



WWW.LARGOCONSUMO.INFO

INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL RETAIL

Riferimento: PL-0306-018

Percorso di lettura aggiornato al n. 03/06 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

Il presente documento in **versione interattiva** è scaricabile all'indirizzo
www.largoconsumo.info/032006/PL-0306-018.Pdf

RIFERIMENTI:

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

IN APPENDICE:

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

LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA

E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

Largo Consumo

Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo

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

Pianeta Distribuzione

Rapporto annuale sul grande dettaglio internazionale

Un'analisi ragionata delle **politiche** e delle strategie di sviluppo dei **grandi gruppi distributivi internazionali**, food e non food e di come competono con la **distribuzione locale** a livello di singolo Paese. **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.

L'OSSERVATORIO D'IMPRESA DI *Largo* *Consumo*:

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



I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 18, lunghezza 2 Pagine

Sfida ai retailer italiani

Tempi duri per le aziende italiane di abbigliamento. Alla stagnazione dei consumi e alla deflazione, si somma la crescente presenza di leader internazionali che accresce notevolmente il livello dell'offerta nel mercato. Dall'indagine di Ispita Ltd emerge che l'ampiezza dell'offerta, il posizionamento su fasce di prezzo basse, il rinnovo dell'assortimento, l'esperienza di acquisto ecc., rendono le insegne internazionali estremamente appetibili per il consumatore italiano.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [Mix di prodotti abbigliamento uomo -A/I 2005 \(in %\)](#)
- Posizionamento abbigliamento donna - P/E 2005 (opzioni/shopping bag)

Citati:

Benetton, Celio, Conbipel, Extyn, Gas, Guru, H&M, Ispira Ltd, Mango, Marlboro, Max&Co, Miss Sixty, Motivi, Oltre, Oviessa, Piazza Italia, Pimkie, Sisley, Stefanel, Stile di vita, Terranova, Upim, Zara
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 20, lunghezza 2 Pagine

Investire in Cina

A tre anni dall'accesso della Cina al Wto, il graduale processo di implementazione del Protocollo di adesione prosegue senza ripensamenti da parte di Pechino. Conformemente agli accordi siglati nel 2001, l'1 giugno e l'1 luglio del 2005 sono entrate in vigore due leggi che aprono agli investitori il settore della distribuzione nel mercato cinese. Per capire la portata delle due leggi....

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: Porti, zone franche e aree economiche speciali in Cina

Citati:

Moftec
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 27, lunghezza 1/2 pagina

Il retail italiano secondo Jones Lang Lasalle

La minore offerta di prodotti di qualità frena gli investimenti internazionali nel settore retail ma non rallenta la domanda. Secondo lo studio "Italian retail capital markets bulletin" nei primi 9 mesi del 2005 gli investimenti diretti hanno toccato i ...milioni di euro, in calo del ...% in meno al 2004. In base alle stime di Jlls il 2005 dovrebbe chiudersi con un volume totale di transazioni pari a in ... miliardi di euro, in flessione del ...% rispetto al picco del 2004.

Citati:

Altarea, Bnl Fondi Immobiliari, Henderson Global Investors, Jones Lang LaSalle (Jlls), Pillar Properties, Pradera, Sonae Sierra, UniEco.
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 28, lunghezza 1/2 pagina

Original Marines: pronto allo sbarco un piano di investimenti

Il 2005, si è concluso con un fatturato di oltre ... milioni di euro e un risultato ante imposte di milioni, in progresso, rispettivamente, del ... e del ...% rispetto al 2004. I ... punti di vendita (...dei quali in franchising) attualmente operativi sul territorio nazionale saliranno a ... entro il 2008. Ha come principali target di riferimento neonati, bambini e ragazzi, dai quali deriva ... % del giro d'affari totale. partnership commerciali con Warner Bros e Wwe (World wrestling entertainment.)

Citati:

Imap export, Looney Tunes, Original Marines, Warner Bros, World wrestling entertainment (Wwe)
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 85, lunghezza 6 Pagine

Il settore cerca nuovi modelli

Distribuzione: cresce la concentrazione fra imprese, si fa più "chirurgica" l'espansione estera e il multiformato è d'obbligo. Le supercentrali, anche in Italia, tornano a muovere lo scacchiere. I grandi gruppi integrati continuano a crescere: tutti o quasi hanno continuato a svilupparsi nel corso dell'anno, sia pure con ritmi sostanzialmente diversi da un'impresa all'altra. In altre parole, la corsa all'aumento delle dimensioni continua, con alcuni protagonisti in prima linea.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [I principali mercati in sviluppo per la distribuzione](#)
- [Le quote di mercato delle principali centrali a giugno 2005 \(in %\)](#)

Citati:

Proposte editoriali sullo stesso argomento:



Titolo CENTRI COMMERCIALI, OUTLET, IMMOBILIARISMO COMMERCIALE - Percorso di lettura
Codice [PL-0206-010.pdf](#)
Edizione 02/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo FRANCHISING - Percorso di lettura
Codice [PL-0306-014.pdf](#)
Edizione 03/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Wal-Mart, Acqua e Sapone, Ada, Adm, Agorà, Ahold, Alidis, Aligros, Ams, AS Watson, AT Kearney, Auchan, Barilla, Carrefour, Casino, Centrale Emd, Centrale Italiana, Coin, Comptoirs Modernes, Conad, Conad-Leclerc, Coop, Crai, Danone, Despar, Docks de France, Duoglas, ED, Edeka, EP, Eroski, Esd, Esd Italia, Esselunga, Europiù, Euroshopper, Federcom, Federdistribuzione, Francioni Riccardo, Gillette, Global Retail Development Index, Grdi, H&M, Ica, Indicod-Ecr, Inditex, Interdis, Intermarché, Iri Infoscan, Italia Distribuzione, Kaufland, Kingfisher, La Rinascente, Lidl, Marionnaud, Media Markt, Metro, Metro, Morrison, Obi, P&G, Pepsi Co., Praktiker, Preto Danilo, Real, Rewe, Saturn, Schwarz Group, Selex, Sephora, Sigma, Sisa, Tengelmann, Tesco, Zara
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 91, lunghezza 1 Pagina

I driver dell'internazionalizzazione

Franchising: il franchising italiano all'estero conta ... player e ... negozi. Gli stranieri da noi sono il...%. Per cui l'ostacolo è culturale. Secondo i dati emersi dalla ricerca realizzata da Eff in ... Paesi europei, il mercato dell'affiliazione coinvolge attualmente ... imprese franchisor e circa ... punti di vendita, per un fatturato complessivo di ... miliardi di euro. Negli ultimi 7 anni...

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [Il franchising nei principali Paesi europei: 2005](#)

Citati:

Assofranchising, Eff, European franchising federation, Fiorelli Graziano, Hopra Carol, World franchising council
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 98, lunghezza 2 Pagine

Spagnoli alla conquista

Distribuzione: dal Paese iberico arrivano alcune delle più interessanti formule di distribuzione specializzata. I nomi di punta sono quelli di Zara e Mango... Ma c'è di più. In Spagna il franchising rappresenta oltre il ...% del commercio al dettaglio, con un fatturato nel 2004 che sfioramilioni di euro. Ci sono catene, franchisor e attualmente gli affiliati sono passati a fine 2004 ai

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [Il franchising spagnolo: 1998-2004 \(in milioni di euro e in unità\)](#)

Citati:

Asociación española de franquiciadores, Associazione spagnola del franchising, Bershka, Camper, Fiera di Vigo, Fluxà Antonio, Inditex, Kiddy's Class, Mango, Massimo Dutti, Oysho, Pull and Bear, Sif&Co, Stardivarius, Zara, Zara Home
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 20, lunghezza 1/2 pagina

Politiche premianti per Crai

Le stime indicano un giro d'affari al dettaglio di ... milioni di euro, una crescita del ...% rispetto al 2004. Costituita nel 1973 la Soc. cooperativa Crai, conta attualmente ... soci, ... affiliati centrali e circa ... punti di vendita su tutto il territorio nazionale. Presente a Malta dal 1994 con ... punti di vendita. Ha fatto recentemente il suo ingresso in Svizzera con ... esercizi commerciali nel Canton Ticino, grazie all'accordo siglato con.....

Citati:

AcNielsen, Alisa Alimentari, Mecades, Metro, Moto, Pa.Di.Al., Piaceri Italiani, Promotre, Rewe Schweiz Ag, SuperCentro
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 26, lunghezza 2 Pagine

Le strategie del trade

Un biennio di incertezza socio-economica e una ripresa che non accenna ad arrivare sono i temi ricorrenti presso i consumatori italiani e più in generale europei. Quali allora le prospettive della distribuzione per il 2006? 3: lo sviluppo delle private label, (in Italia pesano a valore ..%, +..% annuo ponderato annuo dal 2000), le concentrazioni (attraverso acquisizioni e alleanze), una internazionalizzazione più razionale, e recupero della redditività.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [I modelli di consumo emergenti e innovazione per la distribuzione](#)

- [Le percezioni sull'andamento dell'economia](#)

Citati:

AcNielsen, Ahold, Auchan, Metro, Npv, Tesco, Wal-Mart
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 32, lunghezza 1/5 di pagina

Carrefour – Tesco Taiwan



Carrefour, ha recentemente annunciato di avere siglato un accordo bilaterale con Tesco grazie al quale, Presi- Carre, la joint venture tra il Gruppo Carrefour e il gruppo Presidente a Taiwan, acquisirà Tesco Taiwan per ... mln di euro. Le attività di Tesco a Taiwan comprendono .. iperi (.. apriranno a inizio 2006). Grazie a tale acquisizione, il gruppo distributivo francese arriverà a gestire, nel 2006, circa .. ipermercati.

Citati:

Aeon, Ahold, Carrefour, Chris Cash & Carry, Endi, Gima, PresiCarre, Gruppo Presidente, Tesco
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n°pagina 33, lunghezza 1/5 di pagina

Ahold – Julius Meinl

Il gruppo distributivo olandese Ahold ha concluso l'acquisto di ... punti di vendita siti nella Repubblica Ceca dal gruppo austriaco Julius Meinl, per una cifra che supera i ... milioni di euro....continua...

Citati:

Ahold, Julius Meinl
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n°pagina 35, lunghezza 1/2 pagina

Le indicazioni del Mopic

Chiusi i battenti dell'edizione 2005, la rassegna dell'immobiliare commerciale e della distribuzione di Cannes sta assumendo sempre più una caratura internazionale, e può ormai considerarsi punto di riferimento essenziale del settore, dopo avere richiamato operatori dai 5 continenti: 7.200 partecipanti provenienti da 68 Paesi (+...% sul 2004), oltre 1.500 insegne e 783 società espositrici.

Citati:

Aguirre Newman, Allianz Immobilien, Axa Reim, Bosa, CB Richard Ellis, Corio, Douglas, EB Games , Foruminvest , Franck Provost, Gamestop Corporation, Geni Polska, Geox, La Perla del Qaar, Mopic Award, New Yorker, Nordic Council of Shopping Centers, Rodamco, Tchibo, Westfield
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n°pagina 87, lunghezza 1/4 di pagina

Orizzonti esteri per Policentro & Co

Nell'occasione del Mopic La Policentro e Cogest hanno fornito dettagli relativi alle in Russia e Cina. A Mosca è previsto un centro con .. negozi, un grande iper e .. grandi superfici specializzate, a Panjin sorgerà un centro di .. mila mq, .. sale cinematografiche, mentre a Pechino si sta lavorando a un imponente progetto, il Leonardo Italian Center, patrocinato dal governo italiano per promuovere il "Sistema Italia".

Citati:

Cogest Italia, Leonardo Italian Center, Mopic, Policentro, Policentro Engineering & Service, Promocentro Italia, Town Center Rijeka
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n°pagina 89, lunghezza 1/6 di pagina

Intimissimi alla conquista degli Usa

Franchisor & Franchisee: Il brand italiano di abbigliamento intimo entra in grande stile nel mercato americano grazie all'accordo siglato con Victoria's Secret, divisione di per la commercializzazione delle sue collezioni sul mercato americano. Alla prima boutique, inaugurata nell'ottobre scorso all'..., seguiranno altre ... aperture tra la fine del 2005 e l'estate 2007...continua...

Citati:

Calzedonia, Easton Town Center , Intimissimi, Intimo3, La Perla, Limited Brands Inc., Tezenis, Victoria's Secret
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n°pagina 130, lunghezza 1/5 di pagina

Il cuore di Ikea batte a Piacenza

Inaugurato a Piacenza il secondo deposito di Ikea, destinato a servire gran parte del Sud Europa. La nuova struttura logistica si affianca a quella già attiva da qualche anno e presenta impianti dotati di tecnologie avanzate per lo stoccaggio e la movimentazione. Il nuovo deposito occupa una superficie di ...mila mq, di cui ...mila coperti, capaci di ...mila posti pallet. Il Warehouse management system ha una capacità di memoria di ... terabyte.

Citati:

Ikea, Le Mose, Reggi Roberto, Wrigstad Staffan
Notizia



Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 87, lunghezza 1/5 di pagina

Crai entra in Svizzera

La società cooperativa approda sul mercato elvetico grazie a un accordo siglato con Rewe Schweiz Ag dal socio Pa.Di.Al. di Piacenza, capofila del Polo Crai Nord, uno dei ... poli operativi sul territorio nazionale. L'intesa, che prevede l'acquisizione da parte di Pa.Di.Al. delle attività di distribuzione di Rewe Schweiz nel Canton Ticino, si svilupperà in due fasi: ...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 89, lunghezza 1/6 di pagina

Sign-A-Rama sbarca in Italia

Franchisor & Franchisee: Il primo franchisor al mondo nel settore della comunicazione visiva con oltre ... centri in ... Paesi, ha inaugurato in via Donizetti, a Milano, il primo punto di vendita affiliato in Italia. Gli obiettivi della società in Italia sono ambiziosi (la stima è infatti di ... aperture nel medio periodo), ma sostenuti dalle considerevoli potenzialità del settore.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 31, lunghezza 1/6 di pagina

Metro Inc - A&P Canada

Importante acquisizione nella grande distribuzione canadese: a metà agosto, Metro Inc ha annunciato la conclusione dell'acquisto per ... mld di \$ della società di distribuzione alimentare A&P. Grazie a tale operazione, Metro arriverà a disporre di ... tra grandi superfici alimentari e discount (insegne Metro, Metro Plus, Super C, A&P, Dominion, Loeb, Food Basics e Ultra Food & Drug) e di oltre ...farmacie.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Le principali operazioni di merging & acquisition](#)

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 33, lunghezza 1/2 di pagina

Ikea pianifica la crescita

Politiche e strategie: Per il colosso svedese dell'arredamento e le forniture per la casa, l'anno commerciale 2005 si è concluso con un giro di affari di ... mld di euro, in progresso del ...% sull'esercizio precedente. Il gruppo ha realizzato nell'esercizio appena terminato un fatturato di ...mld di euro (+...%).

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Le vendite di Ikea in Italia: 2000-2004 \(mln di euro e in %](#)

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 98, lunghezza 1

Vendere all'americana

Nuovi concept: Le formule che si incontrano negli Usa non hanno eguali in quanto a originalità e stravaganza. Ecco una breve raccolta di esempi che lancia un messaggio agli operatori italiani.

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 15, lunghezza 2 pagine

Convenienza al potere

Secondo la rilevazione esclusiva di GDI, il ruolo quasi egemonico svolto dal prezzo condiziona le strategie commerciali e il futuro stesso dei retailer europei. Il senso di precarietà sembra condizionare l'atteggiamento del consumatore che resta consumista ma spendendo il meno possibile. Il successo di Wal-Mart e Zara si fonda sulla forza dell'organizzazione e la ferrea disciplina della filiera. Secondo Wsl strategic retail in futuro per retailer ci sarà ... continua...

Articolo

Largo Consumo 10/2005 pg 75

Nuove vie per lo sviluppo

Internazionalizzazione del retail: 3 le tendenze in atto. 1) Fine dell'internazionalizzazione dispersa (o si è leader in un certo Paese o si preferisce concentrare gli sforzi altrove.), 2) lo sviluppo multiformato e multiinsegna (non si resta fedeli al proprio format storico), 3) la grande flessibilità nelle strategie di entrata su nuovi mercati (meno tempo dedicato alla sperimentazione, e ingresso nel Paese con più pdv contemporaneamente).

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Le variabili fondamentali per l'internazionalizzazione delle imprese retail e loro interrelazioni](#)

- [La concentrazione prevista nel settore grocery per macroaree \(quota dei primi 10 retailer in %\)](#)

Citati nell'articolo:



Aziende e Istituzioni: Aeon, Ahold, Aligros, Auchan, Benetton, Berska, Carrefour, Casino, Castorama, Ce.Di Marche, Champion, Coin, Colors & Beauty, Dia, Esselunga, Giacomelli, Golden Point, Hennes&Mauritz (H&M), Inditex, Intermarché, Inverso, Ito-Yokado, Kroger, Leader Price, Lidl & Schwartz, Massimo Dutti, Massmart, Max Mara, Mercadona, Metro, Miroglio, Norgesgruppen, Oysho, Percassi, Pick'n Pay, Rewe, Sephora, Shop Rite, Target, Tengelmann, Tesco, Wal-Mart, Woolworths, Yves Rocher, Zara.

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 90

L'Italia nel mirino di El Corte Inglés

Raggiunta la coeprtra pressoché totale de mercato domestico, il gruppo spagnolo sta preparando l suo ingresso in Italia, e precisamente a Roma....continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 91, lunghezza 1/5 di pagina

Prink scommette sull'Europa

La sua specializzazione è la distribuzione di prodotti di consumo per la stampa da computer o in digitale. Nata a Bologna nel 2001, Prink ha chiuso il 2004 con un fatturato di ... mln, sviluppato da una rete commerciale di ... punti di vendita in Italia e circa ... all'estero [...] la struttura aziendale comprende anche le succursali PrinkIberia e PrinkFrance, operanti rispettivamente in Spagna e Francia.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 25

Cbd e Vindemia

Fusioni e acquisizioni: Due operazioni per Casino Guichard. Il retailer e la famiglia Diniz, hanno firmato un accordo di partnership grazie al quale Casino, già azionista di minoranza, potrà esercitare il controllo di Cbd (Cia Brasileira de Distribucion), leader della distribuzione alimentare brasiliana. L'investimento, per Casino Guichard, è di oltre ... milioni di euro che permetteranno [...] Casino ha anche acquisito un'ulteriore quota in Vindemia, retailer del gruppo Bourbon.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Le principali operazioni di fusioni e acquisizioni](#)

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 90

H&M guarda a Oriente

La catena di abbigliamento svedese ha chiuso il secondo trimestre dell'anno in corso con un fatturato di ... mld di euro, (+...%). Il risultato non ha però soddisfatto completamente gli analisti di Stoccolma, i quali sottolineano l'esiguità dei margini di guadagno dovuto all'aumento dei costi di gestione. Hennes & Mauritz sta perciò ampliando i piani di sviluppo che coinvolgeranno, con l'apertura di ... punti di vendita, gli Stati Uniti, la Russia e, in seguito, l'Asia.continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 90

Douglas si espande

Francia: La catena di profumerie, appartenente a Douglas holding AG, ha ulteriormente rafforzato la sua posizione sul mercato francese con l'acquisizione di gruppo Levigne, attivo nel settore con 150 punti di vendita (35 diretti e 115 in franchising) con insegna Elytis. Alla base dell'operazione....continua...

Notizia

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

Bernardi sbarca in Russia

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

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n° pagina 86, lunghezza 1/5 di pagina

Caractère si espande nel Far East

L'espansione sui mercati internazionali dell'insegna ammiraglia del gruppo Miroglio procede a ritmo costante, soprattutto nel Far East, dove sono stati siglati quattro accordi di partnership con operatori locali. In Corea (con Hyunday, ... pdv), Malesia e Thailandia (con Berjaya, ... pdv), in Cina (con Chinatex, ... pdv) e Giappone (con Aoi, ... pdv). Miroglio ha ricavato nel 2004 907 mln (-...% sul 2003).

Notizia



Largo Consumo, fascicolo 7/2005, n° pagina 75, lunghezza 1/5 di pagina

Più visibilità con Ref Italy

Franchisor&Franchisee: Nell'ambito della partnership stretta tra Publievent e ExpoFar, organizzatore del Salone internazionale dedicato al franchising in Russia, è stato lanciato il progetto Ref Italy per agevolare l'ingresso e accrescere la visibilità dei marchi italiani in una delle aree economicamente più promettenti per il mercato europeo...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 7/2005, n° pagina 19, lunghezza 1/2 pagina

Gruppo Teddy: l'espansione continua

Politiche e strategie: Negli ultimi anni l'Italia ha visto nascere e crescere imprese che hanno fatto propria la formula innovativa del pronto moda che ha nella rapidità e flessibilità il proprio punto di forza rispetto al tradizionale modello del programmato. Teddy è tra queste: nel 2004 ha fatturato ... milioni (+...%).

Notizia

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

Lo stato del settore distributivo: Le 10 tendenze globali in atto

1-Internazionalizzazione selettiva e molto attenta al conto economico.2-La crescita organica e le acquisizioni mirate accrescono la dimensione media dei leader .3-II non-food assume un ruolo di primo piano.4- L'ipermercato appare in difficoltà.5- Emergendo competitivi modelli di soft-discount. 6-Focus generalizzato sul core business.7-Concentrazioni nel settore non-food.8-I discount nel non food.9- Modernizzazione di profumerie e farmacie.10- Ripensamento distributivo anche nei mercati del lusso

Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 3

Le prime 50 imprese della grande distribuzione nel mondo: 2003

Ricavi interni e internazionali e settore di attività relativamente a: Wal-Mart stores,Carrefour,Home Depot,Koninklijke Ahold n.v,Kroger,Metro Ag,Target,Tesco, Costco Wholesale, Sears, Roebuck, Rewe gruppe, Itm,Safeway,Albertson's,Aldi (stima),Jc Penney,Walgreen,Schwarz Group-Lidl & co,Lowe's,Edeka,Auchan,E. Leclerc,Ito-Yokado,Tengelmann,Aeon (Jusco),Cvs,Sysco,K-mart,J sainsbury,Pinault-Printemps-Redoute,Casino,Best buy,Comcast,Supervalu,Coles myer,Groupe delhaize,Publix,Woolworths e altri...

Tipologia: Tabella

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 20

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

Vendite, risultato di esercizio. n pdv, superficie tot, n. addetti, vendite per mq e nq per pdv relativi a Carrefour,Esselunga,Auchan-Rinascente (Iper),Sma-rinascente (Super),S.s.c. Società sviluppo,Finiper,Unicoop Firenze,Coop adriatica,Metro,Iper montebello,Lombardini holding,Iper Magenta,Bennet,P.a.c. 2000 (conad),Coop Lombardia,Supermercati Pam,Aspiag italia (Despar),Conad Tirreno,Coop Estense,Coop NordEst,Panorama (Pam),Nova coop,Nordiconad,Marr,Il Gigante,Conad Romagna Marche, e altri...

Tabella

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 25

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

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

Tabella

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 10

I principali gruppi distributivi operanti in Italia: Conad

Il 2° operatore italiano è il gruppo Conad (ricavi 2003: ... mld, +...%). Dispone di oltre ... punti di vendita e ... mln di mq (+...%) di sup. Nel 2004 ha venduto per ... milioni di euro (+...%) cui vanno sommati i ... milioni di € prodotti dai ... pdv Rewe Italia. La quota di mercato, compresa Rewe, si è attestata al ...%. Il gruppo tedesco Rewe è presente in Italia con ... punti di vendita a insegna Standa, ... Billa e ... hd Penny, con un giro d'affari complessivo di ... mld di €. Conad è anche partner di E. Leclerc.

Notizia



Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 10, lunghezza

I principali gruppi distributivi operanti in Italia: LaRinascente

A cavallo tra il 2004 e il 2005 per il gruppo Rinascente è cambiato tutto: prima l'uscita dalla Borsa, poi la cessione al gruppo Auchan del residuo ...% del ramo alimentare (iper Auchan e super Sma) e del bricolage (Sib). Queste attività avevano ricavato nel 2003 ... miliardi di euro, con ... pdv. All'inizio del 2005 sono state cedute ala cordata ..., ..., ... e ... le catene La Rinascente e Upim, che nel 2004 avevano venduto per ... milioni (... milioni di euro nel 2003), con un totale di ... pdv.

Notizia

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 11

I principali gruppi distributivi operanti in Italia: Carrefour

Carrefour Italia ha un giro d'affari di ... mld, con ... pdv, ... collaboratori, e una quota di mercato del ...%. Carrefour ha acquisito il ...% di Sviluppo Alimentare (gruppo Aligros), che in Puglia opera con ... pdv (diretti non), con ricavi per ... mln. Carrefour ha portato la sua quota in Finiper dal ... al ...%. Le vendite consolidate 2004 del gruppo Finiper sono state di ... ml, di cui ... mld con ... iper, e ... mln col gruppo Unes, (... pdv tra diretti e non). Entro il 2007 aprirà altre ... grandi unità commerciali.

Notizia

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 18

La distribuzione moderna non alimentare in Italia: elettronica di consumo

Leader in Italia è Metro con l'insegna Media World, (ricavi 2003: ... mld con ... pdv). Unieuro (Dixons) ha ricavato nel 2004 ... mln (+...), con un totale di ... negozi e ... mila dipendenti. Nel 2003 il raggruppamento Gre ha fatturato ... miliardi (+...%), il raggruppamento Elite, (composto da ... soci) ha ricavato ... mln con ... pdv, (+...%). Infine hanno aperto in Lombardia ... pdv a insegna Darty (... miliardi nel mondo), e ... a Torino, segnando l'ingresso del gruppo Kesa (... mld worldwide) in Italia. -Fine

notizia-

Notizia

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 29

[Competere radicati nel territorio. Intervista ad Antonino Gatto, presidente di Despar](#)

Distribuzione food:

- Quali sono le prospettive del settore alimentare nel nostro Paese dal suo osservatorio?
- Quali prospettive sono prevedibili per le imprese della cosiddetta distribuzione organizzata in in mercato sempre più concentrato? Quali sono le principali strategie di Despar in Italia per i prossimi anni?
- Quali prospettive vedete per le differenti tipologie nel nostro Paese? Ritene che l'hard discount sia destinato ad aumentare le sue quote di mercato anche in Italia?

Notizia

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 31

[Un concept vincente. Intervista a Danielle Bryner, responsabile pr di Hennes & Mauritz Italia e Svizzera](#)

Distribuzione specializzata:

- Può spiegarci quali sono i punti chiave del successo internazionale di H&M, in un mercato maturo come l'abbigliamento?
- Nel 2003 l'azienda è entrata in Italia. Può dirci se i risultati sono in linea con le vostre aspettative e se l'Italia potrà divenire un mercato importante per voi?
- In molti Paesi H&M adatta format e assortimenti in funzione delle localizzazioni; possiamo aspettarci differenti declinazioni di H&M anche in città medio-piccole del nostro Paese?

Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 29

[Una formula che si fa in tre. Intervista a Mario Maiocchi, presidente e direttore generale di Metro Italia](#)

Cash& Carry:

- Quali sono le principali caratteristiche dei format che Metro adotta per adattarsi a diverse configurazioni di mercato e a quali tipologie di clientela si indirizzano? Proponete anche prodotti a marchio in differenti settori merceologici, qual è il loro peso nell'assortimento complessivo, come sono posizionati in relazione alle marche nazionali?
- Oltre ai prodotti, che servizi proponete per facilitare il lavoro dei clienti professionali, che sono da tempo il cuore del vostro target?



Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 33

[Un concetto "total beauty". Intervista ad Angelo Cagliani, presidente di Nekst \(Colours & Beauty\)](#)

Franchising e dintorni (accessori moda):

- Quali sono i più significativi tratti della domanda e della distribuzione nel vostro settore e quali tendenze prevedete a medio termine? Quali sono i tratti peculiari del vostro format distributivo e i principali elementi di innovazione?
- Quali principali difficoltà avete incontrate per lo sviluppo internazionale? Come vi siete adeguati alle specificità dei differenti mercati?

Quali sono le principali caratteristiche che voi cercate nei nuovi franchisee?

Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 35

[Un mix sorprendente. Intervista a Yann Ducarouge, responsabile commerciale di Lollipop](#)

Franchising e dintorni (accessori moda e bigiotteria):

- Quali sono i più significativi tratti della domanda e della distribuzione nel vostro settore e quali tendenze prevedete a medio termine?
- Quali sono i tratti peculiari del vostro format distributivo e i principali elementi di innovazione?
- Quali principali difficoltà avete incontrate per lo sviluppo internazionale? Come vi siete adeguati per tenere conto delle specificità dei differenti mercati?

Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 39

[Intimo da export. Intervista all'ufficio marketing di Goldenpoint](#)

Franchising e dintorni (calzetteria):

- Quali sono le caratteristiche peculiari del vostro format distributivo e i principali elementi di innovazione?
- La vostra impresa è presente anche all'estero, in quali Paesi? Quali sono le principali difficoltà incontrate per lo sviluppo internazionale?
- La vostra azienda si è sviluppata molto rapidamente nel nostro Paese, quali sono le principali caratteristiche cercate nei nuovi franchisee?

Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 40

[Fashion oltre la moda. Intervista ad Aniello Rosa, titolare di Inverso-Gruppo Maha spa](#)

Franchising e dintorni:

- Quali sono le caratteristiche della domanda e della struttura distributiva più significative nel settore abbigliamento e quali tendenze prevedete a medio termine?
- Può descrivere sinteticamente le caratteristiche peculiari del vostro format distributivo e i principali elementi di innovazione?
- La vostra impresa è presente anche all'estero? Quali modifiche sono state apportate alla formula o all'organizzazione per tenere conto delle specificità dei differenti mercati?

Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 41

[Le opportunità del bricolage. Intervista a Paolo Alemagna, amministratore delegato di Obi Italia](#)

Distribuzione specializzata:

- Ritieni che l'Italia abbia recuperato il ritardo con altri Paesi nel settore del bricolage?
- Quali sono le tendenze più importanti che prevede per il nostro Paese? Come procede lo sviluppo in Italia di Obi dopo l'accordo con Coop?
- Alcune delle principali imprese del settore a livello europeo stanno diversificando le formule distributive, con l'introduzione di un format discount; anche Obi sta operando in tale direzione in Italia?

Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 43

[L'Italia degli shopping center preme sull'acceleratore. Intervista a Rita Fiori, segretario generale Cncc \(Consiglio nazionale dei centri commerciali\)](#)

Centri commerciali:

- Anche per il 2005, il nostro Paese appare in prima linea a livello europeo per quanto riguarda lo sviluppo. Quali sono secondo lei le ragioni di questo dinamismo italiano a fronte di trend molto più lenti in altri Paesi europei?



- Le attività dell'Associazione stanno ormai diventando un appuntamento fisso per capire lo stato del settore e le sue dinamiche, quali sono le principali manifestazioni programmate per il 2005?

Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 44

Largo ai developer professionali. Intervista a Gaetano Lepore, senior portfolio manager Europe di Henderson

Centri commerciali:

- L'arrivo degli investitori istituzionali in Italia è relativamente recente. Quali ragioni hanno spinto la sua società a questo ingresso?

- Spesso gli investitori istituzionali nel nostro Paese acquistano Centri già affermati, ma non s'impegnano in progetti di nuova creazione a causa delle incertezze amministrative; è così anche per la sua azienda?

- Ci può descrivere quali caratteristiche deve possedere il centro commerciale "ideale" per la sua azienda?

Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 74

Calma piatta con qualche faro

Lo stato distributivo dei Paesi dell'Europa Occidentale: Francia, Germania, Gran Bretagna, Olanda, Belgio, Spagna, Svizzera, Finlandia.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I punti di vendita al dettaglio alimentari: 1999-2003 (numero)

- I punti di vendita al dettaglio non alimentari: 1999-2003 (numero)

- Le prime 20 imprese europee della distribuzione grocery: 2003 (numero pdv per paese e per insegna)

- Le variazioni del pil, dei consumi e dei prezzi: 2003-2005 (in % su totale)

- Polazione, pil, consumi: 2003

Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 15

La distribuzione moderna non alimentare in Italia: Abbigliamento

I grandi magazzini continuano a soffrire, stretti tra ipermercati, catene specializzate e factory outlet. Coin e Benetton hanno perso nel 2004 ... e ... milioni rispettivamente[...] Le catene della moda italiana, come Prada, Giorgio Armani e Versace hanno subito un rallentamento [...] Aumenta la presenza delle insegne Louis Vuitton, Brooks Brothers, Burberry e delle spagnole Zara e Mango. [...]In forte sviluppo la formula dei "factory outlet centre" [...] continua...

Notizia

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 18

La distribuzione moderna non alimentare in Italia: Bricolage/Fai da te

Il settore del bricolage gode di eccellente vitalità. In testa vi sono le due catene del gruppo Auchan, Bricocenter e Leroy Merlin, che nel 2003 hanno totalizzato ricavi complessivi di ... milioni di euro (+...%). Nel 2004 Castorama (gruppo Kingfisher) con ... punti di vendita ha realizzato un giro d'affari di ... milioni di euro (+...%). La catena di ... punti di vendita a insegna Obi (Tengelmann) ha registrato un giro d'affari lordo di ... milioni di euro (+...%). – Fine notizia breve-

Notizia

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 18

La distribuzione moderna non alimentare in Italia: Profumerie

Nel settore delle profumerie dominano la tedesca Douglas (ricavi 2003-2004 di ... milioni di euro, con ... dipendenti) e le francesi Marionnaud e Sephora, seguite dall'italiana Limoni con ... punti di vendita. - Fine notizia –

Notizia

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 18

La distribuzione moderna non alimentare in Italia: Arredamento

In prima posizione c'è Mercatone Uno, con ricavi 2003 di ... milioni euro (+...%).[...]Ikea Italia dispone di ... punti di vendita con ricavi 2003 di ... milioni di euro (+...%).[...]Conforama, che controlla già Emmezeta (... milioni di euro (+...% nel 2003), ha aperto in Italia[...] Il gruppo Semeraro con vendite di...mln, attraverso ... unità di vendita. [...] L'insegna Muji (oggettistica e abbigliamento) ha aperto a Milano, e fa capo al gruppo Ryohin Keikaku (giro d'affari totale di ... mln di euro nel 2003....continua...

Notizia

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 18

La distribuzione moderna non alimentare in Italia: Articoli sportivi



Nel segmento degli articoli sportivi, si è conclusa la vicenda Giacomelli Sport [...] Banca Profilo e gruppo Camuzzi hanno rilevato ... negozi, con ... dipendenti. Nel 2004 le vendite sono state di ... milioni di euro [...] Cisa Sport nel 2003 ha registrato vendite per ... milioni di euro (+...%) con ... punti di vendita[...] I ricavi italiani della francese Decathlon Sport nel 2003 sono arrivati a quasi ... milioni di euro (+...%) con ... unità di vendita...continua...

Notizia

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 85

[Lo stato distributivo dei Paesi dell'Europa Occidentale](#)

I principali accadimenti nel mondo del retail, le principali imprese della distribuzione grocery e le principali imprese della distribuzione non alimentare (vendite e pdv) relative a: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Gran Bretagna, Grecia, Irlanda, Lussemburgo, Norvegia, Olanda, Portogallo, Spagna, Svezia, Svizzera.

Tabella

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 80

[Le imprese della grande distribuzione alimentare in Europa Occidentale: 2003 \(Italia esclusa\)](#)

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

Tabella

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 82

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

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

Tabella

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 93

[Piovono investimenti, ma il cammino è lungo: Lo stato distributivo dei Paesi dell'Europa Orientale](#)

I principali accadimenti nel mondo del retail, le principali imprese della distribuzione grocery e le principali imprese della distribuzione non alimentare (vendite e pdv) relative a: Bulgaria, Repubblica ceca, Estonia, Lettonia, Lituania, Polonia, Romania, Russia, Repubblica Slovacca, Slovenia, Turchia e Ungheria.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Evoluzione dei punti di vendita alimentari: 1999-2003 (numero) nell'Europa Orientale
- Le variazioni del pil, dei consumi e dei prezzi: 2003-2005 (in % su totale) nell'Europa Orientale
- Popolazione, pil, consumi: 2003 nell'Europa Orientale

Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 98

[Le imprese della grande distribuzione alimentare e non alimentare in Europa Orientale: 2003](#)

I gruppi attivi in Europa Orientale per Paese di attività, Vendite e Profitti e variaz. % sull'anno, n addetti e variaz. % sull'anno, vendite per addetto. L'evoluzione dei punti di vendita non alimentari nei Paesi dell'Europa Orientale: 1999-2003

Tabella

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 100

[Crescita continua con qualche intoppo: Lo stato distributivo di Stati Uniti e Canada](#)

I principali accadimenti nel mondo del retail, le principali imprese della distribuzione grocery e le principali imprese della distribuzione non alimentare (vendite e pdv) relative a: Stati Uniti e Canada

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Le imprese della GD non food negli Usa: 2003 (numero pdv per paese e per insegna)
- Le imprese della grande distribuzione grocery negli stati uniti d'america: 2003
- Le imprese estere presenti: 2003 di Stati Uniti e Canada
- Le prime 50 imprese di supermercati: 2003 di Stati Uniti e Canada
- Popolazione, Pil: 2003-2004 di Stati Uniti e Canada
- Punti di vendita al dettaglio alimentari: 1999-2003 (numero) di Stati Uniti e Canada
- Punti di vendita al dettaglio non alimentari: 1999-2003 (numero) di Stati Uniti e Canada



- Variazione pil, prezzi al consumo di Stati Uniti e Canada
Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 106

Una lenta ripresa: Lo stato distributivo dei Paesi del Centro e Sud America

I principali accadimenti nel mondo del retail, le principali imprese della distribuzione grocery e le principali imprese della distribuzione non alimentare (vendite e pdv) relative a: Argentina, Brasile, Cile, Colombia, Messico, Perù, Venezuela

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Le imprese europee ed extraeuropee presenti (numero pdv per Paese e per insegna)
 - Le principali imprese distributive dei principali Paesi del Centro e Sud America
 - Le vendite al dettaglio dei principali Paesi del Centro e Sud America
 - Pdv al dettaglio non alimentari n: 1999-2003 (numero) dei principali Paesi del Centro e Sud America
 - Popolazione, Pil dei principali Paesi del Centro e Sud America
 - Punti di vendita al dettaglio alimentari: 1999-2003 (numero) dei principali Paesi del Centro e Sud A.
 - Variazione Pil e prezzi al consumo dei principali Paesi del Centro e Sud America
- Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 118

Segnali di modernizzazione: Lo stato distributivo dei Paesi di Medio Oriente e Africa

I principali accadimenti nel mondo del retail, le principali imprese della distribuzione grocery e le principali imprese della distribuzione non alimentare (vendite e pdv) relative a: Arabia Saudita, Egitto, Marocco, Sud Africa.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Le imprese europee ed extraeuropee in Medio Oriente e Africa (numero pdv per Paese e per insegna)
 - Pdv al dettaglio alimentari: 1999-2003 (numero) dei principali Paesi di Medio Oriente e Africa
 - Pdv al dettaglio non alimentari n: 1999-2003 (numero) dei principali Paesi di Medio Oriente e Africa
 - Popolazione, Pil dei principali Paesi di Medio Oriente e Africa
 - Variazione Pil e prezzi al consumo dei principali Paesi di Medio Oriente e Africa
- Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 111

Sviluppo a tutta forza: Lo stato distributivo dei Paesi di Asia e Oceania

I principali accadimenti nel mondo del retail, le principali imprese della distribuzione grocery e le principali imprese della distribuzione non alimentare (vendite e pdv) relative a: Cina, Corea del Sud, Filippine, Giappone, Hong Kong, India, Indonesia, Malesia, Singapore, Taiwan, Thailandia, Vietnam, Australia, Nuova Zelanda.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Pdv al dettaglio non alimentari n: 1999-2003 (numero) dei principali Paesi di Asia e Oceania
 - Popolazione, Pil dei principali Paesi di Asia e Oceania
 - Punti di vendita al dettaglio alimentari: 1999-2003 (numero) dei principali Paesi di Asia e Oceania
 - Variazione Pil e prezzi al consumo dei principali Paesi di Asia e Oceania
 - [Le imprese della grande distribuzione in Asia e Oceania: 2003](#)
- Articolo

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

Le nuove sfide di Segafredo Zanetti

Franchisor&Franchisee: dopo l'apertura della prima caffetteria a Parigi 20 anni fa, oggi il gruppo controlla 350 pdv, e punta a 500 entro il 2007.
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n° pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

Crescita costante per Mail boxes

Franchisor&Franchisee: +...% il fatturato nell'area di competenza di Mbe Italia: Italia, Spagna, Germania, Austria e Ungheria. La convenzione con Sviluppo Italia porterà a nuove aperture. Ormai il network ha raggiunto la significativa dimensione di ... punti affiliati e la recente convenzione con sviluppo Italia porterà all'apertura di al altri ... centri, di cui 7 già aperti... Continua...
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 91

Teddy guarda a Est



Il 2004 si chiude nel migliore dei modi per il network italiano di pronto moda proprietario della catena Terranova
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n°pagina 95

La Cina sceglie un partner italiano

Franchisor&Franchisee: Made in It, titolare del portale infofranchise.com è diventata media partner dell'Associazione cinese del franchising per introdurre le imprese del settore nel mercato cinese.
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n°pagina 83

Mexx scommette sull'Italia

Franchisor&Franchisee: Mexx, insegna di abbigliamento in franchising del gruppo Liz Claiborne (365 milioni di euro nel 2003) entrerà in Italia con tre negozi a Milano, Cagliari e Palermo.
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n°pagina 83

Lino's Coffee cresce all'estero

Franchisor&Franchisee: La catena nata a Parma da una idea di Lino Alberini punta ad espandersi in Europa dell'Est e nei Paesi Arabi con partner locali.
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n°pagina 21, lunghezza 1/2 di pagina

L'avanzata di Obi in Italia

Con ... milioni di euro di fatturato nel 2004 contro i ... dell'anno precedente, Obi è a quota ... negozi nel nostro Paese. La strategicità del nostro Paese per questa insegna è testimoniata anche dalla...Continua...
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2005, n°pagina 91

La scommessa di Spar International

In partnership con l'azienda locale Radhakrishna Foodland, Spar International ha inaugurato il primo punto di vendita in India, nell'area di Mumbai. La strategia condivisa dai due partner è focalizzata sull'implementazione di una rete multiformato, dal convenienze store all'ipermercato. In quest'ottica saranno siglati...continua...
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2005, n°pagina 93

Metro debutta in Moldova e Serbia

Metro ha scelto il format dei cash and carry per esordire nei mercati di Moldova e Serbia. Il gruppo intende pianificare altre 6 unità a breve termine, confermando le sue mire strategiche in tutto l'Est Europeo. Con le nuove aperture, assommano a 30 i paesi in cui...continua...
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2005, n°pagina 18

Locale, multicanale e sviluppo internazionale

Globalizzazione e concorrenza: l'evoluzione della gdo nazionale e internazionale può essere letta e interpretata analizzando i fenomeni di concentrazione e revisione dei format, sviluppo dei discount e forte utilizzo della leva promozionale; processo di internazionalizzazione che stanno caratterizzando i principali Paesi europei.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La pressione promozionale nella GDO
 - Modello: lo scenario evolutivo della distribuzione italiana e internazionale
- Articolo

Largo Consumo, fascicolo 12/2004, n°pagina 24, lunghezza 1/2 di pagina

Mobili francesi alla conquista dell'Italia

Conforama, azienda francese numero due al mondo nel settore dell'arredamento per la casa con un fatturato pari a ... miliardi nel 2003 e ... punti di vendita in ... Paesi Europei, punta sull'Italia in collisione con Ikea. Conforama, che controlla già Emmezeta punta molto sul proprio format e referenze, oggi costituito per il ...% dall'arredamento, per il ..% dal bruno e grigio, il ...% dal bianco , il ...% accessori e ...% altro ...Continua...
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 12/2004, n°pagina 184, lunghezza 1/5 di pagina

La sfida Stati Uniti-Europa



La classifica dei 100 retailer mondiali della distribuzione, realizzata in esclusiva per Lsa conferma il dominio americano, lo sfondamento di Tesco e l'emergere di nuove opportunità di crescita esterna sullo scenario di un ritorno alla centralità della concentrazione. L'Europa si avvantaggia in numero di imprese, ma gli Usa sono superiori ...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 5/2004, n°pagina 105, lunghezza 1/7 di pagina

Ikea all'attacco

Giappone: Cresce l'interesse del colosso svedese dell'arredamento nei confronti del Paese del Sol Levante, sia per l'importanza finanziaria che l'operazione comporterebbe, sia per le peculiarità del mercato nipponico. Ikea ha cominciato i lavori.....Continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2004, n°pagina 214, lunghezza 1/5 di pagina

Buoni i risultati all'estero per Rewe (da Lebensmittel Zeitung)

Rassegna stampa internazionale: Il gruppo Rewe ha definito il 2003 uno degli anni migliori della storia aziendale. I proventi al lordo delle imposte sono cresciuti del ...% a quota ... milioni di euro. Il fatturato è stato di ... miliardi, in progresso del ...% sul 2002, soprattutto grazie alle vendite effettuate all'estero che hanno sostenuto maggiormente la crescita rispetto ai ricavi domestici. Il gruppo è infatti presente in ... Paesi europei...Continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2004, n°pagina 215, lunghezza 1/5 di pagina

Il successo della distribuzione nell'export (da Lebensmittel Praxis)

Rassegna stampa internazionale: I primi 6 retailer tedeschi generano insieme un giro di affari di circa 210 miliardi di euro. Di cui il ... è ottenuto sul mercato nazionale. Tengelmann e Metro insieme occupano le posizioni di testa quanto a vendite all'estero: il primo ha realizzato più del ...% dei propri ricavi oltre confine, il secondo il ...%. In rapida espansione in questi ultimi anni anche il gruppo Swartz con il ... % dei ricavi fuori dalla Germania.....Continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 2/2004, n°pagina 69

Dodici mesi di grandi manovre

Panorama distributivo internazionale: E' stato un anno dinamico, quasi memorabile: razionalizzazioni, concentrazioni, riconsiderazione delle strategie. Non sono mancate però clamorose cadute e altrettanto clamorosi rialtoni.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Box: Il discount ci riprova. Il 2003 è stato l'anno che ha confermato e rafforzato questo format

- I 10 big della distribuzione internazionale e il numero dei loro punti di vendita: 2000-2002

- La top ten della distribuzione internazionale a seconda delle vendite: 2000-2002 (in .000 di euro)

Citati nell'articolo:

Ahold, Aldi, Asda, Au Marché Vrac, Auchan, B&Q Warehouse, Bernardi, Bon Appetit, Brico Depot, Bricoman, But, C&A, Carrefour, Casino, Castorama, Centrale Adriatica, Choyo, Coin, Comet, Conad, Coop, Darty, Dixon, Edeka, Famiglia Agnelli, Fiat, Giacomelli Sport, H&M, Home Depot, Hyparlo, Ica, Intermarché, Ipercoop, Italia Distribuzione, Itm, Kesa, Kingfisher, La Rinascente, Laurus, Leclerc, Leroy Merlin, Longoni Sport, Marks & Spencer, Metro, Mintel, Morrison, Norgesgruppen, Parti prix, Postalmarket, Promodès, Rewe, Safeway, Sainsbury, Schwartz, Seiyu, Superdrug, Tesco, Us Food Service, Vet Affaire, Wal-Mart, Woolworth

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 2/2004, n°pagina 103

Nuance all'aeroporto Pearson

Specialista nel retail aeroportuale, il gruppo Nuance (jv paritetica Gecos-Stefanel) ha ottenuto la concessione duty free per lo scale internazionale Lester B. Pearson di Toronto. La concessione, della durata di ... anni prorogabili di altri ..., è valevole per ... locazioni per una superficie totale di ... mila mq. Il fatturato complessivo stimato per il prossimo decennio è di ...continua...

Citati nell'articolo:

Gecos, Nuance, Stefanel

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 2/2004, n°pagina 102

Sisa si espande



Grecia: Sisa, in partnership con un gruppo di operatori greci, ha costituito Sisa Hellas, società a capitale misto che sancisce l'ingresso della catena italiana nel mercato ellenico. La strategia del nuovo gruppo di acquisto prevede ...continua...
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 2/2004, n° pagina 97

Nord Ingros entra in Despar

Con l'ingresso di Nord Ingros (...punti di vendita, ... cash & carry e ... piattaforme logistiche) nella compagine associativa, Despar Italia completa il presidio dell'insegna sul territorio nazionale. I programmi di sviluppo prevedono l'apertura di ... unità di circa ... mq l'una. Nord Ingros ha chiuso il 2002 con ricavi per ... milioni (+...) e un'attesa per il 2003 a quota ... milioni.

Citati nell'articolo:

Despar, Despar Market, Eurocash, Nord Ingros
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2004, n° pagina 69

Carrefour cresce in Piemonte e Toscana

Carrefour apre inaugura il CC "Il Parco" di Cadenzano (FI) con una superficie pari a ... mq,m nel quale è insediato il proprio quarto Iper in Toscana, sviluppato su una superficie di ... mila mq ospitante ... esercizi. Un'altra grande superficie è stata inaugurata anche a Collegno (To) portando così a ... il numero di Iper sul territorio nazionale, nell'ambito del CC "La Certosa", collocato su un'area di ... mila mq, ospitante ... esercizi e ... attività di servizio ...Continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2004, n° pagina 70

Sonae Immobiliare scommette sull'Italia

Il gruppo portoghese di progettazione, realizzazione e gestione di centri commerciali consolida la propria posizione sul mercato italiano, definendo investimenti per circa ... milioni relativamente due investimenti a Brescia e a Pavia. Nei prossimi ... anni l'azienda intende sviluppare altre ... strutture per le quali dovrebbero essere stanziati ... milioni di euro. L'azienda è controllata per il ...% da Sonae Sgps e dagli inglesi di Grosvenor...Continua...

Citati nell'articolo:

Espansione Commerciale, Grosvenor, Orio Center, OrioGest, Sonae Immobiliare, Sonae Sgps
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2004, n° pagina 70

Partner d'oltreoceano per gruppo Rinascente

Simon Property Group, big statunitense nel settore dell'immobiliare commerciale ha siglato un accordo con la Rinascente per una joint venture nello sviluppo di gallerie commerciali per un accordo valutati ... milioni di euro che ha portato alla costituzione di Gallerie commerciali Italia nelle quali sono confluite le attività di Rinascente relative al settore. Il ...% è stato invece ceduto agli americani per una cifra pari a milioni ...Continua...

Citati nell'articolo:

Chiomenti, Gallerie Commerciali Italia, Grande Stevens, JP Morgan, La Rinascente, Mediobanca, Simon property
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2004, n° pagina 71

Terranova sbarca a Narbonne

Francia: La catena del pronto moda appartenente al gruppo Teddy ha inaugurato a Narbonne il primo punto di vendita monomarca d'oltralpe. Come sottolinea il condirettore generale del network Pierluigi Marinelli[...]. Recentemente, Terranova ha aperto nuovi esercizi a Stettino, Odessa, Madera, e Ashdod [...]. Con le ultime aperture, salgono a ... i pdv terranova nel mondo...continua...

Citati nell'articolo:

Marinelli Pierluigi, Orsay, Pimkie, Promod, Teddy, Terranova
Notizia



COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 88

[Sisa - Strumenti e strategie per affrontare le sfide del mercato italiano e internazionale](#)

Le interviste: Il presidente Sergio Cassingena ci parla dei più importanti progetti di Sisa, in Italia e in Europa, in una fase congiunturale non facile per il mercato, confermando che l'internazionalizzazione è un forte obiettivo della società.

Comunicazione d'impresa- Serie "**[Le interviste](#)**"

Largo Consumo 4/2005 pg 129

[Sonae Sierra - Il 2004, l'anno del consolidamento per Sonae Sierra](#)

Focus: Nel 2004 la società - allora ancora chiamata Sonae Immobiliaria - ha consolidato la propria posizione in Europa come società leader specialista di centri commerciali e leisure, aprendo cinque nuove strutture in Spagna e Brasile

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

PUBBLICITÀ TABELLARE:

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 112, lunghezza 1

[Douglas - 100 profumerie in Italia](#)

Ci stiamo preparando a festeggiare in ottobre il traguardo raggiunto con 100 filiali, un traguardo che non rappresenta un punto d'arrivo, bensì uno stimolo, un punto di partenza per fare ancora meglio in futuro. 100 punti vendita in Italia, la stessa filosofia e lo stesso impegno nel perseguire un obiettivo comune: offrire sempre il meglio attraverso la massima professionalità e cortesia.

Pubblicità – "**[Tabellare](#)**"

Largo Consumo 9/2005 pg 126

[Retailp.com è l'unico servizio indipendente che fornisce informazioni sui mercati immobiliari commerciali di tutta Europa.](#)

I nostri soci: Aareal bank, Adidas, Altarea promogerec, Apsys, Armand Thiery, Beg/Cefic, Benetton group, Camaieu, Carrefour, Claire's, Casino, Claire's, Douglas, Esprit, Fnac, Fornarina, Footlocker, Gescom Coop adriatica, Geox, Grandoptical, Groupe Zannier, Hammerson, Plc, Ikea, Immochan, Jones Lang lasalle, Nike, L'Occitane, Lvmh, Sephora, Upim, Unibail/Space expansion, Yves Rocher...

Pubblicità – "**[Tabellare](#)**"