

Percorso di lettura a cura di Largo Consumo  
 Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo  
[www.largoconsumo.info](http://www.largoconsumo.info)



Documento in **versione interattiva:**  
[www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-018.pdf](http://www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-018.pdf)

## FRANCHISING

### Costi del Percorso di lettura:

€ 234,50 (comprensivo iva) - non abbonati  
 € 160,50 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: [diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it](mailto:diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it)

**Aggiornato a:** Largo Consumo e supplementi

**Rif:** PL-0307-018

### 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](http://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. **Tabelle**, **grafici**, **commenti** giornalistici, **interviste** ai più accreditati esponenti del retail nazionale e internazionale, la rappresentazione **fotografica** delle più importanti e recenti **strutture commerciali** in Italia e all'estero su Pianeta Distribuzione.

#### Mercato Italia – Abbigliamento, Calzature e Pelletteria

#### 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

## 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.

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:

### I CONTENUTI EDITORIALI:

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 23, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Articolo

#### Valorizzare la "charity"

Etica e impresa: La corporate social responsibility è una leva importante di affermazione del brand. Uno dei canali di promozione del posizionamento desiderato del brand attraverso la charity diviene l'insegna dei punti di vendita a marchio, e tra le formule più potenti nel perseguire con coerenza la forza del progetto il franchising è il più adatto il sistema franchising si basa sulla definizione di un concept...

**Table, grafici e box a corredo:**

- Le sinergie tra responsabilità sociale e franchising

**Allegati:**

**Citati:** Camper, Còndina & associati, McDonald`s

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 83, lunghezza 3 pagine

**Tipologia:** Articolo

#### Affiliazione e fai da te

Franchising: Nei Paesi industrializzati si fa strada un settore non nuovissimo, ma dalla veste rinnovata: il bricolage. Nel brico la tendenza è verso la preferenza per la distribuzione moderna, piuttosto che per le piccole metrature che risultano poco competitive sul piano del servizio di informazione e di formazione del cliente.

Oggi, la spesa pro capite nel brico in Italia è pari al ...% di quella che si registra nel Regno Unito e addirittura un terzo di quella che si segnala in Germania

**Table, grafici e box a corredo:**

- Come il franchising favorisce la crescita del comparto brico
- I brand del comparto brico nel mondo
- **Il trend del fatturato della gds in Italia: 2004-2005 (in %)**

**Allegati:**

**Citati:** Aki, Bauhaus, Brico Io, Bricocenter, Bricofer, Bricoman, Briko Ok, Còndina e associati, Coop Lombardia, Di Benedetto Alessandro, Diomedei Eugenio, Filoramo Paolo, Gancia Andrea, Home Depot, Kingfisher, Leroy Merlin, Lowe's, Marketing trend, Menard's, Miceli Matteo, Obi, Praktiker, Pulcinelli Aldo, Pulcinelli Massimo, Rinascente, Sib (Società italiana bricolage), Università Bocconi di Milano, Venturoli Luca, Weldom

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 109, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

#### Imaginarium scommette sull'Italia

Franchisor & Franchisee: Imaginarium, l'insegna di prodotti per l'infanzia e la famiglia presente nella Penisola dal 2000, intende consolidare la strategia di espansione iniziata lo scorso anno avviando 6 nuove unità sul territorio. Imaginarium propone un approccio nuovo, creativo e stimolante al mondo dei bambini, che integra il tradizionale settore del giocattolo.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Gusella, Imaginarium, Rinascente



**Titolo:** Centri commerciali, Outlet e Immobiliarismo commerciale - Codice PL-1106-004

**Edizione:** 11/2006

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/112006/PL-1106-004.pdf](http://www.largoconsumo.info/112006/PL-1106-004.pdf)



**Titolo:**

Internazionalizzazione del retail - Codice PL-1106-012

**Edizione:** 11/2006

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/112006/PL-1106-012.pdf](http://www.largoconsumo.info/112006/PL-1106-012.pdf)



**Titolo:** Ristorazione commerciale - Codice PL-0307-001

**Edizione:** 3/2007

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-001.pdf](http://www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-001.pdf)

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 109, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Euronics**

Franchisor & Franchisee: Dal 2007, in tutti i punti di vendita dell'insegna sarà possibile acquistare prodotti e servizi di ogni operatore presente sul mercato italiano (H3g, Tim, Vodafone, Wind). Se in passato i soci e gli affiliati potevano scegliere se essere un retailer mono o multimarca, oggi potranno cogliere tutte le opportunità offerte da questo importante mercato, attraverso una formula unitaria, in grado di erogare un servizio uniforme su scala nazionale.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Euronics, H3g, Tim, Vodafone, Wind

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 109, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Anno record per il franchising Bricocenter**

Franchisor & Franchisee: Un ingente sforzo sull'attività di sviluppo della rete e le iniziative di espansione del network in affiliazione, hanno comportato un incremento della superficie di vendita di circa .... mq, accompagnato da una crescita dell'organico pari a ... addetti.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Bricocenter, Progetto Franchising

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 109, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Parte da Tokyo Illy Espresso**

Franchisor & Franchisee: Il locale di Nihonbashi, il cuore commerciale della capitale nipponica, è il primo dei ... Espresso Illy che l'azienda triestina intende aprire nel mondo nell'arco dei prossimi 5 anni. Il progetto prevede un contratto di licenza con royalty annuale e offre, di contro, consulenza e sostegno nell'utilizzo e nella progettazione su misura di modelli architettonici distintivi per il bar, l'ambientazione e la formazione.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Illycaffè, Trazzi Luca

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 148, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Articolo

**Quali manager per il franchising**

Professioni: Il franchise manager è una figura professionale che si sta definendo nel mercato, con una job description che gli deriva direttamente dai diversi obiettivi e dalle diverse esperienze che le aziende franchisor attivano per il ruolo: non coincide con il retail manager e non è un direttore commerciale, racchiude le competenze del business manager e del direttore vendite, ma deve anche saper formare e motivare le persone che tuttavia non riportano a lui ma sono figure indipendenti.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

- Il franchise manager

**Allegati:**

**Citati:** Còndina & associati

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2007, n° pagina 72, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Master rileva Vobis e Strabilia**

Vobis e Strabilia passano di mano ed entrano nella sfera di titolarità di Master dopo l'omologa della richiesta di concordato delle società in amministrazione straordinaria del gruppo Tecnodiffusione. La società acquirente, che da oltre due anni gestiva le insegne con un contratto d'affitto di ramo d'azienda, ha annunciato un piano industriale rilancio delle due catene.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Master, Strabilia, Tecnodiffusione, Vobis



**Titolo:** Abbigliamento giovane e pronto moda - Codice PL-0307-014

**Edizione:** 3/2007

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-014 .pdf](http://www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-014.pdf)



**Titolo:** Abbigliamento junior - Codice PL-1206-006

**Edizione:** 12/2006

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/122006/PL-1206-006.pdf](http://www.largoconsumo.info/122006/PL-1206-006.pdf)



**Titolo:** Abbigliamento intimo - Codice PL-1006-002

**Edizione:** 10/2006

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:**

[www.largoconsumo.info/102006/PL-1006-002.pdf](http://www.largoconsumo.info/102006/PL-1006-002.pdf)

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2007, n° pagina 73, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Vola l'affiliazione Mondadori**

Franchisor & Franchisee: Un giro d'affari di ... di euro sviluppato da ... insegne e ... punti di vendita. Queste le cifre chiave del 2006 relative al settore delle librerie in affiliazione, alle quali ha contribuito in misura sostanziale Mondadori franchising. Attualmente la rete affiliata rappresenta il ...% del fatturato totale, in crescita del ...% sul 2005. Il network conta complessivamente ... negozi, di cui ... librerie Mondadori e ... edicole, spazi destinati alla vendita di periodici e libri.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Mondadori franchising

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2007, n° pagina 73, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Le opportunità di Bagatt**

Franchisor & Franchisee: Una strategia di sviluppo aggressiva e un'immagine forte e distintiva hanno trainato il marchio di calzature e accessori di tendenza verso risultati importanti. Le ultime aperture portano Bagatt in ... Paesi nel mondo con oltre ... negozi, diretti e in franchising, la metà dei quali in Italia.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Bagatt

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2007, n° pagina 73, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Griffe scontate nell'outlet**

Franchisor & Franchisee: La formula dell'outlet entra nel mondo del franchising quale alternativa al tradizionale negozio monomarca. Griffe and Stock propone infatti prodotti di abbigliamento e accessori di marche affermate a prezzi scontati in quanto appartenenti alle collezioni precedenti.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Griffe and Stock

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2007, n° pagina 73, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il nuovo traguardo di Original Marines**

Franchisor & Franchisee: Il marchio campano di abbigliamento casual per la famiglia ha archiviato il 2006 con ... punti di vendita (... sul territorio nazionale e ... in Europa, Asia, Africa e America del Sud), una tappa importante in vista del conseguimento degli obiettivi previsti dal piano di sviluppo, cioè il raggiungimento di ... unità entro il 2008. Il programma franchising prevede due format commerciali, family store e kid store.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Imap export, Original Marines

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2007, n° pagina 135, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Cresce il retail del leader dell'ottica**

Salmoiraghi & Viganò, leader del retail dell'ottica, ha chiuso l'esercizio 2005-2006 con risultati che consolidano quelli dello scorso bilancio, con un utile netto stimato in ... milioni di euro (... milioni ante imposte) rispetto al milione di euro dell'anno prima. Nonostante l'arresto dei consumi del comparto, le vendite hanno registrato il +...% passando dai ... ai ... milioni.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Salmoiraghi & Viganò



**Titolo: Infocommercio.it:**  
**le banche dati aggiornate**  
**dei FRANCHISOR**  
**selezionabili per regione e**  
**settore merceologico,**  
**contenenti informazioni**  
**anagrafiche e vincoli di**  
**adesione.**

**Edizione:** 3/2008

**Editore:** Infocommercio.it

**Link:**

[www.infocommercio.it/  
 pagine/banche-dati/gr  
 uppi-distributivi\\_fr  
 anchisors.php?LG](http://www.infocommercio.it/pagine/banche-dati/gruppi-distributivi_franchisors.php?LG)

**Spazio pubblicitario  
 disponibile**

**Per la segnalazione  
 di Report, Studi, Documenti  
 d'impresa e Comunicazioni  
 aziendali di prodotto in  
 questa rubrica:**

**Servizio Pubblicità e  
 Comunicazione di impresa**

E.mail:

[pubblicita@largoconsumo.it](mailto:pubblicita@largoconsumo.it)

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2007, n°pagina 39, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il circuito di Euroshop**

Franchisor & Franchisee: l'insegna si sta affermando per la sua formula commerciale innovativa. Nei negozi Euroshop è possibile scegliere tra vari prodotti che spaziano dalla bigiotteria alla cosmetica, dai giocattoli agli articoli per la casa, tutti al prezzo unitario di .. euro. Un modo per rendere lo shopping divertente oltre che economicamente conveniente, in quanto permette al consumatore di concentrarsi sulla scelta degli oggetti senza preoccuparsi del loro costo, che resta invariato.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Euroshop

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2007, n°pagina 39, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Lavazza investe in Italia**

Franchisor & Franchisee: sulla scia del buon andamento registrato dall'affiliazione nel settore ristorazione rapida e delle caffetterie, Lavazza ha deciso di espandere i propri coffee shop sul mercato domestico. Lo sviluppo del network, iniziato nel 1999 con l'acquisizione della catena spagnola "Il caffè di Roma", ha portato a .. i locali in franchising in Francia, Singapore e, in particolare, sul territorio iberico, con .. unità in Spagna e .. in Portogallo.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Catena spagnola "Il caffè di Roma", Lavazza

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2007, n°pagina 39, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**I concetti di Nextpeople**

Franchisor & Franchisee: il progetto franchising di Nextpeople ha radici nella produzione e commercializzazione di brand molto noti nel mondo dell'abbigliamento per bambini da 0 a 14 anni. Alle spalle dell'insegna c'è Aureli, azienda che da oltre trent'anni produce e opera con i marchi Magilla, Red Sound e Lorena'O, venduti in .. negozi multimarca e .. di proprietà, suddivisi tra outlet e factory store.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Advance, Aureli, Basic, Lorena 'O, Magilla, Next Arena, Nextpeople, Plus, Red Sound

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2007, n°pagina 39, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Segue espande la rete**

Franchisor & Franchisee: il marchio fiorentino di borse e accessori moda, nato nel 2001 per iniziativa della famiglia Zini, proprietaria del gruppo Abc (Accessories, bags and cosmetics, già produttore e distributore delle linee di accessori di United colors of Benetton e Sisley), ha chiuso il 2006 con .. nuove aperture sul territorio italiano, precisamente in Campania, Lazio, Piemonte, Sardegna, Sicilia e Toscana.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Abc, Sisley, United colors of Benetton, Zini

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2007, n°pagina 96, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il Franchising è giovane**

Età inferiore a ...anni, qualche soldo da parte (possono bastare ...euro), e tanta voglia di mettersi in proprio. Nel Nord-Ovest lombardo 7 nuovi franchisee corrispondono a questo identikit. Lo rilevano i dati di Erif aziende, divisione dell'immobiliare Erif real estate, che ha avviato un originale progetto per avvicinare chi propone i marchi e chi desidera intraprendere attività in franchising.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Assofranchising, Erif aziende, Erif real estate, Piacentini Enrico, Sviluppo franchising

*Mercato Italia Abbigliamento*, fascicolo 7/2006, n° pagina 6, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Articolo

**I canali distributivi dell'abbigliamento**

Nelle filiere della moda il dettaglio tradizionale cede terreno. Continua lo sviluppo delle catene di punti vendita diretti o in franchising. Anche la grande distribuzione organizzata continua a guadagnare quote. Il canale dei grandi magazzini non gode buona salute, mentre gli ambulanti perdono leggermente terreno con una quota scesa al ...%.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

- I consumi di abbigliamento e calzature in Italia: 1998-2004 (in mln di euro costanti 2000)
- Indice dei prezzi al consumo: 1980-2004

**Allegati:**

**Citati:** Burberry, Calzedonia, Coin, Ermenegildo Zegna, Ferragamo, Geox, Giorgio Armani, H&M, Inditex, Intimissimo, Intimo3, Louis Vuitton, Mango, Miroglio, Oviessa, Ralph Lauren, Rinascente, Tezenis, Upim

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2006, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

**Tipologia:** Breve

**Amplifon nei negozi Wal-Mart**

Il mercato Usa apre le porte ad Amplifon, il marchio italiano che da oltre ...anni è il più noto in tutto il mondo degli apparecchi auricolari. L'azienda milanese, fondata nel 1950 dall'inglese Charles Holland, ha avviato negli States il re-branding dei ... negozi attivi presso la catena Wal- Mart che, dalla vecchia insegna National hearing center, passano alla nuova Amplifon hearing aid centers.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Amplifon, Amplifon hearing aid center, Amplifon Miracle ear, Amplifon Somus, Holland Charles, National hearing center, Ultravox, Wal-Mart

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2006, n° pagina 23, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Non si arresta la corsa del franchising**

Un comparto in salute quello del franchising italiano. Il Rapporto di Assofranchising, realizzato in collaborazione con Quadrante, relativo ai dati previsionali del 2006, conferma un trend ininterrotto di crescita che risale agli anni Settanta, grazie al quale il giro d'affari toccherà i ...miliardi di euro, in progresso dell' ...% sul 2005.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

- **I principali indicatori del franchising in Italia: proiezioni 2005-2006**

**Allegati:**

**Citati:** Assofranchising, Quadrante

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, n° pagina 26, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Prosegue la marcia di Teddy verso Est**

Politiche e strategie: l'azienda di Rimini, presente in .. Paesi nel mondo con una rete di .. punti di vendita. Cresce l'interesse di Teddy per l'Europa dell'Est. A Erevan, in Armenia, ha aperto recentemente i battenti il primo negozio con insegna Terranova, uno spazio di .. mq affacciato sulla centralissima Abovian Street.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Calliope, CalliopeKids, Teddy, Terranova

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, n° pagina 93, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Progetto Prénatal**

Franchisor & Franchisee: l'azienda produttrice e distributrice di prodotti per la futura mamma e il bambino fino a 11 anni di età ha annunciato il nuovo piano di espansione all'estero. A partire dal 2007 Prénatal aumenterà la penetrazione della propria rete nell'Europa dell'Est e in Medio Oriente, attraverso un innovativo progetto di franchising internazionale.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Botteghe campane, Prenatal

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, n° pagina 93, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**La scommessa di botteghe campane**

Franchisor & Franchisee: la catena commerciale specializzata nella vendita di prodotti tipici dell'agroalimentare e dell'artigianato campano aprirà .. punti di vendita entro il 2007 in centri commerciali, aeroporti e località turistiche.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Botteghe campane

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, n° pagina 93, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Sogegross incrementa la rete**

Franchisor & Franchisee: l'ingresso di .. nuovi affiliati (.. supermercati Doro Centry e 11 discount Ekom) porta a .. il numero di punti di vendita del gruppo distributivo ligure, attivi in Liguria, Piemonte, Toscana, Emilia, Valle d'Aosta.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Doro Centry, Ekom, Sogegross

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, n° pagina 93, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Ubh entra nel capitale Grimaldi**

Franchisor & Franchisee: Ubh, la holding a capo di Intermediazione immobiliare Professione- casa, ha acquisito il ..% del capitale di Grimaldi franchising. Con l'accordo nasce un nuovo gruppo nel settore immobiliare e dei servizi correlati, formato da oltre .. agenzie su tutto il territorio nazionale.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Assirex, Grimaldi franchising, Intermediazione immobiliare Professionecasa, Multiplanet, Mutuistar, Mutuitime, Rexfin, Ubh

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, n° pagina 93, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il franchising "fa sistema"**

Franchisor & Franchisee: organizzata da Assofranchising in collaborazione con la Camera di commercio di Milano e con il patrocinio della Rappresentanza della Commissione europea, la prima Conferenza nazionale del franchising ha posto al centro del dibattito l'esigenza di concentrare gli sforzi per consolidare la crescita del settore.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Assofranchising, Fiorelli Graziano

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n° pagina 95, lunghezza 4 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Franchising: a che punto siamo?**

Consuntivi: nel 2005 l'Italia ha superato la Germania, attestandosi leader in Europa con oltre .. punti vendita affiliati, cresciuti in un anno del ..%. Il comparto in Italia conta .. addetti. Tra .. insegne censite da Assofranchising i settori più rappresentativi sono: +..% nell'abbigliamento e +..% nel creditizio-immobiliare; la distribuzione organizzata con .. insegne conta più di .. punti vendita, e vale il +..% del fatturato totale. L'affiliazione commerciale si sviluppa nei Paesi asiatici.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

- Box: arrivederci in fiera
- I numeri del franchising: 2005 (in % e in unità)
- Il franchising in varie nazioni europee: 2004-2005 (in unità e in miliardi di euro)

**Allegati:**

**Citati:** Assofranchising, Athletes World, Autogrill, Barbieri Massimo, Bata, Bata city, Bata factory store, Bata superstore, Bimbus, Blockbuster, Bnl, Brums, Calliope, Calliope-Kids, Canino Giorgio, Carrefour, Castiglioni Paolo, Cii, Compar, Confimprese, Corti Massimo, DiperDi, Edicolé, Euronics, Expo Cts, Fif (Federazione italiana franchising), Fontana Casanova, Franchising&Trade, Fuser Giorgio, Game Rush, Gavazza, Get, Ghidelli Maurizio, Gs, H&M, Kasanova, Kipoint, Mail Boxes etc, Marinelli Pierluigi, McDonald´s, Mondadori franchising, Penati Paolo, Pirelli RE franchising, Preca Brummel, Rai Trade, Salmoiraghi&Viganò, Schinaia Pasquale, Shop Project, Sonato Albino, Sviluppo Italia, Teddy, Terranova, Unicredit, Vettore Bruno, Vistasi, Zara

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il comparto si consolida**

Franchisor & Franchisee: Il 2005 si conclude con un ulteriore aumento del ...% del giro d'affari, pari a oltre ... miliardi di euro, dei franchisor (... , +...%), dei franchisee (... , +...%) e del personale occupato (... , +...%).

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Assofranchising, Quadrante

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Fila investe nel retail**

Franchisor & Franchisee: Il negozio inaugurato recentemente nel centro commerciale di Limbiate, nei pressi di Milano, è il terzo aperto dall'insegna nel corso degli ultimi mesi, preceduti dagli opening di San Marino e Fiorenzuola d'Adda (Pc). Dotato di una superficie di 100 mq, il nuovo Fila store propone, oltre alle usuali collezioni di abbigliamento sportivo, il cosiddetto modello "Fila adatto".

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Fila

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Naracamicie cresce a Milano**

Franchisor & Franchisee: Salgono a ... i punti di vendita in franchising dell'insegna, ... dei quali operativi in Italia e la quota residua nel resto del mondo. Il nuovo opening dà impulso alla strategia di espansione dell'insegna.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** NaraCamicie



*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Fill-up a ritmo costante**

Franchisor & Franchisee: Il progetto franchising di Fill-Up procede a ritmo costante, grazie alla duplice specializzazione dell'azienda attiva nel settore della rigenerazione e ricarica di cartucce per stampanti e, contemporaneamente, produttrice di macchinari tecnologicamente all'avanguardia. Dal dicembre 2005 a oggi il numero dei punti di vendita affiliati è passato da ... a ...; l'obiettivo è di raggiungere la soglia delle ... aperture in Italia e avviare l'espansione all'estero.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Fill-Up

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Gli obiettivi di Alcott**

Franchisor & Franchisee: L'ingresso nel mercato tedesco rappresenta un ulteriore passo del percorso di internazionalizzazione intrapreso dall'azienda del gruppo Capri. Il brand partenopeo di abbigliamento per tutta la famiglia ha avviato un piano di espansione che interesserà, nel prossimo biennio, il mercato nazionale ed estero, in particolare il Medio Oriente.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Alcott, Capri

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 69, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**I passi in avanti delle catene**

Se nel mondo delle scarpe il grosso della canalizzazione appartiene ancora agli indipendenti, le insegne organizzate progrediscono. Ma quale velocità procede il loro cammino? I punti di vendita che propongono calzature e pelletteria sono, a fine 2004, ... nella sola categoria delle "attività principali. Mentre il ...% dei punti di vendita censiti dal Map appartiene a catene e a altre forme organizzative.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Anci, Athletes world, Bata, Bata city, Bata factory store, Bata superstore, Cinti, Compar, ComparBata, Family shop, Filando store, Filanto, Filograna, Filograna Antonio, Map (Ministero delle attività produttive), Mega shop, Pittarello, Reno, Sandy lane, Scarpe&Scarpe, Shop, Tosca Ilaria, Wto

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 70, lunghezza 2,3 pagine

**Tipologia:** Articolo

**La competitività va in rete**

L'affiliazione ha grandi elementi strategici per conquistare il mercato: dal know-how, alla ricerca. Oggi più che mai questa formula commerciale deve essere attentamente studiata a priori. La vera forza del franchising è nel filo invisibile che lega franchisor e franchisee e gli stessi clienti, forza che solo parzialmente è attribuibile al brand, ma molto di più alla coerenza dell'offerta commerciale e al mantenimento delle promesse relative al prodotto/servizio.

**Table, grafici e box a corredo:**

- Il modello input-output di riferimento
- Una case-history del settore alimentare

**Allegati:**

**Citati:** Conad, Còndina & Associati, Coop, Illy, Sainbury's

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Brico io più forte in Veneto**

Franchisor & Franchisee: Marketing Trend, la catena di Coop Lombardia attiva nel settore del bricolage con l'insegna Brico Io, ha inaugurato un nuovo punto di vendita affiliato a Rubano, il secondo nella provincia di Padova e l'ottavo nella regione Veneto. La nuova unità si presenta con una superficie di .. mq e un assortimento di oltre .. referenze.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Brico Io, Marketing Trend

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Mail Boxex etc. cresce in Puglia**

Franchisor & Franchisee: con i nuovi centri di Bari e Capurso (Ba), la principale rete italiana specializzata nel settore dei servizi postali, di comunicazione e di supporto alle attività di aziende e privati rafforza la sua presenza. I nuovi negozi presentano le caratteristiche tipiche della formula franchising di Mbe.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Mail boxes etc.

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Gli obiettivi di Kipoint**

Franchisor & Franchisee: è particolarmente ambizioso il progetto lanciato da Sda Express courier. La società del gruppo Poste Italiane intende infatti aprire .. negozi in franchising con insegna Kipoint, specializzata nella fornitura di servizi alle spedizioni, fotocopisteria, domiciliazione postale e nella rivendita di polizze assicurative, articoli di telefonia, cancelleria e cartoleria.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Poste Italiane, Sda Express courier

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Missis attenta agli affiliati**

Franchisor & Franchisee: il settore di competenza è quello della pelletteria, in particolare calzature, borse e accessori rigorosamente di tendenza. Missis, il marchio della società Toni2, si rivolge alle giovani donne con collezioni pronto moda che abbinano la qualità alla competitività dei prezzi.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Missis, Toni2

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Trudi investe nel retail**

Franchisor & Franchisee: dopo il successo del primo monomarca inaugurato nell'aeroporto di Orio al Serio (Bg) la società friulana, leader nel settore dei peluche di alta gamma, ha acquisito in blocco .. negozi di altri marchi in franchising e si appresta ad inaugurare .. punti di vendita entro il 2008, di cui .. nell'anno in corso.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Allison, Bain & Co. Italia, Binda, Elisabettrials, Gabel, Paladin Capital Partners, Trudi

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 169, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**New entry nel direttivo di Assofranchising**

Il Consiglio direttivo di Assofranchising accoglie tre nuovi rappresentanti: Massimo Barbieri (responsabile franchising Italia di McDonald's development Italy), Filippo Cartareggia (amministratore delegato di Gabetti property solution agency spa), Fabio Guglielmi (amministratore delegato di Rexfin spa).

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Aif, Assofranchising, Barbieri Massimo, Boni Claudia, Bottega Verde, Bottelli Paolo Massimiliano, Calzedonia, Cartareggia Filippo, Coin, Coreve, De Palma Stefano, Fiorelli Graziano, Gabetti, Giordano Gabriele, Gs, Guglielmi Fabio, Lavino Paolo, Mbe, McDonald's, Mercatino, Nicollo Maurizio, Perbellini Gianni, Pirelli & C. real estate franchising, Preca Brummel, Raimondi Bruno, Rexfin, Tecnocasa, Veronesi Sandro

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 182, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Calzedonia-Intimo 3**

Operazioni di concentrazione: l'operazione consiste nell'acquisto da parte di Calzedonia dell'intero capitale di Intimo 3. L'operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione. L'autorità delibera.....

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Calzedonia, Intimo3

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2006, n° pagina 81, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Articolo

**Agenzie viaggi nella rete**

Il comparto turistico conta oggi ...brand in franchising. Le reti presenti nel comparto dichiarano un investimento medio iniziale di ...euro, con un diritto di entrata (entry fee) medio di ...euro; il fatturato annuo dichiarato dalle reti ha valore medio di ...euro.

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

- Franchising e turismo (numero marchi, investimento, fatturato...)

**Allegati:**

**Citati:** Assofranchising, Corso Como 10, Viaggi del Ventaglio

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2006, n° pagina 87, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Puntolegno presenta Bricosmall**

Franchisor & Franchisee: Il consorzio italiano del bricolage ha lanciato il progetto BricoSmall, una nuova formula creata per sviluppare la rete con superfici comprese fra i ... e i ...metri quadrati. Puntolegno riunisce punti di vendita indipenden

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2006, n° pagina 87, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Bimbus rafforza la rete**

Franchisor & Franchisee: Il marchio di Preca Brummel, il gruppo specializzato nell'abbigliamento infantile, ha inaugurato il suo ...negozio in franchising. Il network, composto attualmente da ...negozi, sarà rafforzato da altre ...unità il cui network, composto attualmente da ...negozi, sarà rafforzato da altre ...unità.

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Bimbus, Preca Brummel

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2006, n° pagina 87, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Un sostegno da Confimprese e BNL**

Franchisor & Franchisee: L'accordo siglato da Confimprese del lavoro consentirà di finanziare, fino all'...% dell'investimento, l'avvio di nuove attività commerciali o lo sviluppo di quelle esistenti.

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** BNL (Banca Nazionale del Lavoro), Confimprese

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2006, n° pagina 144, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Franchising: istruzioni per l'uso**

Alcuni consigli pratici a chi intende sottoscrivere un contratto di affiliazione. Il titolare del marchio deve assicurare tutto l'appoggio necessario allo sviluppo di una sana attività di carattere imprenditoriale. L'adesione al sistema di franchising permette all'affiliato di usufruire della competenza e dell'esperienza del franchisor, che metterà a disposizione dell'affiliato tutto il suo patrimonio di conoscenze tecniche e commerciali relative alla gestione del punto di vendita.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

- Gli elementi da valutare da parte dell'affiliato
- I vantaggi del franchising per l'affiliato

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 23, lunghezza 1/2 pagina

**Tipologia:** Breve

**Miroglio scommette sul retail**

Miroglio sta spingendo sull'abbigliamento. Se la prima divisione rappresenta il ...% del fatturato complessivo, il fashion retail Vestebene vanta una rete di ... punti di vendita, destinata a crescere di circa ... unità nel prossimo triennio. Il gruppo ha avviato un piano di rafforzamento dell'espansione, concretizzatosi recentemente con la firma della terza joint venture in Cina del valore di ... milioni di euro.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

- Alcune cifre chiave di Gruppo Miroglio: 2005

**Allegati:**

**Citati:** C'est Comme Ca, Caractère, Elegant Prosper, Elena Mirò, Inditex, Miroglio, Miroglio Carlo, Miroglio Franco, Miroglio Giuseppe, Motivi, Oltre, Sym, Vestebene

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 67, lunghezza 2,3 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Catene più robuste per l'abbigliamento**

Si può notare come i punti di vendita siano complessivamente in calo del ...% nel 2004 rispetto all'anno precedente. Un altro dato di notevole interesse che fornisce il Ministero è che nel periodo 2003-2004 sono stati soprattutto gli esercizi "sede" ad avere registrato un calo significativo, pari al ...%, mentre i punti di vendita "unità locale" sono al contrario aumentati del ...%. Il Map censisce... tra le gss, nel settore tessile/abbigliamento e pellicceria

**Tabella, grafici e box a corredo:**

- Box: Bernardi guarda ad Est

**Allegati:**

**Citati:** Balestra Aurelio, Bear, Bellini Pier Giorgio, Belmonte, Bernardi, Bershka, Camiceria Montegrappa, Cannella, Catherine Klee, Clayton, Costa Andrea, DeN, Di Tommaso Riccardo, Dutti Massimo, Forpen, Gb Sportelli, GoKids, H&M, Ids, Inditex, Inverso, Le Barche, Malcom, Ministero delle Attività produttive, Motivi, Postalmarket, Pull and Bear, Reno, Sirmoney, Sugar Club, Tank, Tosca Ilaria, Vestebene-Miroglio, Wings, WR Consulting, Zara, Zuiki

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 81, lunghezza 1/4 di di pagina

**Tipologia:** Breve

**Emilia Romagna allo sportello**

Franchisor & Franchisee: in collaborazione con Assofranchising, "Sportello franchising" offre assistenza e consulenza nell'avvio e nella gestione dei punti di vendita affiliati. In Emilia-Romagna opera infatti l'...% dei franchisor italiani, dato che posiziona la regione al terzo posto in Italia, alle spalle di Lombardia e Lazio.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Ascom, Assofranchising, Confcommercio

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 81, lunghezza 1/4 di di pagina

**Tipologia:** Breve

**McDonald's lancia il tfm**

Franchisor & Franchisee: I Il big del fast food e Pramerica life, la compagnia Ramo vita del gruppo statunitense Prudential financial inc, hanno sviluppato una soluzione assicurativo-previdenziale per i franchisee. La soluzione si basa sul tfm (trattamento di fine mandato).

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Barbieri Massimo, Giuliana Massimo, McDonald´s Italia, Pramerica life, Prudential financial inc.

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 81, lunghezza 1/4 di di pagina

**Tipologia:** Breve

**La formula di Naturasi**

Franchisor & Franchisee: La catena specializzata nella distribuzione di prodotti biologici ha inaugurato a Palermo il primo punto di vendita del Meridione A oggi la rete franchising di Naturasi conta ... punti di vendita.

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Naturasi, Sviluppo Italia

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 81, lunghezza 1/4 di di pagina

**Tipologia:** Breve

**Mail Boxes Etc. e le sue regole**

Franchisor & Franchisee: Il più grande network italiano specializzato nei servizi postali di comunicazione e di supporto alle attività di aziende e privati ha aperto a Milano il suo ...° negozio, portando a ... il numero dei centri sul territorio nazionale.

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Fiorelli Graziano, Mbe (Mail boxes etc.), Mbe Italia

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 111, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il franchising è su Monster.it**

Monster.it, leader nel recruiting on-line (oltre ... milioni di pagine viste al mese, più di ... milioni di visite mensili, ... utenti registrati e ...curricula) lancia un nuovo canale interamente dedicato alle offerte di lavoro nel mondo del franchising.

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** BeTheBoss Italia, Monster.it

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n° pagina 79, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Notizie dalla rete**

L'aspirante affiliato trova oggi nel web un formidabile alleato per raccogliere spunti molto utili a intraprendere la propria nuova attività: punto di partenza, i portali dedicati, ma anche ai siti delle Camere di commercio, delle aziende per la formazione delle imprese, delle strutture di consulenza. Vince la strutture che offre un'informazione a "griglia" con tutti i dati essenziali cioè un'informazione comparabile, interattiva, che sappia adeguarsi ai tempi della Rete.

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

- I siti dedicati al franchising
- La ricerca circolare delle informazioni nella Rete

**Allegati:**

**Citati:** Assofranchising, Còndina & Associati, Confcommercio, McDonald´s

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n° pagina 89, lunghezza 0,4 di di pagina

**Tipologia:** Breve

**Alla conquista della Sicilia**

Franchisor & Franchisee: Record di presenze alla nona edizione del Salone del franchising e del commercio innovativo, svoltosi a Catania a conferma dell'elevato potenziale offerto dal mercato siciliano Gli investimenti effettuati da ... catene (circa il ...% dei franchisor rilevati in Italia) ha portato a... il numero delle unità affiliate e a un fatturato di ... miliardi di euro.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Crai, Ecopoint, Pentapolis, Premio Consumabile, Salone del franchising e del commercio innovativo

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n° pagina 89, lunghezza 0,4 di di pagina

**Tipologia:** Breve

**La scommessa di Brico Io**

Franchisor & Franchisee: Marketing Trend, società del gruppo Coop Lombardia depositaria del marchio Brico Io, ha avviato un piano di sviluppo della rete in franchising, attualmente formata da ... punti di vendita affiliati e ... a gestione diretta.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n° pagina 89, lunghezza 0,4 di di pagina

**Tipologia:** Breve

**Le strategie di Keys**

Franchisor & Franchisee: Promosso nel 2005 con l'apertura dei primi negozi monomarca specializzati in calzature e accessori, il progetto di sviluppo in franchising della catena Keys ha costruito l'affermazione dell'insegna puntando decisamente sull'italianità dei prodotti, sul costante adattamento dell'offerta alle tendenze della moda e sul corretto rapporto qualità/ prezzo.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Keys, Miber Group

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n° pagina 89, lunghezza 0,4 di di pagina

**Tipologia:** Breve

**Levi Strauss sbarca a Torino**

Franchisor & Franchisee: Il leader mondiale del jeanswear ha scelto il capoluogo piemontese per lanciare il progetto franchising multimarca, da tempo oggetto della politica espansiva del marchio.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Cappelletti Luca, Levi Strauss, Levi Strauss Italia, Levi´s

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2006, n° pagina 85, lunghezza 3 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Punti di vendita come prodotti**

Uno degli aspetti poco discussi relativamente alle reti in partnership è quello relativo alla qualità dei partner franchisee e al turnover della rete. In realtà i partner franchisee vengono allontanati dalla rete dalla stessa casa-madre per ragioni principalmente riconducibili alla scarsa integrazione nel sistema organizzativo della rete – dalla mancata collaborazione con gli altri franchisee della catena allo scarso rispetto delle procedure, fino al parziale rifiuto delle regole della rete.

**Table, grafici e box a corredo:**

- Il processo collaborativo integrato
- Il retail integrato come leva di competitività
- L'evoluzione organizzativa delle reti distributive

**Allegati:**

**Citati:** Ambrosetti, As You wish, Camper, Còndina & Associati, Home Depot, Inditex, Li-Ning, Mango, Muji, Urban Outfitters, Wal-Mart, Zara

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2006, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Clichè si afferma negli accessori**

Franchisor & Franchisee: Il marchio si sta progressivamente affermando nel variegato settore dell'accessorio moda, grazie a una proposta merceologica che abbraccia una pluralità di categorie, cioè bigiotteria, articoli per capelli, make-up, orologi e occhiali da sole ecc. Sono ... i punti di vendita sul territorio nazionale, di cui ... a gestione diretta.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Clichè, Ferrante Raffaele

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2006, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Alla conquista della Cina**

Franchisor & Franchisee: Approdata in tempi recenti sul mercato cinese, la formula dell'affiliazione commerciale sta registrando una crescita del ...% annuo. I dati relativi all'inizio del 2006 parlano di .... catene e di una rete di .... punti di vendita. Il franchising cinese è ancora sostanzialmente immaturo, come dimostra la scarsa consistenza dei network (la media è di ... unità affiliate per ogni catena).

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2006, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Pixel scommette sui bambini**

Franchisor & Franchisee: Il franchising Pixel gravita nel mondo dell'abbigliamento per il bambino da ... a ... anni, la cui offerta, composta da tre linee total look Baby, Kid e Junior, è focalizzata sul contenuto stilistico e sulla competitività del prezzo.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Pixel, Pixel linea Baby, Pixel linea Junior, Pixel linea Kid, Tss (Total selling systems)

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2006, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Le opportunità di Cannella**

Franchisor & Franchisee: L'offerta è tarata sulle esigenze specifiche della clientela femminile di taglia cosiddetta comoda, cioè caratterizzata da una particolare vestibilità unita allo stile e alla raffinatezza. La formula franchising messa a punto dall'azienda, sul mercato nazionale con una rete di ... punti di vendita diretti e... in affiliazione.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Cannella

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2006, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Domea, progetto in ascesa**

Franchisor & Franchisee: Con la recente apertura dei punti di vendita di Catania, Agrigento, Lampedusa, Catanzaro e Campobasso salgono a ... gli affiliati Domea, l'insegna lanciata dalla società Sidea di Voghera, specializzata in arredamento e oggettistica per la casa.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Domea, Sidea

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

**Tipologia:** Breve

**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.)

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Imap export, Looney Tunes, Original Marines, Warner Bros, World wrestling entertainment (Wwe)

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

**Tipologia:** Articolo

**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

**Allegati:**

**Citati:** Assofranchising, Eff, European franchising federation, Fiorelli Graziano, Hopra Carol, World franchising council

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 96, lunghezza 1 Pagina

**Tipologia:** Articolo

**Le prospettive dopo la legge**

Franchising: la legge che regola il comparto, la legge ..., è stata pubblicata il ... ed è entrata in vigore il giorno successivo. Regola le due diverse fasi del rapporto franchisee-franchisor: quella di conoscenza e di valutazione della proposta di business. La nuova legge più severa produrrà una selezione naturale. Maggiori certezze attireranno nuovi franchisor.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

- Franchising: la normativa in Europa

**Allegati:**

**Citati:** Assofranchising, Còndina & Associati

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

**Tipologia:** Articolo

**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 sfiora ....milioni 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)

**Allegati:**

**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



*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il remodeling giova a Bricocenter**

Franchisor & Franchisee: Bricocenter chiude il 2005 con un giro d'affari di circa ... milioni di euro. Il network degli affiliati è passato da ...agli attuali ... punti di vendita. Particolarmente brillanti le performance realizzate dal cluster di franchisee Bricocenter che hanno partecipato al piano rilancio attraverso l'intervento di "remodeling". Nel corso del 2005 i primi dieci negozi aderenti all'iniziativa hanno registrato un aumento medio delle vendite...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Bricocenter

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Euroshop: tutto a 1 euro**

Franchisor & Franchisee: vasta offerta di prodotti venduti al prezzo unico di 1 euro. Obiettivo: rendere lo shopping piacevole e vantaggioso; consentire al consumatore di concentrarsi sulla scelta degli oggetti da acquistare senza preoccuparsi del loro costo. Lanciato nel 2001, ha superato il traguardo dei ... negozi. Nuova sede gestionale a Peschiera del Garda (Vr), alla quale si affiancherà il nuovo magazzino automatizzato di ... mq a Castelminio di Resena (Tv).

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Euroshop

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Maxi Zoo approda in Italia**

Franchisor & Franchisee: la società tedesca Fressnapf Tiernahrungs, cui fa capo la più grande catena europea nel settore degli alimenti e degli articoli per animali domestici con ... partner di franchising e oltre ... negozi, espanderà la propria rete commerciale in Italia con il marchio Maxi Zoo. L'apertura del punto di vendita di Treviso è la prima di un nutrito programma di sviluppo, destinato a coprire l'intero territorio nazionale con ... unità di proprietà e in franchising.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Fressnapf Tiernahrungs, Maxi Zoo

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il progetto Tucano**

Franchisor & Franchisee: Tucano si distingue per la sua accessibilità ad ampie fasce di potenziali affiliati, in funzione della loro capacità di investimento e dello spazio disponibile. L'azienda offre infatti la possibilità di scegliere fra tre diverse formule commerciali, classica, beauty-agency e bottega delle occasioni, opportunamente strutturare per la vendita di mobili e arredi per la casa, oggettistica e prodotti di artigianato etnico.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Il Tucano

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Naturhouse alla conquista dell'Italia**

Franchisor & Franchisee: già presente in Europa e in America con oltre ... centri, la catena spagnola di prodotti dietetici è arrivata anche nel nostro Paese, dove conta di replicare i risultati ottenuti all'estero. Dopo l'apertura del negozio pilota di Bologna e le successive inaugurazioni a Padova e Modena, la società è intenzionata a proseguire l'espansione, per raggiungere i ... punti di vendita entro il 2010.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Naturhouse

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 189, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Guida al franchising. Come diventare affiliato (edito da Franco Angeli)**

Segnalazione del volume: Oltre 700 franchisor e 42.000 franchisee sono i numeri che testimoniano il successo della formula dell'affiliazione in Italia. Il franchising permette infatti di creare un'impresa con metodologie sperimentate nel tempo e modulabili ai più svariati comparti merceologici (oltre 90 per l'esperienza italiana) e di poter usufruire dell'assistenza costante da parte del proprio franchisor.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Bonani Giuseppe, FrancoAngeli

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2006, n° pagina 83, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Eco House: l'ambiente in catena**

Franchisor & Franchisee: È la prima catena di arredamento ecologico in franchising, Eco House è composta da mobili e complementi di arredo realizzati con materiali naturali, senza l'utilizzo di componenti chimici, nel pieno rispetto dell'eco- ompatibilità.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Eco House

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2006, n° pagina 83, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Carpisa si presenta**

Franchisor & Franchisee: Di proprietà della società Kuvera, il marchio Carpisa firma un'ampia gamma di borse, valige e accessori moda, creata da un team di giovani stilisti fortemente orientati al lancio di nuove tendenze. Oltre alle ... strutture gestite direttamente, la catena conta ... negozi affiliati, situati prevalentemente nei centri commerciali. La superficie minima.....

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Carpisa, Kuvera

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2006, n° pagina 83, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il Caffè di Roma**

Franchisor & Franchisee: L'ingresso di Lavazza nel settore del retailing risale al 1999, con l'acquisizione del marchio Il Caffè di Roma, la catena di coffee shop in franchising costituita in Spagna nel 1994. Attualmente il network conta ... locali, operativi soprattutto in Spagna (...) e Portogallo (...). L'insegna approda in Italia nel 2003 con un'unità pilota a Torino....

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Il Caffè di Roma, Lavazza, Lavazza Coffee Shop

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2006, n° pagina 83, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Green Sun: cartucce e business**

Franchisor & Franchisee: Presente sul mercato dal 1990, l'azienda si inserisce nel segmento innovativo della rigenerazione di cartucce per stampanti laser ink-jet. Nel 1999 lancia un progetto di sviluppo in franchising basato sulla completezza di servizi e prodotti nell'ambito di un settore di nicchia, destinato a diventare un vero e proprio mercato.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Green Sun

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2006, n° pagina 83, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Maggiore punta alla crescita**

Franchisor & Franchisee: Attraverso "Maggiore Rent", società attiva nel settore dei servizi di noleggio di vetture e furgoni a breve e medio termine, gruppo Maggiore ha avviato un programma triennale di sviluppo per portare la propria rete dalle attuali ... a ... agenzie entro il 2008.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** EcoRent, Maggiore, Maggiore Rent, MotoRent

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n° pagina 37, lunghezza 1/2 pagina

**Tipologia:** Breve

**L'espansione di Ambrosio Group**

I fratelli campani Ciro e Pasquale Ambrosio (titolari di Ambrosio Group, la holding che produce e commercializza i marchi Extyn, Bloom e Georgia & Johns) si apprestano a conquistare il mercato del pronto moda femminile con un piano di investimenti da ... milioni di euro per l'apertura di ... punti di vendita diretti e ... affiliati...continua..

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Ambrosio Ciro, Ambrosio Group, Ambrosio Pasquale, Bloom, Extyn, Georgia & Johns, Kroos, Squaw Jeans

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n° pagina 77, lunghezza 2 Pagine

**Tipologia:** Articolo

**Soluzioni da passeggio**

Ristorazione: il prodotto alimentare "da strada" sarà la sfida del futuro, a patto che rispetti la tradizione e la qualità. Buone le opportunità di vendita in franchising. Intorno a questo nuovo sistema di fast and street food sono stati studiati diversi format di locale. Lo street style è la frontiera dei prossimi anni. Le esperienze di Firenze, Bologna e Palermo.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

- I fattori critici di successo per la ristorazione da passeggio
- Un nuovo modello di consumo: la "ristorazione da passeggio"

**Allegati:**

**Citati:** AZ Franchising, Boscolo, Konopizza.com, Panificio inglese - Factory bakery, Pikono

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

**Tipologia:** Breve

**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...

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

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

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 14, lunghezza 2 pagina

**Tipologia:** Articolo

**La distribuzione moderna alimentare in Italia**

Le alleanze nazionali passano attraverso le super centrali di acquisto: al primo posto quella tra Coop e Sigma, con una quota vicina al ...%, seguita da Intermedia e Auchan (quota del ...%), Esd (...%), Carrefour, sue partecipate e Gigante (...%), Mecades (...%). È in atto anche il processo di concentrazione: i casi più recenti in Italia sono quello di Auchan-Rinascente, di Carrefour-Finiper e Aligrup. In febbraio si è costituita Federdistribuzione che ...continua...

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

- I principali gruppi di imprese della distribuzione moderna: 2003
- Il franchising in Italia: 2004
- Italia: evoluzione della distribuzione moderna (per superficie)

- La cifra d'affari della distribuzione moderna 2003 - (milioni di euro)
- La distribuzione moderna - quote di mercato per format: 2002-2003
- Le principali centrali d'acquisto in Italia: 2003
- Le vendite dirette : 2003 (milioni di euro)
- Le vendite per corrispondenza e a distanza: 2003 - (milioni di euro)

**Allegati:**

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 33, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Articolo

**Un concetto "total beauty". Intervista ad Angelo Caglioni, 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 ricercate nei nuovi franchisee?

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 35, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Articolo

**Un mix sorprendente. Intervista a Yann Ducarouge, responsabile commerciale di Lollipops**

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?

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 36, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Articolo

**Salutismo in catena. Intervista a Franco Fontanelli, amministratore de L'Isola Verde Erboristerie**

Franchising e dintorni: Quali sono le caratteristiche della domanda e della struttura distributiva più significative nel settore delle erboristerie 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 azienda si è sviluppata molto rapidamente nel nostro Paese, quali sono le principali caratteristiche ricercate nei nuovi franchisee?

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 39, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Articolo

**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 ricercate nei nuovi franchisee?

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 40, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Articolo

**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?

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n° pagina 29, lunghezza 1/2 pagina

**Tipologia:** Breve

**U-Company: l'universo digitale**

Settembre 2004 ha segnato l'inizio di una sfida per la livornese U-Company. Obiettivo era risollevare le sorti di Vobis e Strabilia. Hanno contribuito al lancio del progetto le partnership distributive con Master, Ingram Micro e Mega Italia, affiliati, che realizzano un volume di affari intorno ai ... milioni di euro,

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Ingram Micro, Mega Italia, Strabilia, The digital universe, U-Company, Vobis

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n° pagina 82, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Articolo

**Gli affiliati dell'industria**

Franchising: Un produttore, il franchisor, esternalizza l'ultima fase della produzione, concentrandosi sulla core technology (molto spesso tutelata da brevetti), avvalendosi di un partner locale e specializzato nelle lavorazioni a valore aggiunto. Il franchisee, a fronte della entry fee e di un investimento in macchinari per la finitura del semi-lavorato o del montaggio del kit fornito dal franchisor, accede alla tecnologia della casa madre, spesso con l'obbligo di vendere un certo quantitativo.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

- Modello del franchising industriale e lifreeding

**Allegati:**

**Citati:** Coca-Cola, Fersina, Panto, Schweppes

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n° pagina 83, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Incognite da retail**

Immagine, location, qualità e posizionamento del prodotto, esclusività e rotazione dell'assortimento, ampiezza della gamma dei prodotti, politica dei prezzi, comunicazione, competenza ed empatia del personale, corretto bilanciamento dell'offerta, innovazione. Sono questi alcuni dei parametri sui quali si deve agire per avere successo nel retail. Riuscirà un sistema distributivo italiano dell'abbigliamento, composto per il ...% da indipendenti, a superare la prova della modernizzazione?

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

- Gli strumenti fondamentali per affrontare il retail
- I canali distributivi dell'abbigliamento in Italia: 2004 (peso in %)

**Allegati:**

**Citati:** Brooks brothers, Classico Italia retail, Giulini Vittorio, Liolà, Mangiarotti Daniele, Massa Manlio, Pesce Monica, Smi - Sistema moda Italia, Valdani Vicari & Associati, Zaina Gianluigi

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n° pagina 85, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il progetto Melo e Grano**

Franchisor & Franchisee: Lanciato dal gruppo industriale Vimatex, operante nel settore della moda da circa 40 anni, il marchio Melo e Grano sta procedendo rapidamente in direzione della crescita della rete attraverso un progetto franchising focalizzato sulla creazione di una solida partnership commerciale con gli affiliati. Gli aspetti innovativi della formula prevedono...continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Melo e Grano, Vimatex

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n° pagina 86, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Buone conferme per Bricocenter**

Franchisor & Franchisee: Il progetto franchising in atto in ... dei ... punti di vendita della rete, sta fornendo risposte economicamente premianti in termini di aumento delle vendite e di resa al mq in strutture considerate già redditive: +...% a Nuoro, +...% a Catanzaro e +...% a Trieste.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Bricocenter

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n° pagina 87, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Affiliati in Intervideo**

Franchisor & Franchisee: VideoVip, la catena di videoteche nata in Toscana nel 1988, La rete risulta attualmente composta da ... videoteche affiliate, situate in Toscana, Emilia, Veneto, Abruzzo, Lombardia e Liguria, con una potenzialità complessiva di oltre ... film.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Intervideo, VideoVip

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

**Tipologia:** Breve

**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.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Sign-a-Rama

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

**Tipologia:** Breve

**I piani di sviluppo di Brums**

Franchisor & Franchisee: Il marchio, appartenente al gruppo Preca Brummel e legato al mondo dell'abbigliamento per il bambino e il ragazzo. Secondo il piano di sviluppo avviato nel 2004 con l'apertura di ... nuovi negozi, la rete in franchising dovrebbe passare dagli attuali ... a ... punti di vendita entro la fine del 2005

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Brums, Preca Brummels

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

**Tipologia:** Breve

**Nuova formula per Enterprise**

Franchisor & Franchisee: Inaugurato nel 2001, dopo un decennio di esperienza maturata nel settore, il piano di sviluppo della rete ha portato a ... il numero degli affiliati sul territorio nazionale, destinati a diventare ... entro la fine dell'anno.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Enterprise, Enterprise Rent a Car Italia

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n°pagina 154, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Articolo

**Un allenatore per il retail**

Profili professionali: Opera in termini di posizionamento, di sviluppo dei punti di vendita e focalizza le sue funzioni sulla performance della rete. Eccone in sintesi compiti, mansioni e oneri.

**Table, grafici e box a corredo:**

- I compiti chiave del retail manager

**Allegati:**

**Citati:** Còndina & Associati

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n°pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Trudi apre il primo monomarca**

La nota azienda produttrice di peluche ha inaugurato il suo primo punto di vendita monomarca nel centro commerciale [...]. L'analisi di fattibilità e lo studio della formula commerciale sono stati realizzati dalla società di consulenza Reno, alla quale è stato affidato anche lo sviluppo dell'intero piano di aperture dirette e in franchising. Il progetto si caratterizza...continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Reno, Sevi, Trudi

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n°pagina 91, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il progetto plurimarca di Levi Strauss**

Franchisor & Franchisee: L'idea di Benoit de Crane d'Heyselaer direttore generale di Levi Strauss Italia, è diventata realtà. Nel secondo semestre dell'anno in corso apriranno a Milano i primi ... negozi multimarca in franchising, caratterizzati da una nuova immagine per quanto riguarda l'offerta e l'ambientazione ...continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Benoit de Crane d'Heyselaer, Levi Strauss

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n°pagina 91, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Prink scommette sull'Europa**

Franchisor & Franchisee: 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.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Prink, Sem

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 91, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Cir Food acquista Cir.Com**

Franchisor & Franchisee: Cir food, Cooperativa italiana di ristorazione, ha acquisito il controllo totale di Cir.com Franchise, società di cui era già socio di maggioranza con il...% del capitale. Cir.com si occupa infatti della gestione in franchising di ... pubblici esercizi, precisamente snack bar e pizzerie con le insegne Flash Café e Piazza del Sole, situati prevalentemente lungo la rete autostradale presso le stazioni Tamoil.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Autogrill, Ccpl, Cir food, Cir.com, McDonald's, Orion Petroli, Pastarito, Tamoil

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 91, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Le opportunità di Ondablu**

Franchisor & Franchisee: 12 anni di attività sul mercato italiano, ... franchisee sul territorio nazionale e un know how consolidato. Operative 365 giorni all'anno dalle 8 alle 22, le lavanderie self-service ad acqua Ondablu utilizzano macchine automatizzate e, grazie al sistema di ritiro quotidiano dell'incasso, non richiedono una presenza costante e permanente all'interno del negozio. Il piano di espansione dell'azienda prevede di inaugurare ... nuove unità entro la fine del 2005

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Ondablu, Sviluppo Italia

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 91, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Espansione a sud di Mail Boxes Etc**

Franchisor & Franchisee: La catena di negozi in franchising specializzata nel campo dei servizi postali, di comunicazione e di supporto alle attività di aziende e privati continua la sua espansione nel Sud del Paese. L'ultima inaugurazione è avvenuta a San Giorgio Jonico,

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Mail Boxes Etc

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 73, lunghezza L'art. integrale su

[www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

**Tipologia:** Articolo

**La vitalità dell'affiliazione**

Franchising: Il barometro del settore continua a segnare bel tempo, con un aumento delle insegne e delle prospettive. Qualcuno già pensa di esportare questa formula in Cina, ma non sarà facile. La nuova legge sta contribuendo alla qualificazione del comparto. L'art. integrale su [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati). (PL-0905-005.pdf)

**Table, grafici e box a corredo:**

- I numeri del franchising: 2004 (insegne, affiliati, giro di affari, impiegati)
- Modello: Il progetto estero del franchising
- Modello: Nuovi canali per il partner matching franchisor/franchisee

**Allegati:**

**Citati:** Ascom, Associazione tedesca del franchising, Assofranchising, Camera di commercio di Milano, Cobolli Gigli Giovanni, Confcommercio, Expo Cts, Federdistribuzione, Fiera del Franchising di Pechino, Formaper, Tecnocasa, Università telematica Guglielmo Marconi di Roma



*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Cresce la rete Camicissima**

Franchisor & Franchisee: Con le aperture di Treviso e Salerno, salgono a ... i negozi Camicissima in Italia, caratterizzati da una formula innovativa "pacchetto" composta da 4 camice a 99,90 euro scelte su un vastissimo assortimento. Camicissima è un franchise nato dall'esperienza della palermitana Fenice, titolare anche della catena Feni uomo (... negozi) ...Continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Camicissima, Feni Uomo, Fenicia

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il progetto Zoo Planet**

Franchisor & Franchisee: la proposta di Zoo Planet si sviluppa intorno al vasto mondo degli animali domestici con un assortimento altrettanto ampio, composto da oltre 6000 prodotti delle più note marche. Il progetto di affiliazione dell'azienda, garantisce al franchisee...Tra gli aspetti peculiari del contratto si segnalano...continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Zoo Planet

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Professionecasa oltre le aspettative**

Franchisor & Franchisee: Il giro d'affari delle reti in franchising del gruppo immobiliare, inteso come monte globale provvigioni di tutte le agenzie a marchio Professionecasa e Rexfin, ha superato le più rosee previsioni attestandosi a ... milioni di euro, con un incremento del ...% rispetto al 2003. Attraverso i punti Professionecasa sono transitati circa ... miliardi di euro di immobili intermediati, per un totale di ... compravendite.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Professionecasa, Rexfin

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Le opportunità Infiore**

Franchisor & Franchisee: Nata nel 1963 come azienda produttrice di corsetteria, Infiore approda nel mondo del franchising nel 1998 con la catena Infiore Store, distributrice di abbigliamento intimo e moda mare. L'insegna conta attualmente su ... punti di vendita diretti e circa ... in franchising, situati nei centri storici con almeno ... abitanti e nei principali centri commerciali. La superficie minima richiesta è di circa ... mq, con almeno ...mq di magazzino...continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Infiore

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Il potenziale di Porcellana Bianca**

Franchisor & Franchisee: Decine di oggetti per la tavola e per la casa tutti rigorosamente bianchi. È questa la peculiarità dell'offerta e del marchio Porcellana Bianca, trasferita nel progetto di sviluppo in franchising avviato nel 1985. Le location più idonee sono inserite nelle aree urbane e commerciali con ... abitanti, preferibilmente non presidiate da punti di vendita similari. La progettazione dei nuovi negozi è affidata ai tecnici e ai designer dell'azienda, i quali ...continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Porcellana Bianca

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

**Tipologia:** Breve

**Mail boxes etc rafforza la rete**

Franchisor & Franchisee: Tre nuove aperture Mail boxes etc in Italia. La prima a San Donato Milanese, e due centri in Calabria (Scalea e Catanzaro). Oltre ai tradizionali servizi dell'insegna come la gestione postale e articoli per ufficio, i 3 nuovi negozi metteranno a disposizione anche il servizio di comunicazione, grafica e stampa "Direfarestampare"...Continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Direfarestampare, Mail Boxes etc

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

**Tipologia:** Breve

**Bricocenter apre a Sassoferrato**

Franchisor & Franchisee: Si rafforza la rete Bricocenter in franchising, a Sassoferrato (An), ha aperto i battenti il ...° punto di vendita gestito con questa formula commerciale, il secondo dall'inizio dell'anno. Situato in località Fornaci, sulla Strada provinciale Arcevese al km 49,8, il nuovo Bricocenter rappresenta il primo grande negozio di bricolage multispecialista dell'entroterra anconetano, attorno al quale gravita un bacino di...Continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Bricocenter

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

**Tipologia:** Breve

**Il franchising sfugge alla crisi**

Franchisor & Franchisee: In controtendenza rispetto all'attuale contesto economico, il franchising mantiene un buon ritmo di crescita chiudendo il 2004 con un fatturato di circa ... miliardi di euro, con un incremento del ...% sull'anno precedente. Secondo i dati di Assofranchising elaborati dalla società Quadrante, l'incidenza più significativa sul giro d'affari proviene dal commercio despecializzato (comprendente superette, supermercati, discount e grandi magazzini), pari a circa...Continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Agri 2000 , Assofranchising , Coldiretti , Quadrante

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

**Tipologia:** Breve

**Cresce il progetto Fila**

Franchisor & Franchisee: Il progetto franchising Fila continua la sua diffusione sul mercato italiano. Le recenti aperture di Milano Marittima (Ra), Porto Recanati (Mc) e Cesano Boscone (Mi) portano a ... il numero dei Fila store in Italia, di cui ... a gestione diretta e ... in franchising. Il piano di sviluppo dell'azienda, focalizzato sul presidio capillare del territorio nazionale, prevede l'inaugurazione di... punti di vendita entro il 2007...Continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Fila

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

**Tipologia:** Breve

**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...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** BuyBrand, ExpoFar, Publievent

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2005, n° pagina 79, lunghezza 2 Pagine

**Tipologia:** Articolo

**Nuovi concept dai centri storici**

Franchising: Il consumatore chiede alla Gdo la varietà e convenienza, al dettaglio tradizionale un rapporto più umano, riconoscendo la complementarietà di entrambi. Uno dei problemi del nostro sistema distributivo è la difficoltà ad utilizzare format diversi a seconda dei contesti. Se dotati di format commerciali adeguati, i centri storici hanno l'appeal necessario per far vivere esperienze di acquisto coerenti con la domanda di oggi.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

- I nessi causali tra concept dedicato e creazione di valore
- Un nuovo posizionamento per l'insegna in centro storico

**Allegati:**

**Citati:** Censis, Cnr, Confcommercio, Gpf&A, Gs, Onu

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2005, n° pagina 86, lunghezza 1/5 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Zegna pianifica l'espansione**

il gruppo chiude il 2004 con un fatturato di ... milioni di euro, con una crescita del ...% sull'esercizio precedente. In progresso anche l'utile netto, salito a ... milioni (+ ...%) e le vendite al dettaglio legate al marchio Zegna, pari a circa ... milioni. A livello mondiale i punti di vendita monomarca sono passati da ... a ..., mentre i negozi a gestione diretta sono saliti da... a ..., grazie a un investimento di ... milioni di euro.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Famiglia Chen, Sharmo-on Ez, Zegna

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

**Tipologia:** Breve

**McDonald's entra in Assofranchising**

Franchisor & Franchisee: Il 75% dei ristoranti della catena è in franchising, 145 i licenziatari.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Assofranchising, McDonald's

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

**Tipologia:** Breve

**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. Orma il network ha raggiunto la significativa dimensione di ... punti affiliati e la recente convenzione con sviluppo Italia porterà all'apertura di altri ... centri, di cui 7 già aperti... Continua...

**Tabella, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Mail Boxes, Sviluppo Italia

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

**Tipologia:** Breve

**Salmoiraghi e Viganò punta sul franchising**

Franchisor & Franchisee: con un fatturato 2004 di 110 milioni del gruppo che controlla 200 pdv S&V, 50 VistaSì (Premium), l'Ottico e punta ai 300 negozi nei prossimi tre anni.

**Tabella, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Carrefour, L'Ottico, Salmoiraghi & Viganò, Vistasì

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

**Tipologia:** Breve

**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.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Assofranchising, Carrefour, Ka International, L'Otto, La San Marco, Mail Boxes, McDonald's, Premio Agorà, Puccino's, Salmoiraghi & Viganò, Segafredo Zanetti, Sviluppo Italia, Vistasi

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

**Tipologia:** Breve

**Ka International amplia l'offerta**

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

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Assofranchising, Carrefour, Ka International, L'Otto, La San Marco, Mail Boxes, McDonald's, Premio Agorà, Puccino's, Salmoiraghi & Viganò, Segafredo Zanetti, Sviluppo Italia, Vistasi

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2005, n° pagina 25, lunghezza 1/2 pagina

**Tipologia:** Breve

**Una strategia per Vobis**

Diario della distribuzione: U-company, nata nel 2004 per opera di manager provenienti da Tecnodiffusione, ha ottenuto per 2 anni la licenza d'uso delle insegne Vobis e Strabilia, in difficoltà ma dotate ancora ...Continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Argenta, Ingram Micro, Master, Scaltriti Epaminonda, Strabilia, Tecnodiffusione, U-Company, Vobis

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

**Tipologia:** Breve

**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.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

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

**Tipologia:** Breve

**Beghelli Point in ogni provincia**

Franchisor & Franchisee: Gruppo Beghelli, produttore e distributore di sistemi elettronici per la sicurezza industriale e domestica ha firmato una convenzione di accreditamento presso Sviluppo Italia per lo sviluppo di una rete di affiliazione... Continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

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

**Tipologia:** Breve

**L'innovazione di Pirelli Re**

Franchisor & Franchisee: Pirelli Re Franchising prevede di raggiungere il break even alla fine del 2005. Uno dei plus a vantaggio della propria rete è il legame con istituti bancari e assicurativi vantati dal gruppo di appartenenza.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

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

**Tipologia:** Breve

**Lovable virtuale**

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

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

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

**Tipologia:** Breve

**Il progetto Yamamay**

Franchisor & Franchisee: Yamamay è un progetto franchising monomarca ideato dalle famiglie Garda e Cimmino per la vendita di pigiameria, abbigliamento intimo e mare per la famiglia giovane.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

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

**Tipologia:** Breve

**Le opportunità di Kasanova**

Franchisor & Franchisee: Nata nel 1994 dalla società F.Ili Fontana di Arcore, operante nel settore delle porcellane, cristallerie, casalinghi, liste nozze e regalo), l'insegna Kasanova esprime la promessa di un prodotto di una certa raffinatezza con un buon rapporto di prezzo. A metà del 2005 i negozi erano 164.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2005, n° pagina 83, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**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.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2005, n° pagina 83, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Benetton prepara al rilancio**

Franchisor & Franchisee: Il rilancio del marchio sarà sostenuto da un investimento di circa ... milioni di euro, per consentire agli affiliati di fronteggiare la stasi delle vendite.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2005, n° pagina 83, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Un portale delle Ccie**

Franchisor & Franchisee: E' nato [www.franchising-net.org](http://www.franchising-net.org), il portale realizzato dalla camere di commercio italiane all'estero (Ccie) con sede a Barcellona, Francoforte, Londra, Stoccolma, Vienna.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2005, n° pagina 83, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Calzedonia mette il turbo**

Franchisor & Franchisee: Con 3 marchi (Calzedonia, Intimissimi e Tezenis) e .. negozi al mondo, il gruppo di Sandro Veronesi ha letteralmente scalato il mercato dell'intimo e della calzetteria.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2005, n° pagina 83, lunghezza 1/ di pagina

**Tipologia:** Breve

**Spiedillo lancia la spiedineria**

Franchisor & Franchisee: Dal prodotto tipicamente abruzzese dello spiedino di ovino, l'idea di sviluppare la ristorazione in franchising di spiedini di carne e pesce corredati da un'ampia gamma di contorni e pietanze.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2005, n° pagina 83, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Mexx scommette sull'Italia**

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

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2005, n° pagina 77, lunghezza 2 Pagine

**Tipologia:** Articolo

**Cartoleria senza frontiere**

Strategie: il rapporto tra grossista e dettagliante è entrato in crisi. Nuovi orizzonti si aprono soprattutto per il settore ufficio che vede l'ingresso delle catene

**Table, grafici e box a corredo:**

- I numeri dell'associazione Grossisti Top Quality
- I punti di vendita dei franchisor per l'ufficio (numero e tipi di format)

**Allegati:**

**Citati:** Associazione grossisti Top Quality, Blu Office, Buffetti, C'Art, C'Art, Clerici Pietro, Data Ufficio, Di Puma Daniele, F.Ili Clerici, Fenaca, Genius Point, Gruppo Poste Italiane, Ki Point, Lyreco, Office1Superstore, Picking Pack, Sda Express Courier, Spicers, Viking

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2005, n° pagina 84, lunghezza 2 Pagine

**Tipologia:** Articolo

**Cercasi punto di vendita specializzato di media metratura**

Format: piace ai consumatori perchè offre ampiezza e profondità di gamma senza eccessi, disponibilità all'informazione chiara e completa, servizi di intrattenimento, formazione. E prezzi adeguati. Tipici comparti di successo per queste metrature sono: L'alimentare biologico, il bricolage, il giardinaggio, l'arredamento.

**Table, grafici e box a corredo:**

- Alcuni esempi in cui lo specializzato di medie dimensione ha successo
- Modello: I fattori di successo per i Pdv di media metratura

**Allegati:**

**Citati:** Bricocenter, Decathlon, Leroy Merlin, NaturaSi, Spazio Armani

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2005, n° pagina 95, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Nuove rotte per North Sails**

Franchisor & Franchisee: Abigliamento sportivo

**Table, grafici e box a corredo:**

- L'esportazione di sandali, zoccoli, pantofole: 2003-2004 (in numero di paia e in % sul volume)
- L'industria calzaturiera italiana: 2004 (in mln di paia, in mln di euro e in %)

**Allegati:**

**Citati:** North Sails, Tomasoni Topsail

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2005, n° pagina 95, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Una proposta "Al naturale"**

Franchisor & Franchisee: Costituita nel 2001, l'insegna Al Naturale vanta una specifica specializzazione nella vendita al dettaglio di prodotti cosmetici, erboristici e integratori alimentari rigorosamente naturali. La natura rappresenta infatti il nucleo dell'offerta della catena, presente con .. punti di vendita e fortemente impegnata ad accrescere il proprio parco affiliati.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Al naturale

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2005, n° pagina 95, lunghezza 1/6 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Liguero e i suoi plus**

Franchisor & Franchisee: Franchisor & Franchisee: l'investimento contenuto e l'assenza di magazzino costituiscono i punti di forza della formula franchising di Liguero, l'insegna di abbigliamento intimo e moda mare presente sul territorio italiano dal 1997. Il rischio di stoccaggi improduttivi è limitato da....continua...

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Liguero

## COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2007, n° pagina 82, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Pubbl. Tabellare

**Sib Società italiana bricolage - Know how e massima resa al mq. Il "segreto" del Franchising di Bricocenter**

In un settore dai margini elevati e che continua a crescere con tassi a doppia cifra, il Franchising di Bricocenter si configura come una delle scelte che offre le migliori garanzie di successo.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2006, n° pagina 70, lunghezza 1 Pagina

**Tipologia:** Pubbl. Tabellare

**Iale Informatica - Business solutions for retail**

Soluzioni integrate per la sede e per il punto vendita. Applicazioni innovative per la Distribuzione grocery, la Ristorazione commerciale, i grandi magazzini non food e fashion, le catene dirette e in franchising.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** -

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2006, n° pagina 80, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Douglas Profumerie - Inaugurato a Milano in Corso Buenos Aires il Douglas**

**Concept Store**

Focus: Lo scorso 9 novembre 2006, inaugurato il Douglas Concept Store di corso Buenos Aires a Milano: un appuntamento molto importante per celebrare non solo la nuova iniziativa commerciale del Gruppo tedesco, dedicata alla bellezza tutta al femminile, ma anche la filosofia, la strategia vincente di Douglas. Attivo oggi in Italia in oltre 115 negozi specializzati nel settore, e leader di mercato sui principali mercati d'Europa.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Carls Marc Andreas, Douglas Concept Store, Giorgio Armani, L'Oréal divisione Prestigé, Masotti Piero, Mingers Jorg

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, n° pagina 89, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Reno - Un punto di riferimento nel retail**

Spot: Dal 1989 Reno assiste il retailer in ogni ambito di rilevanza strategica: ricerca location, franchising, in store operation, geomarketing, selezione/formazione risorse umane, visual merchandising, mystery shopper, operazioni finanziarie quali fusioni, acquisizioni, ristrutturazioni aziendali finanziarie e/o industriali attraverso fondi e merchant bank. E per i nuovi progetti, Reno supporta il cliente in ogni fase dello start-up.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Cisalfa, Eldo, Exx, Gb Sportelli, Gioielli Franco, Happy Center, Klee Catherine, La Gardenia, Lane Sandy, Longoni, Mapic, Mondadori, Nau!, Nki, Obj, Q8, Reno, Sport Discount e Intersport, Stroili Oro

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n° pagina 96, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Assofranchising - Le strategie di sviluppo al centro della prima Conferenza**

**Nazionale del Franchising.**

Gli eventi aziendali: Assofranchising ha promosso la Conferenza Nazionale del Franchising, in collaborazione con la Camera di Commercio di Milano e la Rappresentanza della Commissione Europea a Milano. Il mondo delle istituzioni e gli attori del mercato sono stati informati e coinvolti per un comune percorso. Competizione, libertà di commercio, eliminazione dei vincoli, sostegno al settore sono le molle per lo sviluppo dell'imprenditoria giovanile e per la localizzazione delle imprese.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** AG&P Immagine, Assofranchising, AZ Franchising, Barbieri Massimo, BeTheBoss.it, Blanc Luis, Bottega Verde, Bussoli Italo, Calzedonia, Camera di Commercio di Milano, Cartareggia Filippo, Chierchia Vincenzo, Confcommercio Emilia Romagna, Doorandwindow by Fsserramenti, F. Franchising Point, Fiera del Sud, Fiorelli Graziano, Gabetti Property Solutions Franchising Agency, Gs Insieme A, H3G, INDIS (Istituto Nazionale Distribuzione e Servizi), Infofranchising.it, Intimissimi, Ka International, Kiron, Legge 129/2004, Mail Boxes etc, McDonald's, Nevio Gabriele, Nicoletto Maurizio, Odeon, Pasquali Fabio, Pirelli RE franchising, Pramerica Financial, Prima Conferenza Nazionale del Franchising, Professionecasa, Quadrante Franchising& Management Services, Rappresentanza della Commissione Europea, Seritecno, Sigital, Sistemi, Storm open solutions, Tecnorete, Tezenis, UniCredit Banca, Uniprestit, Upim, Vertical Vision Network, WSC.net



*Largo Consumo*, fascicolo 7/2006, n° pagina 79, lunghezza 2/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Profumerie Douglas - ha festeggiato il 100° punto di vendita all'Arena di Verona**

Focus: Un risultato di grande importanza che, dopo la chiusura del 2005 con un fatturato di ...milioni di euro, dimostra l'impegno della filiale italiana della multinazionale d'oltralpe a rafforzare la propria presenza sul mercato nazionale.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Autogerma, Concorso "Entra in Douglas, esci in Cabrio", Douglas, Ferraro Corrado, Fondazione Arena, Limbach Ralf-Otto, Mingers Jörg, negozi Luxuri oriented, negozi Premium Store, Volkswagen

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 69, lunghezza 2/3 di pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Reno - Sono già 80 le catene che hanno affidato a Reno il loro progetto retail.**

Focus: grazie all'esperienza di settore e all'ampiezza dei servizi offerti, Reno si conferma negli anni interlocutore qualificato per tutti gli operatori di settore: retailer diretti e franchisor, produttori e grossisti, imprenditori indipendenti, rappresentanti, promotori, commercializzatori,

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Autogrill, Belmonte, Cannella, Catherine Klee, Cisalfa, DeN, Exx, Filanto, Franco Gioielli, Gb Sportelli, Happy Center, Kui-oh, L'Isola Verde, Last Minute Tour,, Me4Me, Nau, Norauto, Q8, Reno, Sandy Lane, Stroili Oro, Trudi, Wings

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n° pagina 88, lunghezza 1 pagina

**Tipologia:** Com. d'impresa

**Despar – La convention 2005 esalta le opportunità di un retailer vicino al cliente/ consumatore**

I casi aziendali: L'insegna protagonista della do ha tenuto, dal 25 giugno al 2 luglio scorsi, la sua Convention 2005: nel convegno, dei risultati aziendali, di Private label e delle opportunità di sviluppo e l'importanza strategica dell'affiliazione.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

**Citati:** Arioli Barbara, Bee Serio, Camera di commercio di Sassari, Castaldo Alessandro, Ce.Di Despar Lazio, Comune di Alghero e di Gavino Sini, Consiglio Regionale della Sardegna, Convention 2005 di Despar, Cooperativa 3A di Arborea, Despar, Faranda Massimo, Foddis Francesco, Gatto Antonino, Goettsche, Murone Antonello, Posadino Antonio, Procter&Gamble, Sda-Bocconi, Sella & Mosca, Sini Gavino, Spissu Giacomo, Università Bocconi, Villaggio Valtur di Baia Conte

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

[diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it](mailto:diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it)

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840