

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



Documento in **versione interattiva**:
www.largoconsumo.info/042009/PL-0409-007.pdf

RICERCHE DI MERCATO

Destinatari	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gruppi Area Consumatori										
Gruppi Area Consumatori										
Gruppi Area Consumatori										
Gruppi Area Consumatori										
Gruppi Area Consumatori										
Gruppi Area Consumatori										
Gruppi Area Consumatori										
Gruppi Area Consumatori										

Costi del Percorso di lettura:

€ 73,50 (comprensivo iva) - non abbonati

€ 54,00 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo 04/09 e supplementi

Rif: PL-0409-007

Aggiornamenti:

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

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

LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA

E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

Largo Consumo

Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo

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

Mercato & Imprese

Opinioni e prospettive dall'industria del largo consumo

Ogni anno, Mercato & Imprese ospita interviste ad alcuni fra i più accreditati esponenti di aziende di primo piano dell'industria alimentare e grocery non food.

I contenuti giornalistici sono sviluppati in forma di interviste, tante quanti sono i settori merceologici presi in esame nel fascicolo.

Osservatorio D'Impresa

Leggi le **case history** di comunicazioni d'impresa di Aziende e organismi attivi

nei mercati considerati in questo

Percorso di lettura

selezionati da

Largo Consumo

I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 93, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Tns Infratest vince la gara di Eurobarometro

Il gruppo Tns, leader mondiale nell'ambito delle ricerche di mercato e consulenza di marketing, si è aggiudicato la gara indetta dalla Commissione e dal parlamento europeo, per la realizzazione degli studi qualitativi Eurobarometro del quadriennio Di .. milioni di euro il valore del contratto quadro. La Comunità europea utilizza Eurobarometro per avere il polso delle reazioni della nuova Europa allargata rispetto alle diverse nuove policies introdotte.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Accatino Patrizia, Commissione europea, Eurobarometro, Parlamento europeo, Tns Infratest

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

Tipologia: Breve

Nuovo istituto di ricerca sull'economia siciliana

Fondazione Banco di Sicilia e UniCredit Group-Banco di Sicilia hanno dato vita a Res (Istituto di ricerca in Sicilia), osservatorio permanente sulle dinamiche socio-economiche dell'Isola, con la missione di indagare e diffondere conoscenza sulle potenzialità, opportunità di crescita e vincoli che caratterizzano il contesto economico siciliano. Res si pone al servizio delle istituzioni e forze sociali elaborando studi e analisi per capire le dinamiche economiche del territorio.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Fondazione Banco di Sicilia, Istituto di ricerca su economia e società in Sicilia, Puglisi Giovanni, Res, Trigilia Carlo, UniCredit Group-Banco di Sicilia, Università di Firenze

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 35, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Iri ancora partner Unilever

Iri Information Resources, il leader mondiale dei servizi informativi per le aziende del largo consumo, ha rinnovato il contratto a Unilever. All'importante realtà della grande distribuzione food e non food protagonista del mercato italiano con circa . miliardi di euro di fatturato (due terzi nell'alimentare e un terzo nel settore dei beni per la cura della casa e della persona), Iri continuerà perciò a fornire i propri servizi di rilevazione e di marketing ad alto valore.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Iri Information Resources, Unilever

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 71, lunghezza 1/10 di pagina

Tipologia: Breve

Variations di sede: Future Concept Lab

Futur Concept Lab è da gennaio operativa nella nuova sede di via Benedetto Marcello . a Milano (il Cap è).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Future Concept Lab

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Pubbliche relazioni

- Edizione PL-1208-009

Edizione: 12/2008

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/122008/PL-1208-009.pdf



Titolo: Promozioni, Fidelizzazione del cliente, Direct marketing. Codice PL-0208-003

Edizione: 2/2008

Editore: Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/022008/PL-0208-003.pdf



Titolo: Il marketing rivolto alla donna - Codice PL-0309-008

Edizione: 3/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/032009/PL-0309-008.pdf

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 87, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

L'unione fa...geomarketing

E' nata la prima associazione europea di geomarketing. Gfk Retail & Technology Italia, insieme ad altri soci fondatori, ha dato vita infatti alla European Geomarketing Association, organizzazione senza fini di lucro per la promozione internazionale di progetti, studi ed esperienze nei campi del marketing e del geomarketing. Fondata da Gfk Retail & Technology insieme a altre società come Nielsen, Expert System, Tps-Ptv e a docenti dell'Università di Milano.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: European Geomarketing Association, Expert System, Gfk Retail & Technology Italia, Nielsen, Tps-Ptv, Università Cattolica del Sacro Cuore, Università di Milano Bicocca

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

Tipologia: Breve

Nielsen con Poste Italiane per misurare il Direct marketing in Direct Mail

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

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 105, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Variatione di ragione sociale: The Nielsen Company

Da novembre A.C. Nielsen Spa ha cambiato denominazione sociale in The Nielsen Company (Italy) Srl. L'indirizzo della società resta via G.Di Vittorio .., Corsico (Milano).

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: AcNielsen, The Nielsen Company

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 114, lunghezza 1/2 di pagina - estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti in comunicazione di 18 aziende vinicole (in % sul fatturato)

La media degli investimenti in pubblicità, fiere, pubbliche relazioni, eventi, sponsorizzazioni, ricerche di mercato e innovazione nel pack. Informazione contenuta nell'articolo "Il mondo del vino crede nella comunicazione?".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Antinori, Banfi, Cantina di Soave, Cantine Riunite, Cecchi, Duca di Salaparuta, Ferrari F.Ili Lunelli, Giv, Leone De Castris, Masi Agricola, Medici Ermete, Mezzacorona, Pasqua, Ruffino, Santa Margherita, Sartori, Zonin



Titolo: Pubblicità televisiva
-PL-0209-004

Edizione: 2/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/022009/PL-0209-004.pdf



Titolo: La marca come
fattore competitivo -
Codice PL-1208-011

Edizione: 7/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/122008/PL-1208-011.pdf

ASSIRM
RICERCHE DI MERCATO, SOCIALI, DI OPINIONE

Titolo: La Ricerca di
mercato, sociale e
d'opinione in Italia

Edizione: 1/2008

Editore: ASSIRM

Link:

www.largoconsumo.info/012008/BRLC0108-Bibliio.pdf

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 125, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Nomina: [Hans Jessen, Iri-Information Resources](#)

Hans Jessen è il nuovo executive vice president e managing director dei services in Europa e delle Global analytics delivery. Jessen ha oltre .. anni di esperienza nel settore ed è stato docente di Econometria alla Manchester Metropolitan University per due anni.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Jessen Hans

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 125, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Variazioni di sede: [Npv](#)

Npv Spa si è trasferita e ha cambiato la sede sociale e operativa a Milano. Il nuovo indirizzo è: Net Present Value Spa, via Appiani .., Milano.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Npv - Net Present Value

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 139, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

Tns Infratest ha nominato il marketing manager

Profili e carriere: Seguendo la strategia del neo ad Fabrizio Morandi è nato il dipartimento marketing di Tns Infratest, alla cui guida è stata nominata Gabriella Bergaglio. La nuova marketing manager ha il compito di attuare la strategia del gruppo in Italia, sia sul versante dell'innovazione di prodotto, che della definizione e realizzazione di attività e eventi che ne rafforzino la visibilità verso l'esterno, anche in coordinamento con la funzione marketing internazionale del gruppo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Bergaglio Gabriella, Ferrero, Gfk Iha, Morandi Fabrizio, Neticon, Pea, Tns Infratest, Zuegg

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina -

Publicato on line

Tipologia: Breve

Ricerche di mercato russe

Russia: Anche se le ricerche di mercato in Russia sono molto care (. dollari in media, con punte di .. dollari) e molte imprese russe, soprattutto in provincia, preferiscono o farsele da sole o andare a caso, il settore è in pieno sviluppo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [Il fatturato delle ricerche di marketing in Russia: 2008 \(in mln di euro\)](#)

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Business Analitika Analitika, Centro Yuri Levada, Comcon, Fiom, Nielsen Russia, Tns Gallup

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 25, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Iri ed Europanel stringono una collaborazione

Information Resources ed Europanel association, che possiede la quota più ampia del mercato dei consumer panel, hanno annunciato una collaborazione per creare il servizio di analisi più esteso del mondo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Europanel Association, Gfk consumer panel service, Iri Infoscan, Tns worldpanel



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

Titolo: [Iri, il leader mondiale dei servizi informativi e insight sul mondo della distribuzione, ha lanciato il suo nuovo web site italiano \[www.infores.it\]\(#\)](#)

Edizione: 2/2009

Editore: Albera Mauro

Link: [www.largoconsumo.info/abbonati/2009/02/68-71.pdf](#)



ASTAREA
SOLUTIONS FOR MANAGEMENT

Titolo: [Astarea - "Consulenza informata" per costruire brand forti, sviluppare e verificare i messaggi della comunicazione.](#)

Edizione: 12/2007

Editore: Astarea

Link: [www.astarea.it](#)



RESEARCH INTERNATIONAL
INSIGHT. INSPIRATION. INNOVATION.

BUSINESS Superbrands



Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Il tribal marketing nelle ricerche di mercato

Secondo la teoria del marketing tribale, il consumatore non si orienta più in modo individuale e isolato, ma indirizza le sue esperienze attraverso l'identificazione di tribù cui desidera appartenere per condividere le proprie scelte di consumo. Di conseguenza, il valore di marca o di prodotto si manifesta attraverso il principio di condivisione e di appartenenza. Ne deriva che la società contemporanea appare simile a una rete di micro gruppi societari nei quali gli individui interagiscono

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Associazione italiana società di ricerche di mercato (Assirm), Bosio Albino Claudio

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 166, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Osservatorio Aper sul mercato dei certificati verdi

L'Associazione produttori energia da fonti rinnovabili (Aper) ha deciso di creare un Osservatorio per il monitoraggio continuo dell'andamento del mercato dei certificati verdi, per aiutare gli operatori del settore delle rinnovabili nelle proprie scelte quotidiane. L'attività dell'Osservatorio, sotto la consulenza tecnica di Matteo Leonardi, collaboratore dell'Associazione, si concreterà in report periodici sull'andamento del mercato dei certificati, analisi e studi previsionali.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Associazione produttori energia da fonti rinnovabili (Aper), Certificati verdi, Leonardi Matteo, Osservatorio monitoraggio continuo dell'andamento del mercato dei certificati verdi, Pigni Marco, Quotidiano energia

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 115, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Nomine: Howlett Nigel

Information Resources Inc. (Iri) ha scelto Nigel Howlett come nuovo presidente con il compito di continuare a dare impulso mondiale all'organizzazione sul piano della leadership dei servizi informativi.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Howlett Nigel, Iri Infoscan

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 115, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Nomine: Bertolini Silvestro

L'assemblea di Assirm ha nominato per il biennio-.... Silvestre Bertolini come nuovo presidente. A lui il compito di guidare l'associazione degli istituti di ricerche di mercato, ricerca sociale e sondaggi di opinione.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Assirm, Bertolini Silvestre



**Spazio pubblicitario
disponibile**

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

**Servizio Pubblicità e
Comunicazione di impresa**
E.mail:
[pubblicita@largoconsu
mo.it](mailto:pubblicita@largoconsu.mo.it)

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 57, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Nomine: [Iri, Information Resources Inc.](#)

Iri, Information Resources, Inc., leader a livello mondiale di soluzioni e servizi informativi per le aziende produttrici e distributrici nel Lcc annuncia la nuova organizzazione commerciale della sede italiana. Il nuovo team è così composto: Gianmaria Marzoli (vice president client & trade solutions), Daniele Gilli (director client solutions & development), Paolo Garro (director client solutions) e Marco Raimondi (director client solutions – Roma office).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Garro Paolo, Gilli Daniele, Iri, Information Resources Inc., Marzoli Gianmaria, Raimondi Marco

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 115, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Eurisko e Consodata integrano la mappa consumatori

Gfk Eurisko e Consodata hanno siglato un accordo di collaborazione che permette di popolare con le anagrafiche di oltre .. milioni di consumatori italiani, contenute nella banca dati Consodata, le celle della Grande Mappa Eurisko che identificano i profili e gli stili di consumo degli italiani. Il servizio si basa sull'integrazione delle celle della Grande Mappa Eurisko (che organizza i consumatori in .. classi per stili di vita) con la banca dati Omnitarget di Consodata.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Consodata, Eurisko, Gfk Eurisko, Mappa Eurisko

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 129, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Nomina: [Redolfi Giorgio](#)

Il Gruppo Gfk ha scelto Giorgio Redolfi come nuovo amministratore delegato di Gfk Panel Services Italia. Redolfi rappresenterà l'Italia nel Consumer Tracking Board di Gfk e nel network Europanel. Laureato in Economia e commercio all'Università Cattolica di Milano, Redolfi lascia quindi Iri dove ha diretto la divisione clienti industria.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Consumer Tracking Board di Gfk, Europanel, Gfk, Panel Services Italia, Redolfi Giorgio, Università Cattolica di Milano

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 129, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Sita Ricerche entra in Assirm

Sita Ricerca, istituto di ricerca recentemente ricostituito dopo una ventennale joint-venture con Nielsen Italia, entra in Assirm, l'Associazione degli istituti di ricerche di mercato, sociali, di opinione che conta .. associati fra i maggiori istituti privati e indipendenti. La mission di Sita Ricerca, guidata da Fabio Savelli e i suoi due soci (Maurizio Castelli e Anna Maria Armano), è di fornire una visione globale dei fenomeni e delle dinamiche del mondo della moda.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Armano Anna Maria, Assirm, Castelli Maurizio, Nielsen Italia, Savelli Fabio, Sita Ricerche

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n°pagina 114, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Vino italiano sotto osservazione

Censis Servizi, uno dei più autorevoli e storici istituti di ricerca socio-economica, ha siglato un accordo con winenews.it, agenzia di comunicazione e di analisi del mondo del vino con sede a Montalcino. L'obiettivo è monitorare attraverso sondaggi e ricerche il mondo del vino che cambia, con un continuo e costante flusso di informazioni e approfondimenti, sviscerando i temi fondamentali dell'economia, del costume enologico nazionale, della concorrenza globale e dei nuovi stili di consumo.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Censis Servizi

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n°pagina 142, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Nomine: Tns Infratest

Da febbraio Fabrizio Morandi è il nuovo amministratore delegato di Tns Infratest, l'ente nato dalla fusione tra Nfo Infratest e Tsn Abacus è uno dei più importanti istituti di ricerche di mercato.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Morandi Fabrizio, Tns Infratest, Tsn Abacus

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

Tipologia: Breve

Il Premio Lido Vanni a Iri

A Iri Information Resources Inc. il prestigioso Premio Eccellenza Lido Vanni per il costante impegno per l'innovazione nel campo delle ricerche di mercato. Da quando ha iniziato a operare, si è infatti distinta grazie all'introduzione di nuovi servizi che hanno trasformato il settore. Nel corso degli anni Ottanta l'azienda ha rivoluzionato il mercato delle ricerche continuative e i suoi modelli interpretativi con InfoScan, il sistema di misurazione di dati provenienti dalle casse.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Apollo, Easy Category Tool, Iri Information Resources, Plus Suite, Premio Lido Vanni

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

Tipologia: Breve

Da Swg e Dinamiche una nuova realtà

E' stata formalizzata la fusione tra Swg e Dinamiche, istituti di ricerca associati Assirm, che hanno così compiuto il primo passo verso l'integrazione delle strutture, ormai in fase di completamento. Con sedi operative a Trieste, Milano, Bologna e tra poco a Roma, la società prevede un fatturato intorno ai .. milioni di euro.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Assirm, Dinamiche, Swg

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n°pagina 53, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Variatione di sede: Iri

Dall' gennaio Iri (Information Resources Inc.), leader nelle soluzioni e nei servizi informativi per le aziende del largo consumo confezionato, ha una nuova sede: gli uffici hanno traslocato in via dei Missaglia .., Palazzo A-., a Milano.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Iri

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n°pagina 108, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Nomine: Nando Pagnoncelli

Nando Pagnoncelli è stato confermato in qualità di presidente dell'Associazione degli Istituti di Ricerche di mercato, ricerca sociale, sondaggi di opinione. «Oggi le aziende riconoscono alla ricerca un ruolo sempre più strategico – dice Pagnoncelli, che rappresenterà l'associazione per il biennio-.... -: l'Italia è al quarto posto in Europa e al sesto nel mondo in termini di fatturato con ricerche condotte ogni anno».

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Pagnoncelli Nando

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n°pagina 108, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Nomine: Associazione Studi e Ricerche per il Mezzogiorno

Si è insediato il nuovo consiglio direttivo dell'associazione Studi e Ricerche per il Mezzogiorno, fondata da Banca OPI, Banco di Napoli, Compagnia di San Paolo, Intesa San Paolo, Istituto Banco di Napoli-Fondazione, Sanpaolo Imi Investimenti per lo sviluppo. Quattro i nuovi ingressi nel consiglio in rappresentanza del Gruppo Intesa Sanpaolo: Mario Caccia, Gregorio De Felice, Pietro Modiano e Antonio Nucci.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Associazione Studi e Ricerche per il Mezzogiorno, Banca OPI, Banco di Napoli, Caccia Mario, Compagnia di San Paolo, De Felice Gregorio, Intesa San Paolo, Istituto Banco di Napoli-Fondazione, Monciano Pietro, Nucci Antonio, Sanpaolo Investimenti per lo sviluppo

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n°pagina 108, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Il termometro di Nielsen Company

Nielsen Company ha lanciato due nuovi servizi di misurazione: Nielsen Online e Nielsen Mobile. Il primo è nato dalla fusione dei due brand Nielsen/NetRatings e BuzzMetrics, che forniscono analisi e misurazioni certificate su vari aspetti dei media digitali. Nielsen Mobile, usando strumenti di misurazione esclusivi e panel integrati su larga scala, contribuisce invece a comprendere e interpretare il comportamento, le abitudini e le esperienze degli utenti mobile.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: BuzzMetrics, Calhoun David, Nielsen Company, Nielsen Mobile, Nielsen Online, Nielsen//NetRating

Mercato e Imprese, fascicolo 2/2007, n° pagina 8, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Articolo

Verso la specializzazione degli istituti di ricerca

Le ricerche di mercato sono una significativa realtà del terziario. Per conoscere in profondità le caratteristiche evolutive del settore, *Mercato&Imprese* si è rivolto a Cecilia Gobbi, direttore generale di Assirm, l'Associazione tra istituti di ricerche di mercato.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Il fatturato delle ricerche ad hoc per territorio: 2004-2005 (in%)

Allegati:

- [Scarica l'articolo](#)

Citati: Assirm (Ass. tra istituti di ricerche di mercato), Gobbi Cecilia

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Le quattro modalità di acquisto

Da uno studio di The Nielsen Company, fare acquisti nei supermercati può attivare fino a quattro differenti modalità comportamentali: pilota automatico (prendi e vai), ricerca di varietà (alla scoperta di nuovi gusti e formati), sensibilizzazione al cosiddetto buzz (ben disposto nei confronti di azioni pubblicitarie coinvolgenti), caccia all'affare (attenzione a sconti e promozioni). Può aiutare le aziende a migliorare l'efficacia delle azioni di marketing sul punto di vendita.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Magelli Chiara, The Nielsen Company

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Panorama sponsorizza un progetto sulla multicanalità

Il progetto Osservatorio Multicanalità promosso da Nielsen, Nielsen//NetRatings, Connexia e dalla School of Management del Politecnico di Milano si arricchisce di un nuovo sponsor. Si tratta di Panorama, la società del Gruppo Pam. Per Panorama Ipermercati la ricerca sarà uno strumento utilissimo per misurare il rapporto tra l'utente/consumatore e le moderne attività di comunicazione, ovvero la multicanalità e le sue declinazioni, e la capacità di queste di determinare una decisione d'acquisto.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Connexia, Nielsen//NetRatings, Pam, Panorama, Panorama Ipermercati, Politecnico di Milano

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Assegnato ad IRI il "Premio Eccellenza 2007 – Lido Vanni"

Notizie in corso: La Commissione di Valutazione del Premio, patrocinato da Manageritalia insieme a Confcommercio e CFMT, ha deciso di assegnare il riconoscimento ad IRI quale protagonista dello sviluppo del settore terziario in Italia, motore della nostra economia. L'evento si è svolto venerdì 16 novembre presso il teatro degli Arcimboldi di Milano.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: IRI Information resources

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 29, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Commiato: Filippo Genzini

Dopo otto anni di proficua collaborazione, le strade di Catalina Marketing e di Filippo Genzini, amministratore delegato della filiale italiana, si separano. Genzini entra a far parte della squadra dell'istituto di ricerche Dinamiche.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Catalina Marketing, Dinamiche, Genzini Filippo

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 81, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Apertura di sedi o filiali: Information Resources Inc. (Iri)

Information Resources Inc. (Iri), leader nelle soluzioni e nei servizi informativi per le aziende produttrici e distributrici nel largo consumo, ha inaugurato la sua nuova sede commerciale all'Eur di Roma, operativa da inizio settembre per portare il migliore servizio a tutta la clientela del Centro e Sud Italia. I nuovi uffici si trovano in via Di Grotta Perfetta 643.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: IRI Information resources

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 106, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

Crescita interna di un manager GfK

Profili e carriere: Paolo Zani, già panel development director, è ora anche direttore dell'area Data Collection di GfK. Presente in GfK Panel Services Italia dal 1995, Zani si è da sempre occupato dello sviluppo dell'area commerciale e di client service. Laureato in Economia e Commercio, Zani ha precedenti esperienze nel mondo della scuola e nel gruppo Unilever.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Data Collection, GfK Eurisko, Unilever, Zani Paolo

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 106, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

Una donna per Ipsos Italia

Profili e carriere: Marta Pavan è entrata a far parte di Ipsos Italia in qualità di direttore della Business Unit Marketing a cui fanno capo le divisioni Insight Qualitativa, Insight Quantitativa e Novaction. Pavan ha iniziato la sua carriera in Cheesebrough Pond's per poi approdare nel 1984 in SCJohnson dove ha assunto responsabilità crescenti fino a diventare european marketing manager. Prima di entrare in Ipsos Italia era direttore marketing di Sperling & Kupfer (Gruppo Mondadori).

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bayer Otc, Cheesebrough Pnd's, Ipsos Italia, Mondadori, Pam, Panorama, Pavan Marta, SCJohnson, Sperling & Kupfer

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 23, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Se la ricerca non ha confini

Marketing: Effetto del processo di globalizzazione, la ricerca sui consumi si sta evolvendo. Emerge dall'osservatorio Assirm che il ..% delle ricerche è commissionato da soggetti nazionali. Gli istituti hanno risposto alla domanda di flessibilità con la standardizzazione ed omogeneizzazione degli strumenti di ricerca: mancano parametri che tengano conto delle differenze culturali fra i vari Paesi e fra mercati. In questo senso, la vera sfida della globalizzazione è la capacità di innovazione.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Le aree critiche delle ricerche di mercato globali

Allegati:

Citati: Anselmi Paolo, Assirm, Aureggi Marco, Bayer Health-Care, Bosio Claudio, Colafranceschi Michela, Ferrari Luigi, Ferrero, GfK Eurisko, Marketing Intelligence & Voc, Maurizio di Robilant, Micro&MacroMarketing, People the Research Partner, Robilant&Associati, Università Cattolica del Sacro Cuore, Valzania Morris

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 137, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Osservatorio Multicanalità: Microsoft come main sponsor

Microsoft Digital Advertising Solution è main sponsor del progetto Osservatorio Multicanalità promosso da Nielsen, Nielsen/NetRatings, Connexia e School of Management del Politecnico di Milano. «Crediamo molto nel progetto – ha spiegato Pietro Scott Jovane, country manager di Microsoft Online Services Group - e siamo convinti che la sfida della multicanalità per le aziende del largo consumo passi attraverso una solida attività di ricerca, elemento fondante dell'attività dell'Osservatorio.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Connexia, Jovane Piero Scott, Microsoft Digital Advertsing Solution, Microsoft On-line Service Group, Nielsen, Nielsen//netRating, Osservatorio Multicanalità, Politecnico di Milano

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

La consulenza integrata secondo Nielsen

Nielsen Company ha lanciato Brand. Un rivoluzionario approccio alle gestione delle performance e della crescita dei brand, che collega fra loro misurazioni relative al mercato retail, al panel di consumatori e a ricerche personalizzate. Ciò fornisce ai clienti una prospettiva integrata del valore del brand, unitamente a informazioni riguardanti stili di shopping e comportamenti di acquisto. Il servizio offre la possibilità di affinare i programmi di marketing e monitorarne i risultati.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Brand3, Cordon Alastair, Nielsen Company

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Istat: multa salata a chi non risponde

Chi è stato sorteggiato, circa consumatori in tutta Italia, per rispondere al questionario Istat sui consumi delle famiglie può negare la propria disponibilità a rispondere, ma verrà sanzionato con una multa di ... euro. Ciò è previsto dal decreto legislativo n. .../....., che stabilisce, peraltro, che i cittadini possono rifiutarsi di rispondere soltanto alle domande su opinioni politiche, origine razziale, convinzioni religiose, vita sessuale, stato di salute e condanne penali.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Istat

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 112, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Un progetto studia il consumatore multicanale

La School of Management del Politecnico di Milano, ha lanciato il progetto "La multicanalità paga allo scaffale", con l'obiettivo di capire come i consumatori vivono l'esperienza della multicanalità e se i consumatori multicanale rappresentano un target abbastanza ampio e attrattivo da giustificare politiche di marketing differenziate. Il progetto prevede la definizione di un questionario strutturato autocompilato su individui appartenenti a famiglie del panel ACNielsen Homescan.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: AcNielsen, Connexia, Nielsen, Nielsen NetRatings, Politecnico di Milano

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 112, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Nielsen svela le abitudini d'acquisto

Nielsen ha lanciato Global track consumer, la prima applicazione in grado di consentire un'omogenea analisi e il monitoraggio dei comportamenti di acquisto dei consumatori di più Paesi. L'applicazione integra tutte le informazioni raccolte dai vari panel di consumatori all'interno di una struttura di reporting, dando vita a uno strumento di misurazione continua che consente ai produttori di comprendere appieno le dinamiche di acquisto a livello internazionale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Global track consumer, Nielsen

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

E nata negli Stati Uniti Nielsen digital plus

The Nielsen company ha annunciato la decisione di unificare il monitoraggio dei dati raccolti dai "set top box" delle televisioni digitali nel nuovo servizio Nielsen digital plus. Il servizio utilizzerà le informazioni dei "set top box" degli operatori via cavo e dei canali satellitari, integrandole con le risorse e i dati che costituiscono il patrimonio di altre società del gruppo Nielsen.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: AcNielsen, Bases, Claritas, Meyer Jed, Nielsen digital plus, Spectra, The Nielsen Company

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Un 2006 brillante per Aegis Media Group

Grazie a una performance molto positiva della sua divisione Synovate, specializzata nelle ricerche di mercato, Aegis Group ha chiuso il 2006 con un fatturato globale di 1,9 miliardi di dollari, con una crescita di circa il 12% rispetto ai precedenti 12 mesi. La crescita organica, senza tenere conto dunque dell'impatto sui conti delle nuove acquisizioni e delle fluttuazioni valutarie.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Aegis Group, Synovate

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 121, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Occhi stranieri sull'Italia

Ricerche di mercato: Ecco lo stato dell'arte della ricerca straniera sul nostro Paese, quali le rilevazioni condotte più di frequente e con quali intenti di carattere culturale. Fatturato delle ricerche ad hoc per territorio: nazionale, da Italia a estero e da estero a Italia (2004-2005 in %)

Table, grafici e box a corredo:

- **Il fatturato delle ricerche ad hoc per territorio: 2004-2005 (in %)**
- **Il mercato delle ricerche per area geografica: 2005 (in %)**
- Nelle vesti di Marketing consultant

Allegati:

Citati: Assirm (Associazione istituti di ricerche e mercato), Carlin Stefano, Doxa, Ferrari Luigi, Gallup, Gobbi Cecilia, Hubber Jennifer, Ipsos, Istituto Piepoli, Ocse, Peopple, Pincioli Passi Maddalena, Research International, Salamon Ennio, TnS Infratest

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 126, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Il futuro è on-line

Ricerche di mercato: Fino a qualche anno fa le ricerche di mercato on-line rappresentavano solo un'interessante prospettiva di evoluzione nello scenario del marketing research italiano. Oggi il loro grado di sviluppo non può più lasciare indifferenti. Uno sguardo al mercato globale, nell'ambito delle ricerche quantitative, mostra che le rilevazioni on-line incidono oggi mediamente per il ...% del fatturato, contro il ...% delle rilevazioni telefoniche e il ...% di quelle personali

Table, grafici e box a corredo:

- **Le ricerche quantitative: fatturato 2005 per tecniche di rilevazione**

Allegati:

Citati: Assirm (Associazione istituti di ricerche e mercato), Esomar, Gobbi Cecilia, Grassi Grazia, Ipsos, Milic Enrico Maria, Schmitz, Swg, Tns

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 128, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Un altro ingresso nell'associazione Assirm

Nuovo ingresso in Assirm l'associazione che riunisce gli istituti di ricerche mercato. L'ultima società entrata è Iterion, istituto demoscopico e di studi psicosociali che propone un'ampia gamma di tipologie e approcci di ricerca quali brand image, analisi dei valori, concept e product test, creative e tracking studies. Con questo nuovo ingresso Assirm sale a quota 40 associati.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Assirm (Associazione istituti di ricerche e mercato), Iterion, Pagnoncelli Nando, Stumpo Beniamino

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

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

Tipologia: Com. d'impresa

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

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

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Scarica questa comunicazione d'impresa**

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

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 55, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Fujitsu Services - Fujitsu Services presenta i risultati della ricerca Sirmi sul mercato italiano del Retail

Focus: Fujitsu Services presenta i principali risultati della ricerca sull'utilizzo delle tecnologie nel mercato retail italiano, condotta tramite Sirmi per approfondire le esigenze degli operatori della distribuzione nel contesto nazionale.

Tablette, grafici e box a corredo:

- I bisogni it del retailer in Italia (in %)

Allegati:

- **leggi questa comunicazione di impresa**

Citati: Business intelligence, Corporate Performance Management, Fujitsu Services, Gartner, Inchiesta Sirmi-Fujitsu Services 2008, Information technology, Sirmi, Tecnologie & Business Intelligence 2008

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 102, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

The NPD Group Inc. - Una risorsa informativa approfondita e aggiornata per comprendere i trend anche del Foodservice

Le Interviste: Il "fuori casa" è un mercato sempre più importante anche nel nostro

Paese: ne parliamo con Francesco Verrastro, manager Food di NPD Italia, società che monitora, tra gli altri, l'andamento di questo comparto.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa comunicazione di impresa**

Citati: Back to School, Burger King, Coca-Cola, Foodservice, KFC, Kraft, McDonald's, Nestlè, Pizza Hut, Ricerca Crest, Selective Beauty, Sport, The NPD Group Inc., Toys, Unilever, Verrastro Francesco

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 120, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Nextplora - Le opportunità di sviluppo della ricerca on-line, vista con crescente interesse anche dal largo consumo

Le Interviste: Cresce anche in Italia il mercato delle ricerche on-line: Andrea Giovenali, presidente di Nextplora fa il punto su un comparto che potrebbe accelerare il proprio sviluppo in questa difficile fase congiunturale.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa comunicazione di impresa**

Citati: Giovenali Andrea, Nextplora

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

Tipologia: Com. d'impresa

Nielsen Italia - "Consumer Insight": i contenuti e gli obiettivi della newsletter supportata dal sistema MagNews

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

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa comunicazione di impresa**

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

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 120, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[CRA - Approccio "taylor made" flessibilità e specializzazione, apertura a nuovi mercati: le linee guida per il 2008](#)

Le interviste: Il comparto delle ricerche di mercato sta vivendo una fase di complessiva crescita: un trend pienamente confermato da CRA, attiva da 35 anni e forte di un approccio al cliente molto personalizzato. Ne parliamo con il presidente Andrea Buscaglia.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Ares, CRA (Customized Research and Analysis), Telepanel

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

Tipologia: Com. d'impresa

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

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

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

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

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 105, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Aspect Software Italy - Tutte le novità 2007 dell'Aspect Contact Center Satisfaction Index Europa](#)

Focus: Realizzato per la prima volta nel 2005, l'Aspect Contact Center Satisfaction Index misura la soddisfazione del consumatore rispetto alla qualità delle interazioni telefoniche e on-line con le aziende e i loro rappresentanti.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Aspect Contact Center Satisfaction Index Europa, Aspect Software Italy

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 132, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

[Nextplora - Le ricerche on-line: più velocità, meno costi, maggiore interattività](#)

I profili: Le ricerche di mercato che utilizzano Internet sono ormai una realtà consolidata negli Usa e in molte realtà europee. In Italia rappresentano ancora una piccola percentuale, ma con interessanti trend di sviluppo nell'ultimo triennio. In questo comparto, Nextplora è leader in Italia e attiva in importanti mercati europei.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Aig, Esomar, Fly Emirates, Gioiaverde Rana, Nextplora, Samsung Mobile, Scottex, Thomas Cook

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 138, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Ipsos - Un approccio consulenziale e di forte specializzazione per riuscire a catturare la complessità del mercato

Le interviste: Maria Marta Pavan, neo marketing division director della società milanese con una lunga esperienza nell'industria e nel trade, ci parla del rapporto tra l'azienda e il mondo della ricerca di marketing.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Bayer, Gruppo Pam, Ipsos, Johnson Wax, Mondadori, Pavan Maria Marta

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 158, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Mercurio Misura - Marketing e Crm all'insegna dell'integrazione e dell'interattività per un'impresa vincente

Le Interviste: Stefano Clima è direttore generale di Mercurio Misura, storica società di ricerche di mercato e consulenza di direzione, forte di quasi mezzo secolo di attività al servizio delle imprese italiane e multinazionali. Formazione aziendale, Marketing, management, vendite, marketing relazionale sono le sue aree di intervento. Il Crm, in particolare, è una delle attività in cui Mercurio Misura ha svolto un ruolo "pionieristico".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di Impresa](#)

Citati: Clima Stefano, Mercurio Misura

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 155, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Neutron Group - Seneca. Sensory & Consumer Analysis

Analisi sensoriali - Product test - Ricerche qualitative motivazionali - Concept test quantitativi - Texture analysis - Functional foods: sviluppo e realizzazione. Analisi Sensoriale & Indagini di mercato

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Direttore responsabile: Armando Garosci

Editore: Editoriale Largo Consumo Srl, via Bodoni 2 Milano

Service Provider: Mc Link Spa, Roma

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

diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840

INDICE DEI PERCORSI DI LETTURA DI LARGO CONSUMO

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

Se non sai cosa siano e come si usino i Percorsi di lettura di Largo Consumo vai su [**www.largoconsumo.info/percorsi**](http://www.largoconsumo.info/percorsi)

PRODUZIONE

Mercati alimentari

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Tessile, abbigliamento, calzature, pelletteria e accessori

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

Beni durevoli per la casa e la persona

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

DISTRIBUZIONE

Moderna Distribuzione: canali, formati e contesti di acquisto

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

CONSUMATORI

La propensione alla spesa e umore rispetto ai consumi

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

COMUNICAZIONE

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

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

LOGISTICA

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

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

RISORSE UMANE

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

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

AMBIENTE ED ENERGIA

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

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