Dentro il super con un click

Internet: Le grandi catene hanno imparato a gestire il web. Con il risultato che i consumatori ricorrono sempre di più a questo strumento di contatto diretto. L'analisi Nielsen parte dai . siti più amati dal pubblico italiano con Carrefour in testa con utenti unici/mese (ultima rilevazione marzo), seguito da Lidl e Esselunga, rispettivamente con e, mentre Auchan e Coop.it chiudono la top five con e utenti unici/mese.

Tablette, grafici e box a corredo:

- [I top 5 dei siti gdo: utenti unici \(in mgl\)](#)
- [La penetrazione sui navigatori attivi: marzo 2008-2009 \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Auchan, Auchan.it, Audiweb, Buttironi Rita, Capodaglio Ombretta, Carrefour, Carrefour.it, Conad, Coop, Coop Italia, Coop.it, Crai, Crai Tuttigusti, CraiWeb, Despar, e-coop.it, Esselunga, Esselunga.it, Fidaty, Filiera Italiana Garantita Crai ortofrutta e carni, Finiper, Iper, Lidl, Lidl.it, Loasses Edoardo, Masciaga Gabriella, MyConad, Nielsen Online, Packard Bell, Piaceri Italiani, Poles Michela, Preto Danilo, Sisa, Vianello Lorenza, www.esselungaacasa.it

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n° pagina 71, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Più pubblicità sui canali digitali dei giovani

In costante crescita gli ascolti dei canali per bambini, quelli con target tra i . e o .. anni, e crescono in proporzione gli investimenti pubblicitari che nel hanno raggiunto i .. milioni di euro. Il trend è confermato da tutte le principali concessionarie: Digitalia, che raccoglie la pubblicità per il digitale di Mediaset, Sipra, concessionaria Rai che cura la raccolta per RaiGulp (.,.% di share), Cairo Communications (Cartoon Network e Boomerang) e Mtv Pubblicità (Nickelodeon).

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Boing, Boomerang, Cairo Communications, Cartoon Network, De Agostini, DeA Kids, Digitalia, Disney Channel, Italia 1, Mediaset, Rai, Rai Due, Rai Tre, RaiGulp, Sipra, Sky

EDIZIONI
FrancoAngeli

Titolo: **Viral Marketing e altre strategie di comunicazione innovativa**
Edizione: 1/2008
Editore: Franco Angeli
Link:
www.largoconsumo.info/O12008/BRLC0108-Bibli.pdf

MIP
POLITECNICO DI MILANO
SCHOOL OF MANAGEMENT

Titolo: **Osservatorio Multicanalità: i consumatori scelgono e comprano in diversi canali di comunicazione e commerciali.**
Edizione: 7/2008
Editore: Politecnico di Milano
Link:
www.largoconsumo.info/O12008/OsservatorioMulticanalità18-0108.pdf

Largo Consumo
RIVISTA DI ECONOMIA E MARKETING
SULLA FILIERA DEI BENI DI CONSUMO

Titolo: **I prodotti e le insegne moderne? Sono etiche e multicanali.**
Edizione: 1/2009
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
www.largoconsumo.info/O12009/DOCMulticanalitàLargoConsumo01-09.pdf

Largo Consumo, fascicolo 6/2009, n° pagina 13, lunghezza 1/2 pagina

Tipologia: Breve

Alleanza Reply e Armando Testa: sfida creativa al digitale

Nel, il mercato dell'advertising su web in Italia ha superato i ... milioni di euro, registrando una crescita del ..% rispetto all'anno precedente. Per sfruttare al meglio questo settore, Reply e TestaWeb (il ramo internet di Armando Testa, il più grande gruppo indipendente italiano di comunicazione) hanno dato vita a BitMama, una nuova società che si occupa del posizionamento del marchio delle aziende attraverso siti, advertising online e pubblicità sul web.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Armando Testa, BitMama, Discovery Reply, Gaia Reply, Reply, Rizzante Mario, TamTamy, Testa Marco, TestaWeb

Largo Consumo, fascicolo 6/2009, n° pagina 49, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Medicine on line

Farmaci: Sul web è possibile reperire ogni genere di specialità anche per le patologie più gravi. Si calcola che almeno .. italiani abbiano acquistato almeno una volta farmaci su Internet. E' semplice: basta inserire nei motori di ricerca il nome del farmaco desiderato, collegarsi al sito che lo mette in vendita e acquistarlo inserendo nella maggior parte dei casi soltanto i dati della propria carta di credito.

Table, grafici e box a corredo:

- [I farmaci on-line* \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Corriere della Sera-Corriere Salute, Federazione degli Ordini dei Farmacisti, Mandelli Andrea, Organizzazione mondiale della sanità, Viagra

Largo Consumo, fascicolo 6/2009, n° pagina 53, lunghezza 3 e 1/3 di pagina

Tipologia: Articolo

Alla conquista dei ragazzi

Marketing: Creatività, coinvolgimento emotivi e uso di nuove tecnologie sono le strategie vincenti per emergere nel mercato dei giovani. La marcata moltiplicazione sia dei messaggi che delle modalità di comunicazione induce il consumatore a essere sempre meno attento e sempre meno sensibile ai messaggi e ai canali di tipo tradizionale. Va da sé che, per le aziende del largo consumo, diventa necessario sorprendere e coinvolgere il consumatore.

Table, grafici e box a corredo:

- Box: Il licensing va di moda
- [L'esposizione dei ragazzi ai mezzi di comunicazione:2007 \(in%\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Algida, Allegra Antonio, Atlana, Barbie, Barboni Matteo, Carrefour, Coco Pops, Collectibles, Cornetto Classico Algida, Crisafulli Feliziano, Cuccioli Cerca Amici, Disney, Dolci Preziosi, Donadon Barbara, Facebook, Frosties, GfK Eurisko, Gormiti, Grani & Partners, Grani Enrico, Gruppo Preziosi, Hello Kitty, Kellogg's Italia, Lima, Miel Pops, Panini Group, Pitti Bimbo, Preziosi Food, Rice Krispiec, Roca Renato, Salati Preziosi, Tetra Pak Brik, Winx, YouTube



Titolo: La TV degli aeroporti di Telesia

Edizione: 10/2008

Editore: Telesia

Link:

www.largoconsumo.info/102008/DOCTelesiatvaeroporti-1008.pdf



Aderisci alla **community** dei manager dell'**Industria**, della **Distribuzione** e dei **Servizi** della filiera dei beni di **largo consumo**.

Link:

www.viadeo.com/join/lc

Largo Consumo, fascicolo 6/2009, n° pagina 73, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Nielsen con Telesia per rilevare l'out of home Tv

L'out of home tv ha sviluppato nel un fatturato complessivo di .. milioni di euro, di cui il ..% negli aeroporti e il ..% nelle metropolitane. Le aziende che hanno comunicato nell'anno con questa modalità sono state ... con un investimento medio di circa euro. Di fronte a questi dati importanti, Nielsen Media ha inserito nelle sue rilevazioni gli investimenti pubblicitari dell'out of home tv, le televisioni degli aeroporti e della metropolitana di Telesia.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Alberto Dal Sasso, Class Editori, Nielsen, Nielsen Media, Telesia

Largo Consumo, fascicolo 6/2009, n° pagina 73, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

lab: advertising on line 2009 in forte crescita

Secondo Iab Italia, nel, gli investimenti pubblicitari su internet cresceranno del ..% rispetto al, determinando un valore complessivo del mercato di .. milioni di euro. Rispetto al, si stima una crescita del settore display del ..% e del ..% per il search, raggiungerà un fatturato di ... milioni di euro. La previsione per classified/directories è +..%, per un valore totale di oltre milioni di euro, mentre per l'e-mail marketing si stima un +.%

Table, grafici e box a corredo:

- [La previsione degli investimenti pubblicitari on-line: 2006-2009 \(in milioni di euro e in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Iab Italia, Isobar, Layla Pavone

Largo Consumo, fascicolo 6/2009, n° pagina 90, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Il manager del web

Professione: Un professionista che progetta e gestisce l'attività di promozione on line dei siti web con tutti gli strumenti di web marketing sia interni che esterni all'azienda e che opera a stretto contatto con le figure tecniche che realizzano concretamente il sito. Sono i compiti del web marketing manager, una figura che gestisce quindi la comunicazione pubblicitaria del progetto web, sovrintende le scelte per il conseguimento degli obiettivi commerciali programmati.

Table, grafici e box a corredo:

- Le caratteristiche del web marketing manager

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Accenture, Accenture Media Agency, Giorgio Brugo, Michael Page, Tomaso Mainini

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 91, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Il brand nel ruolo di attore

Mezzi: La pubblicità all'interno di spezzoni di film o di serial tv è oggi ammessa anche in Italia. E il pubblico, anziché avvertirne il disturbo, sembra subirne il fascino. Dato il calo degli investimenti nella pubblicità tradizionale potrebbe essere una opportunità. Sta crescendo dappertutto: negli Usa, dove è nato; ma anche in Europa e in Asia. Secondo una valutazione di Pq media entro il gli investimenti raddoppieranno dai . miliardi e mezzo di dollari del ai .. miliardi.

Table, grafici e box a corredo:

- [Il ricordo spontaneo di marchi nei film italiani al cinema \(in %\)](#)
- [Le intenzioni d'acquisto di un prodotto visto in un film al cinema \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Acqua Lete, Anne Hathaway, Aston Martin, Audi, Bav, Bensi Paola, Birra Moretti, Bmw, Bulgari, campagna Costa, Carrie Bradshaw, Cims Gabriella, CimsComunicazioni, Cinecittà Holding, Cinema e brand si integrano, Commedia Sexy, convegno di Torino, Costa Crociere, Costa Serena, De Laurentiis Luigi, De Luigi Fabio, De Sica Cristian, Demoskopea, Direttiva comunitaria Audiovisual Media Service, Dudovich, Esquire, Filmauro, Gibson Mel, Global Product Placement forecast 2006, executive summary, Hepburn Audrey, Hunziker Michelle, Il diavolo veste Placement, Il diavolo veste Prada, Il mio miglior nemico, Il mio nuovo strano fidanzato, Il passato è una terra straniera, Il Product placement nelle strategie di convergenza della marca nel settore dell'intrattenimento, Indesit, James Bond, L.Un.A - Libera università delle Arti di Bologna, L.Un.A. Media Lab, L'uomo che ama, L'uomo perfetto, La cura del gorilla, Leonaglesi Stefano, Lezioni di volo, Luxottica, Manuale d'amore 2, Martini, Martini & Rossi, Meryl Streep, Mi fido di te, Montalbano Salvo, Nardello Carlo, Natale a New York, Natale in crociera, Nelli Roberto Paolo, Notturmo bus, Onorato Gianni, Parenti Neri, Passione di Cristo, Peck Gregory, Pq media, Rai Trade, Saturno contro, Si può fare Albakara, Somedia, Testa, Vacanze Romane, Wahrol Andy, Weekly Illustrated, Young e Rubicam

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Anche in Italia BuzzMetrics on-line

Nielsen Online ha realizzato anche per l'Italia BuzzMetrics, lo strumento per la misurazione di opinioni, consigli, passaparola ("buzz" appunto) che corrono sulla rete, attivo già da tempo negli Stati Uniti e in Europa. Il servizio aiuta aziende, istituzioni e personaggi pubblici a avvicinarsi ai propri consumatori-navigatori e comprendere a fondo quello che pensano e vogliono per mettere a punto strategie di marketing consapevoli. BuzzMetrics indicizza le fonti tramite cui i consumatori parlano

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: BuzzMetrics, Nielsen, Nielsen Online

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 105, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Il direct mailing nella banca dati AdEX

Grazie a un progetto di Poste italiane in collaborazione con Nielsen Italia il direct mailing è stato inserito nella banca dati AdEX, che rappresenta la misurazione e certificazione ufficiale degli investimenti pubblicitari. E' così possibile elaborare anche per questo strumento analisi puntuali e dettagliate e effettuare utili confronti tra le varie campagne realizzate. Dall'elaborazione dei primi dati emerge che il direct mailing è tra i media più importanti del mercato pubblicitario italiano

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: adEX, Nielsen Italia, Poste Italiane

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 83, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

L'inarrestabile ascesa di Internet

I dati dell'Osservatorio Multicanalità dimostrano una sempre maggiore propensione del consumatore italiano alla multicanalità: sono ormai .. milioni (+.. % rispetto al) gli italiani la cui decisione d'acquisto e relazione con la marca sono determinate dall'interazione con molteplici canali di comunicazione. Cresce in Italia l'utilizzo di Internet da parte di .. milioni di utenti unici a dicembre .., con un tempo medio di connessione procapite mensile di .. ore e .. minuti.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Osservatorio Multicanalità

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 86, lunghezza 3

Tipologia: Articolo

Pubblicità sul maxi schermo

Comunicazione digitale: In Italia siamo agli inizi, ma all'estero il settore della comunicazione digitale a scopo promozionale sta conoscendo un vero boom: tv in-store, videowall, vetrine interattive e video totem sono mezzi tecnologici di grande coinvolgimento. Popai, l'associazione che promuove la comunicazione del punto di vendita nella sua globalità con ... aziende associate in Italia e nel mondo per presidiare anche questo settore in forte espansione ha così fondato Popai Digital.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: IGPDecaux punta sull'innovazione
- Box: Le novità di CBS Outdoor
- **I settori nei quali la pubblicità informa di più (in %)**

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: Agr Agency, Audiposter, Banca Mediolanum, Bombardier, Brad Pianta - McGill, Casa Modena, Casti Paolo, CBS Outdoor, Clear Channel, Coin, Decaux Jean-Sébastien, Digital signage, Emmi, Ernst & Young, Fide Digital Printing, Grandi Stazioni, Hopwood Joel, IGP - Decaux, Malpensa, Mattavelli Patrizia, Mediolanum Channel, Nobili Fabio, Popai, Popai Digital, Res MediaGroup, Tesco, Tesco Screens, Varvello Pietro

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 0, lunghezza n.

Tipologia: Breve

Pubblicità on line: nel 2009 crescita del 13,7%

Notizie in corso: Alla luce dell'andamento dell'advertising online nel primo trimestre dell'anno, IAB Italia rende note le previsioni relative agli investimenti pubblicitari su Internet per la chiusura del 2009, che ancora una volta confermano una crescita a due cifre del settore. L'incremento stimato è del 13,7% rispetto al 2008, pari a un valore complessivo del mercato di 931,35 milioni di euro.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Leggi questa notizia**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 78, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Il web è sempre più Mobile

Internet: Cambiamenti strutturali per il mondo dei servizi su cellulare, connessi agli sviluppi della rete. L'offerta crescente non riesce tuttavia ancora a imprimere una svolta al mercato. Dai dati raccolti nel rapporto dell'Osservatorio Mobile Content il si è confermato un anno di transizione. Il mercato ha registrato una crescita "contenuta" del ..%, circa lo stesso del L'avvento del paradigma del mobile Internet/web genera impatti enormi sul mondo dei mobile content.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **La progressione di fatturato dei servizi mobile: 2002-2007 (in milioni di euro)**
- **La ripartizione delle quote dei vari comparti per anno: 2004-2007**

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: OffDeck, Osservatorio Mobile, Osservatorio Mobile Business School of Management, Osservatorio Mobile Content, Politecnico di Milano, Renga Filippo

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 84, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Nielsen e Poste Italiane monitorano il direct mail

In collaborazione con Poste Italiane, Nielsen ha realizzato un progetto di rilevazione degli investimenti pubblicitari in direct mail. L'universo considerato riguarda i mailing indirizzati personalmente a destinatari domiciliati in Italia consegnati da Poste Italiane. E' così possibile segmentare e analizzare la spesa pubblicitaria del direct mail per settore merceologico e tipologia di campagna (mailing, card, cataloghi, magazine, no profit) e, in seguito, per azienda e per marca.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Dal Sasso, Nielsen, Poste Italiane

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 84, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Oltre 100 i miliardi in comunicazione digitale

Dal Rapporto sull'industria della comunicazione, elaborato dalla Fondazione Rosselli aggiornato a fine, emerge che il mercato italiano delle tecnologie digitali di comunicazioni vale oltre ... miliardi di euro. Tv, quotidiani, periodici, cinema, radio, musica si fermano a, miliardi, mentre gli investimenti pubblicitari si attestano a, miliardi (+...% rispetto al). Fra il e il a segnare l'incremento più significativo (+...%) sono i contenuti media su strumenti mobili.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Fondazione Rosselli

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 35, lunghezza 1/8 di pagina -

Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Microsoft: i numeri del business on line

Il nostro mercato è attualmente uno dei primi tre a livello europeo di Microsoft con ... milioni di utenti di Windows Live Messenger, ... milioni di Windows Live Hotmail e ... milioni del social network Live Spaces, mentre nell'advertising Microsoft è tra i principali player in Italia con un fatturato superiore del ..% alla crescita del mercato. Informazione contenuta nell'articolo "Microsoft riunisce le attività consumer".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 61, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Gli italiani non si fidano dell'e-commerce

Secondo una ricerca condotta in tutta Europa da Experian, gli italiani non si fidano del grado di sicurezza delle piattaforme di acquisto on line. Infatti quasi due terzi (..) dei consumatori del nostro Paese crede sia ancora possibile imbattersi in frode o furti di dati personali su Internet, nonostante le misure di sicurezza adottate. Nei Paesi del Nord e dell'Est Europa si registrano percentuali decisamente inferiori: ..% nei Paesi Bassi, ..% in Svezia, ..% in Ungheria e ..% in Danimarca.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [La mancanza di fiducia nella sicurezza degli acquisti in rete per paese: 2008 \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Experian

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n°pagina 61, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[Apre in Cina Neo Advertising](#)

Forte del successo riscosso nei mercati statunitense e inglese, dove il digital signage rappresenta una componente fondamentale nelle strategie di comunicazione, marketing e vendite di aziende di ogni tipo e dimensione, Neo Advertising ha scelto di aprirsi al mercato asiatico, aprendo una nuova filiale in Cina, Paese caratterizzato da un mercato consumer in continua espansione, da una forte crescita del Pil e con un tasso di spesa che cresce del ..% l'anno.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa notizia](#)**

Citati: Antoine de Ryckel, Christian Vaglio-Giors, Neo Advertising, Neo Media Group

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n°pagina 63, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[PayPal insegna a fare acquisti on-line](#)

PayPal, per aiutare chi non ha familiarità con gli acquisti on line, ha predisposto un kit che spiega tutto sull'e-commerce, attraverso un divertente video e una guida pratica disponibili sul sito. Il protagonista del video accompagna il nuovo utente nel mondo degli acquisti grazie alla guida in cui sono descritte tutte le istruzioni da seguire: dall'attivazione del conto al pagamento degli acquisti fino a tutte le altre operazioni che si possono effettuare con un conto PayPal.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa notizia](#)**

Citati: Carta Aura, Mastercard, PayPal, Visa, Visa Electron

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n°pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

[Nielsen con Poste Italiane per misurare il Direct marketing in Direct Mail](#)

Notizie in corso: Nielsen, in collaborazione con Poste Italiane, annuncia la realizzazione del progetto integrato di rilevazione degli investimenti pubblicitari in Direct Mail. Per la prima volta Nielsen rende disponibili agli utenti della Banca Dati AdEx le informazioni relative a questo media. L'universo considerato riguarda i mailing indirizzati personalmente a destinatari domiciliati in Italia consegnati da Poste Italiane.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Leggi questa notizia](#)**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n°pagina 81, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[On-line in Italia: si vende di tutto](#)

Gli italiani sono sempre più orientati alle vendite on line e sono ormai più di i negozi su eBay, con la Lombardia sul podio come Regione con più negozi attivi (circa). Tra le categorie più vendute spiccano i prodotti eno-gastronomici, soprattutto in Umbria e nelle Marche (vini dolci e da dessert) e in Emilia (vini rossi). In Val d'Aosta, Puglia e Friuli gli affari si fanno con la musica. Sicilia e Liguria guidano la vendita on line di giocattoli.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa notizia](#)**

Citati: eBay

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n°pagina 121, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

[Un web designer d'esperienza](#)

Profili e carriere: Il team della divisione Digital dell'agenzia di pubblicità Cayenne si è arricchito con l'arrivo del web designer Manuela Bernardelli che porterà le sue competenze specifiche in progettazione e sviluppo di soluzioni web oriented, nella progettazione di sistemi multimediali interattivi e in design dell'interfaccia. La Bernardelli ha operato all'interno di altre importanti agenzie milanesi (Drake officina new media, Acab, Slash interactive Media agency).

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa notizia](#)**

Citati: Acab, Cayenne, Digital, Drake officina new media, Manuela Bernardelli, Slash interactive Media agency

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n°pagina 20, lunghezza 1/12 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[Il media mix del grocery non-food: 2006-2007](#)

Tv, radio, newspaper, magazine, outdoor, cinema, internet.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[visualizza questo elemento](#)**

Citati: Nielsen

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n°pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

[Il portale che segnala i negozi più convenienti](#)

E' stato attivato a Latina tamtamofferte.it, un portale rivoluzionario che permette alle famiglie di ottimizzare gli acquisti e realizzare risparmi da a euro l'anno. Il portale, infatti, informa su tutti i prodotti in offerta speciale, in promozione o sottocosto nella città: prima di andare a fare la spesa l'utente visita il sito (www.tamtamofferte.it) e sa in tempo reale quali negozi hanno i prezzi più convenienti o al minor prezzo.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa notizia](#)**

Citati: DotCom, tamtamofferte.it

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n°pagina 94, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

[Due importanti novità per Sms consumatori](#)

Il Ministero delle politiche agricole ha deciso di ampliare il servizio Sms consumatori fornendo anche una lista dei farmers markets e dei distributori di latte alla spina più vicini a casa, oltre alle informazioni sui prezzi dei principali prodotti agroalimentari. Si tratta di un servizio di notevole rilevanza che ha un duplice scopo. Innanzitutto, vuole difendere e rilanciare i prodotti locali; inoltre vuole salvaguardare il potere d'acquisto, aiutando il consumatore a orientarsi meglio.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa notizia](#)**

Citati: Ministero delle Politiche agricole

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 94, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

[Sonosicuro: il certificato che garantisce l'e-commerce](#)

Per convincere quella fascia di popolazione che, pur possedendo le potenzialità per accedere agli acquisti on line, ancora non si fida dell'e-commerce è stato realizzato da Aicel (Associazione italiana del commercio elettronico) il certificato Sonosicuro. Si tratta di un percorso di certificazione che permette ai negozi on line di recepire le richieste dei consumatori e garantire la propria clientela in termini di qualità di servizio, trasparenza delle condizioni di vendita.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa notizia](#)**

Citati: Aicel, Certificato Sonosicuro, Spedale Andrea

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 142, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

[Pagare via telefono](#)

Strumenti: Anche in Italia cresce il numero di consumatori che effettuano pagamenti con il cellulare, soprattutto per i parcheggi, ma prevalgono gli operatori stranieri. Il telefono cellulare è ormai in grado di imporsi come un innovativo e importante strumento per gestire transazioni e pagamenti, sia in prossimità che in remoto: è questo quanto emerge da una recente analisi realizzata dall'Osservatorio Mobile Finance & Payment della School of Management del Politecnico di Milano.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questo articolo](#)**

Citati: Benetton, Generali, Intesa San Paolo, Mediobanca, Politecnico di Milano, Telco, Telefonica, Wireless for Business Forum

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 163, lunghezza 1/5 di pagina -

Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

[Gli investimenti pubblicitari per mezzo: gennaio-giugno 2007-2008 \(in migliaia di euro e in %\)](#)

Il valore degli investimenti per mezzo e variazione % relativamente la televisione, stampa, radio, internet, cinema, affissioni e cards. Informazione contenuta nell'articolo "Index & Monitoring: Investimenti pubblicitari".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)**

Citati: Nielsen

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 109, lunghezza 3 e 1/3 di pagina

Tipologia: Articolo

[Quell'atmosfera che porta a comprare](#)

Merchandising: Il ..% delle decisioni di acquisto viene presa nel punto di vendita. Di qui l'importanza del visual merchandising in grado di coinvolgere emotivamente il cliente. Per l'Osservatorio innovazione nel retailing dell'Università di Parma, visual merchandising, comunicazione visiva e ambientazione sembrano gli strumenti dell'innovazione non food più rilevanti per creare valore nel settore alimentare. In Italia solo negli ultimi anni le aziende hanno optato per una migliore promozione.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: Esperti in cultura del retail
- **[I fattori determinanti per il punto di vendita \(in %\)](#)**

Allegati:

- **[leggi questo articolo](#)**

Citati: Aquolina, Brugnaro Stefano, Coarco Progetti, Coin, Endrigo Chiara, Footlocker Usa, FutureBrand Giò Rossi Associati, Geox, Kotler, Lush, Osservatorio Innovazione nel Retailing, Paganini Ciro, Popai, Popai Italia, Sda-Bocconi, Università di Parma, Upim, Visual Display, Zecchin Michele

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 113, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

[E-mail a caccia di clienti](#)

Marketing: Internet, mezzo di comunicazione e di vendite dirette sempre più utilizzato. Non mancano strumenti per misurare l'efficacia di una campagna basata su posta elettronica. L'e-mail marketing è una strategia di marketing on-line basata sull'invio di e-mail promozionali, pubblicitarie, informative a un target mirato e qualificato. Può essere utilizzato per svariati obiettivi, dall'acquisizione di nuovi lead al rafforzamento del brand alla fidelizzazione della clientela.

Tabella, grafici e box a corredo:

- **[I top performer nell'e-mail marketing: gen.-giu. 2007 \(in %\)](#)**

Allegati:

- **[leggi questo articolo](#)**

Citati: Buongiorno, Diennea, Fionda Maurizio, Kiwari, Marketing performance Report, Rivosecchi Marco, Upim

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 119, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

[Il marketing diventa teatro](#)

Grandi Centri, concessionaria specializzata nella gestione di spazi e di nuovi format all'interno dei centri commerciali, ha creato un nuovo media di comunicazione, realizzando il rapporto più diretto e vicino tra brand e consumer. E' infatti dimostrato che il ..% dei consumatori decide l'acquisto direttamente nel punto di vendita. Nei circuiti che Grandi Centri gestisce in esclusiva si possono realizzare progetti di comunicazione mirati e attività di marketing one-to-one.

Tabella, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa notizia](#)**

Citati: Grandi Centri, Mini Express, Shopping Domination, Total Domination

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

[La produzione di libri in digitale](#)

Notizie in corso: Grande attenzione al convegno La Produzione di libri in digitale, che durante il primo giorno di apertura di Inprinting, la rassegna dedicata alla stampa digitale e alla comunicazione on demand, si è avvalso della partecipazione di Mario Guaraldi, editore e docente presso la facoltà di Sociologia dell'università Carlo Bo di Urbino, e Giuseppe Vitello, docente presso l'Università Ca' Foscari di Venezia. Curato da 4IT Group.

Tabella, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Leggi questa notizia](#)**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 20, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

[L'avanzata di Internet e tv satellitare](#)

Media e mercati: In Italia gli utenti del web sono più che raddoppiati dal al, mentre il tempo speso per la navigazione in rete è aumentato di . volte. Una recente indagine Eurisko, commissionata da .. aziende, dei settori retail, bancario, servizi e media agency, aiuta a fare il punto sul panorama italiano. Il cambiamento delle abitudini e degli stili di vita dei consumatori, sempre più rapido e importante, richiede l'attenzione costante di chi si occupa di marketing e comunicazione.

Tabella, grafici e box a corredo:

- Box: Eurisko Media Monitor 2008

Allegati:

- **[leggi questo articolo](#)**

Citati: Audi, Basic multimedia, Entertainment tv and magazine, Eurisko Media Monitor, Hyperselective multimedia, Internet and other media, Mediaset trend, Meter, Monomedium, Multimedia cool, Press and other media, Rai Mediaset, Sport focused multimedia, Young transmedia user

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 21, lunghezza 1/3 di pagina -
Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

L'importanza e il potenziale del direct mail sono sotto stimate

La ricerca ha evidenziato che il ..% delle famiglie riceve comunicazioni di marketing per posta. Questo medium sembra non essere percepito come eccessivamente intrusivo, fino a un limite di . comunicazioni al mese. Il tempo dedicato a esaminarle è tutt'altro che indifferente: intorno ai . minuti. E circa il .. % di esse spingono a un'azione. Informazione contenuta nell'articolo "L'avanzata di Internet e tv satellitare".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [vai all' articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 109, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Un'involuzione nell'uso di internet

"Techofan": è il termine coniato per quella parte della popolazione tecnologica che in Italia utilizza il web per svago, prediligendo contenuti ludici e relazionali e applicando una filosofia "usa e getta" e una logica multitasking e strumentale, distinta dagli "eclettici" che fanno delle tecnologie un uso integrato al servizio dei propri interessi lavorativi, sociali e culturali. Trend colto dall'Osservatorio contenuti digitali come tendenza a adottare comportamenti più superficiali.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 5, lunghezza 2/3 di pagina -

Estrapolazione da Com. di Impresa

Tipologia: Breve

Datalogic lancia Joya, per il proximity marketing

E' un nuovo pod, dalle ridotte dimensioni e elevate prestazioni. Si preleva dal dispenser all'ingrasso del Pdv e riconosce il consumatore attraverso la carta fedeltà. Per il retailer è uno strumento di comunicazione sul pdv perchè è in grado di erogare informazioni multimediali su prodotti e promozioni.

Informazione contenuta nella Com. d'Impresa: "Datalogic - Un convegno a Venezia per presentare Joya, la nuova frontiera della shoppability".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Questa è una estrapolazione, vai alla Com. d'impresa che contiene questa informazione](#)

Citati: Datalogic, Joya, Shopevolution

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 109, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

La tutela delle tv digitali su Internet

AssowebTv è la prima associazione di categoria che riunisce gli editori e gli operatori delle tv digitali su Internet per sviluppare, tutelare e regolamentare l'universo delle web tv. Attraverso il monitoraggio normativo e l'organizzazione di iniziative di relazione con le istituzioni, l'associazione è in grado di rappresentare gli associati nei confronti delle pubbliche autorità, degli enti e delle società per la tutela degli interessi di natura tecnica, economica e giuridica.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Assoweb Tv, Maffini Andrea

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n°pagina 109, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

In crescita continua la messaggistica mobile

Fin dai propri inizi, quindici anni fa, la messaggistica mobile ha realizzato un ritorno sugli investimenti del per cento, ma la fase di crescita non è finita, considerato l'incremento esponenziale del traffico in India, Nord America e Cina. Anche all'interno dei mercati più maturi dell'Europa occidentale e del Sud Est asiatico, la messaggistica ha ancora enormi potenzialità di crescita. Infatti, secondo Acision il settore produrrà profitti pari a ... miliardi di dollari entro il

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Acision, Buckley Rory, Facebook

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n°pagina 111, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

La telecamera scopre se la pubblicità piace

Un tabellone pubblicitario digitale che trasmette brevi video dietro il quale si nasconde una telecamera che scruta le persone interessate, registra il tempo della sosta e l'espressione, cerca di determinare l'età, il sesso, lo standard economico e i gusti. I dati vengono inviati a una banca dati che dall'aspetto e dall'atteggiamento deduce se la pubblicità è efficace o no. E' un'invenzione della francese Quividi, con l'obbiettivo di consentire alle aziende di trovare la clientela più adatta.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Ikea, McDonald's, Prandoni Paolo, Quividi

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n°pagina 113, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

In crescita internet e tv tematiche

Dalle analisi di GfK Eurisko emerge che gli italiani stanno cambiando, in modo significativo, le loro abitudini mediatiche: tra i segni di discontinuità con il passato e di novità sempre più rilevante, la crescita dei mezzi digitali (tv tematiche e internet) e la flessione, delle tv generaliste e dei periodici. Tra il e il, infatti, la fruizione della televisione tradizionale gratuita è passata in Italia dal ...% al ...% (-...%); le radio sono scese dal ...% al ..%.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: GfK Eurisko

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n°pagina 57, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Lo shopping con un click

E-commerce: L'acquisto on line fa compiere un salto ai consumi. Sta cominciando a diventare un mezzo per la spesa di tutti i giorni, con crescite annue medie del ..%. L'Osservatorio B.C Netcomm rileva che dai ... milioni di giro d'affari del settore e-commerce nel siamo arrivati a milioni di euro nel, Nell'ultimo biennio la crescita è stata ancora forte, nonostante una leggera contrazione nel che ha segnato soltanto un +..% raggiungendo un fatturato di milioni di euro.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [I tassi di crescita dei principali settori coinvolti da vendite in e-commerce: 2005-2007 \(var. %\)](#)
- [I visitatori dei principali siti di e-commerce](#)
- [Il fatturato dell'e-commerce in Italia: 2007 \(in milioni di euro\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Banca Sella, Bisio Carlo, Business to consumer a misura di cliente. Una visione dell'e-commerce focalizzata sulle esigenze dei consumatori, Camilleri Andrea, Carrefour, Castelletti di Monclick, Castelletti Paolo, Cavallini Teo, Cellulari.it, Coop, Coop Italia, Corno Luigi, Despar, eBay, Esprinet, Esselunga, Franco Angeli editore, Freemont, Frigerio Daniela, Ibs, Internet Bookshop, La concessione del telefono, Liscia Roberto, Monclick, Mymovies.it, Netcomm, Osservatorio B2C Netcomm-School of Management del Politecnico di Milano, Perego Alessandro, Shop.it, Sidis, Toletti Giovanni, Università Milano-Bicocca, YOOX.com, Zerbini Mauro

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 58, lunghezza 1/6 di pagina – Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

[I tassi di crescita dei principali settori coinvolti da vendite in e-commerce](#)

I principali settori coinvolti da vendite in e-commerce sono stati quelli del turismo, informatica e elettronica, assicurazioni, editoria e musica, con ciascuno una variazione percentuale di crescita di ... negli anni 2005, 2006 e 2007. Info contenuta nell'articolo "Lo shopping con un click".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Visualizza questo elemento](#)**
- **[Questa è una estrapolazione. Vai all'articolo originale che contiene questa informazione](#)**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 99, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

[Estetica on-line](#)

Mezzi: Modalità esplorative coinvolgono per ora questo mezzo nelle scelte comunicative del cosmetico. Le aziende però intensificano le campagne e non mancano i riscontri. Concentrando l'attenzione sull'utilizzo di Internet da parte delle aziende di settore, secondo Unipro il ..% si sarebbe dotata di un sito web le cui principali funzioni consistono in promozione, presentazione di company profiles, catalogo prodotti. Anche se in crescita appare invece ancora scarso il ruolo dell'e-commerce.

Table, grafici e box a corredo:

- Box: Il portale della bellezza
- **[Gli investimenti nei media tra cui internet: 2006](#)**

Allegati:

- **[leggi questo articolo](#)**

Citati: Becos Center, Bellezza.it, Biomagazine, Dibi Center, Duranti Paolo, Franchina Fabio, Gts, Inneov, L'Oréal, La Roche Posay, Michelagnoli Laura, Nielsen, Nielsen Media Research Southern Europe, Nielsen-Comm. Nazionale 2006, Pantani Pierangela, Sanoflore, Unipro, Vichy, Vinciguerra Roberta, Zenith Optimedia

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 77, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[Gfk: vendite on-line in crescita](#)

GfK Marketing Services Italia, azienda leader nelle ricerche di mercato, ha presentato i risultati delle rilevazioni continuative sulle vendite di beni di consumo durevoli attraverso internet. Dall'analisi emerge una crescita progressiva dell'on line: nel ha sviluppato una quota del ..% a valore delle vendite totali (nel era il .%) con punte che sfiorano l'.% per i prodotti IT e a i .% per le fotocamere digitali sviluppando complessivamente un fatturato di oltre ... milioni di euro.

Table, grafici e box a corredo:

- **[Le vendite di prodotti di marca \(in %\)](#)**

Allegati:

- **[leggi questa notizia](#)**

Citati: Besana Antonio, GfK Marketing Services Italia

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 121, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Se il satellite guida l'audience

Mezzi: Il mondo delle nuove tv in un'Osservatorio sul digitale, terrestre e via Internet. Nell'ambito delle Sofà tv il ..% di fatturato è realizzato dalle satellitari, Sky in testa. Nella sua corsa la televisione satellitare rallenta a un trend che accelera di appena il +.% rispetto a novembre raggiungendo così uno share medio del ...% nel totale giorno sul target individui. E' quanto si evince dall'ultima analisi Starcom. Ancor più limitata la crescita sul target adulti ... (+.%,%).

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: Il calcio nell'era satellitare
- La graduatoria dei 10 canali satellitari Rai più visti: settembre 2007 (target: individui)
- **Le Sat Tv e Dttt più seguite: settembre 2007 (share % - target: individui)**

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: 90° minuto, Auditel, Boing, Calcio 1, Campionato di Calcio di A, Champions League, Coppa Italia, Crime, Csi, Discovery, Disney, Disney Channel, Dtt, Fox, Inter Ikea Centre Polka, IpTv, Isola dei Famosi, iTunes, Jetix, Juventus, Mediaset, Mediaset Premium, Nielsen Mr, Osservatorio New Tv, PlayHouse Disney, Politecnico di Milano, Rai Due, Rangone Andrea, Sat Tv, Sitcom, Sky, Sofà Tv, Sport 1, Sport 16:9, Starcom, Studio Universal, Turner, Tv Mobile, Tv su Rete Dvb-h, Viacom

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 18, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Trasparenza agli acquisti on-line

E-commerce: Gli effetti delle nuove tecnologie sul rapporto tra consumatore e imprese sono ambigui. Asimmetrie informative sembrano essere superabili solo dagli utenti più esperti. Tracciabilità dei comportamenti di acquisto, localizzazione dei consumatori, comunicazione di marketing pervasiva e non sempre esplicita. In Europa i consumatori non riescono a organizzare la propria rappresentanza, tanto che le battaglie a favore di una maggiore concorrenza dei mercati li hanno visti indifferenti.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **I lettori di blog in Europa (in %)**
- **Le fonti di informazioni considerate più affidabili (in %)**

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: Altroconsumo, Amazon, Corriere della Sera, eBay, Eurisko, Fabris Giampaolo, Ghidini Gustavo, Hotwire, Ipsos, Levoni Paolo, Martinello Paolo, Mori, Movimento consumatori, PayPal, Prandelli Emanuela, Sda-Bocconi di Milano, Skype, Università di Bocconi di Milano, Università Vita-Salute San Raffaele di Milano

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 99, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Sono di più gli acquirenti on-line

Secondo un'indagine Nielsen Online più dell'..% dei consumatori mondiali ha utilizzato internet per fare acquisti, incrementando lo shopping online del ..% negli ultimi due anni. La percentuale più alta è stata rilevata in Corea del Sud (..%), seguita da Gran Bretagna, Germania e Giappone (..%), Stati Uniti (..) e, al diciottesimo posto, dall'Italia (..%). A livello internazionale gli articoli più acquistati sono: libri (..%), abbigliamento-accessori-scarpe (..%), video-dvd-giochi (..%).

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Gli utenti internet che hanno fatto acquisti on-line: 2007 (in %)**

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Nielsen Online, PayPal

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 108, lunghezza 1/6 di pagina –
Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

I media a confronto nella misurazione del ROI

Il ritorno sull'investimento in comunicazione tra diversi mezzi: imballaggi domestici (...%), pubblicità (...%), pubbliche relazioni (...%), promozioni (...%), web&mobile (...%), direct marketing (...%). Info contenuta nell'articolo "I conti incerti della promozione".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)
- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 111, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Atteso un boom della comunicazione e-mail

Il sarà l'anno dell'innovazione degli strumenti di e-mail marketing, all'insegna di contenuti dinamici, tecniche di remarketing e messaggi di servizio. Lo afferma Experian, leader mondiale della business information e dei servizi per il marketing, che già nella seconda metà del ne ha rilevato il trend di crescita rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente. In particolare si è evidenziato l'aumento del ...% delle campagne su contenuti dinamici, +..% delle azioni di remarketing.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Experian

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 112, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Radio e Internet i mezzi più dinamici

Secondo Nielsen Media Research lo scorso anno sono stati spesi milioni di euro, il +..% sul, gran parte destinati come di consueto a tv e stampa, cresciute rispettivamente del +.., e del +%. Ma al di là dei valori assoluti, sul cui piano i due media di punta continuano a non avere paragoni, hanno registrato le progressioni più elevate, dando segno di grande dinamismo, la radio, con il +.% sul totale pubblicità e quasi .. milioni di euro, e Internet, con il +..% e ... milioni.

Table, grafici e box a corredo:

- [Gli investimenti pubblicitari in Italia: 2006-2007 \(in migliaia di euro\)](#)

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: 24 Minuti, Audiposter, City, Discovery Channel, e-Polis, Fox, Fox Life, Iab Italia/Fcp-Assointernet, Jetix, Leggo, Metro, Nielsen Media Research, Sky Cinema 1, Sky Sport 1, Sky Tg 24

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

Americani on-line

Molti lavoratori navigano durante le ore di ufficio, come evidenzia una ricerca realizzata negli Stati Uniti da Burst Media. Dall'indagine emerge che ben il ...% degli intervistati trascorre almeno tre ore al giorno on line, con il segmento ...-.. anni tra i più attivi. La maggior parte (il ...%), dichiara comunque che è la casa la location principale da cui si connette online, mentre il ...% indica il posto di lavoro come ambiente principale.

Table, grafici e box a corredo:

- [I forti navigatori negli USA \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Burst Media

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 25, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Acquisti automatici e impulsivi

Consumatori: Secondo Nielsen sono . le modalità d'acquisto che orientano i clienti: pilota automatico (acquisto di impulso), ricerca di varietà (attenzione ai nuovi gusti e formati), sensibilità al cosiddetto "buzz" (predisposizione più marcata verso le azioni pubblicitarie coinvolgenti), caccia all'affare (interesse prevalentemente rivolto agli sconti e alle promozioni). Attitudini sulle quali gli esperti di marketing confezionano campagne pubblicitarie, promozioni e allestimenti.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Le 4 modalità di acquisto al supermercato

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Customized Research, Nielsen Shopper Modality Study, The Nielsen Company

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 133, lunghezza 3 e 1/3 di pagina

Tipologia: Articolo

Il predominio del volantino

Pop: Depliant e coupon sono gli assi nella manica della grande distribuzione organizzata: offrono la possibilità di mirare a un target preciso usando anche il geomarketing. Un percorso strategico che comincia con il classico volantino promozionale con cui l'insegna invita il cliente sul punto di vendita, prosegue all'interno del negozio dove il consumatore viene informato attraverso il materiale Pop e prosegue su Internet, efficace mezzo di contatto ma in Italia non ancora di fidelizzazione.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: Il negozio multimediale

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Altavia Italia, Anad, Arbe Industrie Grafiche, Auchan, Bertolini Riccardo, Borri Emanuele, Carrefour, Cassini Cristiano, Check Post, Check Promotion, Checksolution, Cohen Alberto, Comelli Leonardo, Coop, Di Cola Denny, Endrigo Chiara, Esselunga, Finiper, Gamberini Raffaele, Gnani Riccardo, I&B, Ikea, Inplace, Kiwari, Lidl, Liguori Michele, Lorient Consulting, McLuhan, Mcube, Prandolini Silvio, Promoworld, Queen, Rivosecchi Marco, Sisma By Biesse, Skyrec, Stucchi Oscar, Studio Stands, Tutto bimbi, Tnt Post, Tosi Danilo, Tosoni Angelo, Tutto scuola, Upim, Valassis, Visual Display

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 135, lunghezza 1/3 di pagina – Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Il negozio multimediale

La radio e la tv in store raggiunge il consumatore nel momento della decisione di acquisto. Permette al pdv di avere un medium non invasivo che accompagna con contenuti, musica e informazioni il vissuto dei clienti. Il consumatore è così informato sulle promozioni e sui servizi del pdv con una permanenza resa piacevole dall'intrattenimento. Info contenuta nell'articolo "Il predominio del volantino".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 135, lunghezza 1/6 di pagina – Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Upim e l'uso dell'email

A fine luglio 2007, Upim ha contattato via email i propri clienti possessori di carta proponendo un questionario sulle loro preferenze di acquisto, terminato il quale c'era la possibilità di scaricare un buono sconto del ..% spendibile in Upim su qualsiasi prodotto di abbigliamento. Al lungo questionario hanno risposto .. mila persone, il ..% di chi aveva aperto la mail. Info contenuta nell'articolo "Il predominio del volantino".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Il pagamento della spesa con il cellulare

Francia: A Caen e Strasburgo, in Francia, è possibile pagare la spesa con il cellulare al supermercato e anche in negozi più piccoli, come già avviene in Giappone all'avanguardia in questo tipo di servizi. Hanno partecipato al progetto sei banche (Bnp Paribas, Crédit Agricole, Crédit MutuelCic, Groupe Caisse d'Epargne, La Banque Postale, Société Générale) insieme ai quattro maggiori operatori di telefonia mobile (Orange, Sfr, BouyguesTelecom, Nrj Mobile), associati a Visa Europe e MasterCard.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Bnp Paribas, BouyguesTelecom, Crédit Agricole, Crédit MutuelCic, Groupe Caisse d'Epargne, La Banque Postale, MasterCard, Orange, Sfr, Société Générale, Théron Jean-Luc, Visa Europe

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Necessaria integrazione fra servizi online e sportello

Fujitsu Services ha svolto una ricerca su clienti di servizi finanziari retail in Europa. Ne emerge che i consumatori chiedono servizi via web integrati con il contatto personale presso gli sportelli. Per l'assistenza, il ..% ha affermato di preferire il canale online; il ..% il contatto diretto; il ..% i call center. I servizi mobili (Internet o mms) il .%. Alla domanda su che cosa determini la fiducia, il ..% ha indicato un'esperienza soddisfacente grazie all'automazione dei servizi.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Fujitsu Services

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Tv senza frontiere: via libera alla direttiva

Il Parlamento europeo ha approvato la nuova direttiva sulle attività televisive, aggiornamento di quella denominata Tv senza frontiere del di cui amplia il campo di applicazione alle nuove tecnologie introducendo norme sulla durata e frequenza degli spot pubblicitari. Gli Stati Ue avranno due anni per mettersi in regola. La direttiva si applica alla televisione analogica e digitale, alla live streaming e alla tv via internet (webcasting). I servizi di video on demand rientrano nel campo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Parlamento Europeo

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

Sotto monitoraggio la reputazione dei vip

La pervasività di Internet è in grado di influenzare sempre di più la notorietà di un nome e di modificare di conseguenza i comportamenti dei consumatori. eXtrapola, società leader in Italia nel monitoraggio di informazioni e contenuti online, ha lanciato perciò il nuovo servizio Vip.monitor, in grado di tenere sotto controllo la reputazione delle persone note. La formula è semplice, ma impegnativa: scandagliare il web alla ricerca di qualsivoglia informazione riguardante il singolo personaggio.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: eXtrapola

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 12, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Diennea - Gli strumenti, l'esperienza, la professionalità e il servizio per un approccio moderno al marketing digitale

I Profili: Diennea è specializzata nei servizi e nelle tecnologie per la comunicazione e il marketing digitale. Il suo core business è MagNews™, piattaforma tecnologica ideata per generare e veicolare newsletter e gestire campagne di e-mail marketing.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: MagNews: potente e versatile
- Box: Una realtà in evoluzione
- Il modello concentrico

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Atm - Azienda trasporti milanesi, Autostrade per l'Italia, Bmw, Brouillard Fabien, Business International, Campanile Loredana, Canon Italia, Diennea, Dolce&Gabbana, Ducati Motor Holding, Email Experience Council, Facoltà di Ingegneria dell'Università di Bologna - Department of Management, Fastweb, Fionda Maurizio, Interactive advertising bureau, MagNews, Maserati, Masini Fabio, Nielsen, Philips, Vodafone, Web Analytics Association

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 112, lunghezza 1/6 di pagina -
Estrapolazione da com. di impresa

Tipologia: Com. d'impresa

Datalogic punta su tecnologia mobile

Risponde Roberto Schiavo, Regional Sales Director: "Il mobile marketing, favorito dalla diffusione ormai più che capillare del telefono cellulare. Stiamo già lavorando con aziende di riferimento per studiare esperienze di marketing attraverso la diffusione via cellulare di coupon con codici a barre bidimensionali. Restano da risolvere...". Info contenuta nella com. d'impresa "Datalogic Scanning - Nuovi strumenti e tecnologie innovative per rispondere alle esigenze di un retail in evoluzione".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai alla Com. d'impresa che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 80, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Osservatorio Multicanalità 2008 - "Aziende e consumatori: la multicanalità lascia o raddoppia?"

I Convegni: Prosegue la crescita della domanda di multicanalità da parte dei consumatori italiani: è il trend emerso dall'Osservatorio Multicanalità 2008, i cui dati sono stati illustrati nel corso del convegno "Aziende e consumatori: la multicanalità lascia o raddoppia?", tenutosi presso il Politecnico di Milano, lo scorso 29 gennaio.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione d'impresa](#)

Citati: Affinion International, Assocomunicazione, Bcc Multimedia, Connexia, DraftFCB, Fater, Ferrari Giorgio, Ferri Andrea, Ibm Italia, Information management Solutions, InG Directustria Francese, InPlace, Internet e Mobile, Ippolito Salvatore, Largo Consumo, MagNews, Mangiarotti Enrico, Microsoft Advertising, Navteq, Nielsen, Nielsen Online, Noci Giuliano, Nodari Nicola, OMD, Online Community Vodafone Lab, Osservatorio Multicanalità 2008, Papini Cristina, Plantronics, Politecnico di Milano, Schibsted Classified Media, School of Management, Seat Pagine Gialle, Secondamano.it, Vodafone Italia

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 101, lunghezza 1/3 di pagina - Estrapolazione da com. di impresa

Tipologia: Com. d'impresa

Diennea: tutte le potenzialità dell'e-marketing

Genni Argnani, responsabile commerciale di Diennea ha raccontato i tre casi di Canon, Star e Nielsen, che hanno utilizzato la piattaforma MagNews per le proprie attività di e-mail marketing, sottolineando l'importanza della collaborazione con le agenzie web di queste aziende. Informazione contenuta nella comunicazione di impresa "Unicom - La comunicazione rivolta al retail: il ruolo delle agenzie".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai alla Com. d'impresa che contiene questa informazione](#)

Citati: Argnani Genni, Diennea

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 135, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Osservatorio Multicanalità 2008 - Presentati il 29 gennaio a Milano i dati della seconda edizione dell'Osservatorio Multicanalità

Focus: La seconda edizione dell'Osservatorio Multicanalità sta per giungere al termine: il .. gennaio presso il Politecnico di Milano, Campus Bovisa, Aula Carlo De Carli, Nielsen, Nielsen Online, Connexia e la School of Management del Politecnico di Milano presenteranno i dati della ricerca

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Adnkronos, Affinion International, Assocomunicazione, Aula Carlo De Carli, Bcc Multimedia, Campus Bovisa, Connexia, Daily Net, Draftfcb, Fater, Ibm Itali, Ing Direct, Inplace, MagNews, Microsoft Advertising, Navteq, Netforum, Nielsen, Nielsen Online, Omd, Osservatorio Multicanalità 2008, Plantronics, Politecnico di Milano, School of Management di Milano, Seat Pagine Gialle, Secondamano.it, Vodafone

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 111, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Seac02 - Display Designer: la realtà aumentata al servizio del marketing

Focus: Seac02 ha lanciato il software che permette alle aziende di configurare, personalizzare ed esplorare in tempo reale negozi virtuali, punti di vendita e aree espositive.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Design Review, Digital Marketing Suite, Display Designer, LinceoVR, Nielsen, Realtà Aumentata, Render Realtime, Seac02

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 110, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Nielsen Italia - "Consumer Insight": i contenuti e gli obiettivi della newsletter supportata dal sistema MagNews](#)

I Casi Aziendali: Per implementare la sua nuova newsletter, AcNielsen si è affidata a Diennea, società specializzata in marketing digitale, e a MagNews™ Db Pro, una soluzione integrata per il marketing e la comunicazione online.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa comunicazione di impresa](#)**

Citati: MagNews DB Pro, Nielsen Bases, Nielsen Italia, Nielsen Mobile, Nielsen Online, Nielsen Store Audit, Rovatti Samantha, The Nielsen Company

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 135, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Osservatorio Multicanalità 2008 - Le aziende e i consumatori agiscono in modo multicanale?](#)

Focus: "Aziende e consumatori: la multicanalità lascia o raddoppia?": a questo tema si dedica l'edizione 2008 dell'Osservatorio Multicanalità, varato lo scorso anno da Nielsen, Nielsen Online, Connexia e School of Management del Politecnico di Milano.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa comunicazione di impresa](#)**

Citati: Affinion, AssoComunicazione, Bcc Multimedia, Connexia, Diennea, Fater, Ing Direct, Microsoft Advertising, Navteq, Nielsen, Nielsen Online, Omd, Osservatorio Multicanalità 2008, Paginegialle.it, Plantronics, School of Management del Politecnico di Milano, Secondamano.it, Vodafone

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 120, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Canon Italia - Dialogare efficacemente con i consumatori e i dealer grazie alle newsletter realizzate con MagNews DB Pro](#)

I casi aziendali: Con il supporto del sistema MagNews di Diennea, Canon ha sviluppato negli ultimi anni una newsletter dapprima indirizzata ai consumatori finali, quindi al target dei dealer, centrando importanti obiettivi di comunicazione e rafforzamento dei rapporti con i propri interlocutori.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Scarica questa Comunicazione di impresa](#)**

Citati: Canon Italia, CMS (Content Management System), De Medici Giovanni, Diennea, MagNews, MagNews DB Pro

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 18, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

[Osservatorio Multicanalità - "Il consumatore multicanale esiste: nuove opportunità per la distribuzione".](#)

I Convegni: Il consumatore multicanale esiste, come dimostra la ricerca "Osservatorio Multicanalità 2007", illustrata nel corso del convegno "La multicanalità paga allo scaffale?", tenutosi lo scorso 15 novembre presso il Politecnico di Milano.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Scarica questa comunicazione di impresa](#)**

Citati: Connexia, Fater spa, Franzini Giovanni, Galante Cetti, Iovine Francesco, Macrillò Antonio, Messenger, Microsoft Online, Nielsen, Nielsen Online, Noci Giuliano, Osservatorio Multicanalità 2007, Panorama Ipermercati, Papini Cristina, Pietro Scott Jovane, Plantronics Italia, Pola Giovanni, School of Management del Politecnico di Milano, Scott Jovine Pietro, Service Group, Stellabotte Enzo, Words of Mouth, Yahoo! Italia

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 18, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Microsoft Online Service - Uno strumento per confrontarsi](#)

Osservatorio Multicanalità: Microsoft Online Service Group propone un dialogo diretto ed efficace con il consumatore multicanale mediante i blog e la messagistica istantanea per condividere e confrontarsi on-line. Info contenuta nella comunicazione d'impresa "Osservatorio Multicanalità".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Vai alla comunicazione d'impresa che contiene questa informazione](#)**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 19, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Plantronics - Come usare il contact center](#)

Osservatorio Multicanalità: Plantronics Italia partecipa all'Osservatorio Multicanalità per un contatto diretto con il consumatore attraverso l'utilizzo di canali innovativi e tecnologici da implementare intorno al personale operativo del contact center. Info contenuta nella comunicazione d'impresa "Osservatorio Multicanalità".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Vai alla comunicazione d'impresa che contiene questa informazione](#)**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 19, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Le opportunità web di Panorama](#)

Osservatorio Multicanalità: Panorama Ipermercati, nell'ambito dell'Osservatorio Multicanalità, propone al consumatore un sito web dove reperire con facilità le informazioni sui prodotti a scaffale per decidere i propri acquisti. Info contenuta nella comunicazione d'impresa "Osservatorio Multicanalità".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Vai alla comunicazione d'impresa che contiene questa informazione](#)**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 19, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Yahoo! Italia - Saper ascoltare il consumatore](#)

Osservatorio Multicanalità: "Per condividere un brand con il consumatore", ha dichiarato Massimo Martini, amministratore delegato di Yahoo! Italia, "in primo luogo, occorre ascoltare il cliente stesso, recepirne le abitudini, lo stile di vita e la propensione orientata agli acquisti.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Vai alla comunicazione d'impresa che contiene questa informazione](#)**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 19, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Seat Pagine Gialle - Un Roi più quantificabile](#)

Osservatorio Multicanalità: Seat ha optato di aumentare la comunicazione di tipo info visual, ha affermato che "più ci si sposta verso la multicanalità e più è quantificabile il roi, il ritorno economico dell'investimento per l'inserzionista. Questo, indubbiamente, apre nuove prospettive di sviluppo per le aziende che intendono dialogare con il cliente multicanale".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Vai alla comunicazione d'impresa che contiene questa informazione](#)**

Citati: -

Direttore responsabile: Armando Garosci
Editore: Editoriale Largo Consumo Srl, via Bodoni 2 Milano
Service Provider: Mc Link Spa, Roma

Per l'acquisto dell'intero Percorso di lettura, o di sue singole parti
Diffusione e Abbonamenti
diffusioneabbonamenti@largoconsumo.it
Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840

INDICE DEI PERCORSI DI LETTURA DI LARGO CONSUMO

Per assistenza e richieste di disponibilità di **Percorsi di lettura personalizzati**, puoi rivolgerti al servizio [Diffusione e Abbonamenti](#) di Largo Consumo.

Se non sai cosa siano e come si usino i Percorsi di lettura di Largo Consumo vai su www.largoconsumo.info/percorsi

PRODUZIONE

Mercati alimentari

[Visualizza tutti i PL dell'area "Alimentare"](#)

Beverage: La produzione, la distribuzione e i consumi del mercato delle bevande

[Visualizza tutti i PL dell'area "Beverage"](#)

Alimentari freschi: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Alimentare fresco"](#)

Grocery Persona: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Grocery Persona"](#)

Grocery Casa: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Grocery Casa"](#)

Tessile, abbigliamento, calzature, pelletteria e accessori

[Visualizza tutti i PL dell'area "Abbigliamento"](#)

Beni durevoli per la casa e la persona

[Visualizza tutti i PL dell'area "Beni durevoli"](#)

DISTRIBUZIONE

Moderna Distribuzione: canali, formati e contesti di acquisto

[Visualizza tutti i PL dell'area "Distribuzione"](#)

CONSUMATORI

La propensione alla spesa e umore rispetto ai consumi

[Visualizza tutti i PL dell'area "Consumatori"](#)

COMUNICAZIONE

Comunicazione: Promozioni, Fidelizzazione del cliente, Pubblicità e PR.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Comunicazione"](#)

LOGISTICA

Logistica: sistemi e servizi collegati alla filiera dei beni di consumo

[Visualizza tutti i PL dell'area "Logistica"](#)

RISORSE UMANE

Risorse umane: La loro valorizzazione nella filiera dei beni di consumo.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Risorse umane"](#)

AMBIENTE ED ENERGIA

Ambiente ed energia: implicazioni economiche e di marketing nel largo consumo

[Visualizza tutti i PL dell'area "Ambiente ed energia"](#)