

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



Documento in **versione interattiva:**
www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-010.pdf

COMMERCIO ELETTRONICO, VENDITE DIRETTE E A DISTANZA



Costi del Percorso di lettura:

€ 240,00 (comprensivo iva) - non abbonati
 € 240,00 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo 5/2007 e supplementi

Rif: PL-0507-010

Aggiornamenti:

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

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

LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

Largo Consumo

Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo

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

Pianeta Distribuzione

Rapporto annuale sul grande dettaglio internazionale

Un'analisi ragionata delle **politiche** e delle strategie di sviluppo dei **grandi gruppi distributivi** internazionali, food e non food e di come competono con la **distribuzione locale** a livello di singolo Paese. **Tablette**, **grafici**, **commenti** giornalistici, **interviste** ai più accreditati esponenti del retail nazionale e internazionale, la rappresentazione **fotografica** delle più importanti e recenti **strutture commerciali** in Italia e all'estero su Pianeta Distribuzione.

Mercato Italia - Agroalimentare

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.

Mercato Italia – Grocery non alimentare

Rapporto sullo stato delle imprese

I **risultati finanziari** delle principali imprese nazionali, la **produzione** industriale e le **esportazioni**, i **consumi** interni e principali **competitor** internazionali di questo comparto.

I CONTENUTI EDITORIALI:

Mercato Italia Agro, fascicolo 5/2007, n° pagina 17, lunghezza 1/10 di pagina

Tipologia: Breve

I risultati delle principali imprese alimentari statunitensi: Sara Lee

Risultati 2005-2006: Nel ... il gruppo Sara Lee ha continuato a ristrutturare le sue attività cedendo quelle direct selling retail coffee, meat snacks negli Stati Uniti, branded apparel, nuts and snacks in Europa per un giro d'affari complessivo di oltre . miliardi di euro.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **I risultati delle principali aziende alimentari nelle Americhe, Europa e Asia: 2005**

Citati: Sara Lee

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

Tipologia: Breve

I numeri di Avedisco

La vendita diretta a domicilio continua a crescere. Il 2006 si chiude con un fatturato in crescita del ..% sul 2005. In progresso anche il numero degli incaricati che passano da .. a .. (+..%). Con un fatturato di .. euro (+..) i beni durevoli casa si confermano il comparto trainante della vendita a domicilio, con una quota di mercato del ..%.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Avedisco

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina pubblicato on-line

Tipologia: Breve

Crescono le occasioni su eBay

Nel 2006 i risparmi effettuati sul primo sito di commercio elettronico in Italia hanno raggiunto il ...%, con picchi fino al ..% per gli elettrodomestici

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bmw, Ducati, eBay, Gps, Ipod, Mp3, Nokia, Samsung, Smart, Vespa

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Pubblicità on line - PL-0507-018

Edizione: 5/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-018.pdf



Titolo: Carte di pagamento e credito al consumo- Codice PL-0507-013

Edizione: 5/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-013.pdf

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 14, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Casa Mediasshopping: il futuro della televisione?

Diario della comunicazione: Retequattro ha mandato in onda un programma definito dalla stessa rete "il primo esperimento che incrocia il teleshopping con la fiction": mezz'ora di situation comedy classica, al cui interno ci sono messaggi pubblicitari e possibilità di telefonare e comprare.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Casa Mediasshopping, Mediaset, Mulo (Movimento utenti laici organizzati della tv), Vignali Giorgio

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 113, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Illegali le vendite senza Iva

Tutele e diritti: Il prezzo esposto o dichiarato deve per forza corrispondere a quello riportato sulla ricevuta, altrimenti sarebbe una truffa. Ne consegue che se il cliente chiede la fattura, l'Iva deve essere scorporata e non aggiunta ad essa. Si capisce come al contrario si metta in atto un comportamento illegale quando, specie nelle televendite di prodotti piuttosto costosi, si pubblicizzano prezzi senza Iva.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 0, lunghezza 2 pagine, pubblicato on-line

Tipologia: Articolo

Acquisti on-line: osare o non osare?

Attitudini: Gli italiani cominciano a essere più sicuri e fiduciosi negli acquisti telematici, soprattutto grazie a PayPal, società globale specializzata nell'offerta di servizi di pagamento on-line, costituita nel 1998 e acquisita nel 2002 da eBay, concepita proprio per consentire in tutta sicurezza i pagamenti tramite computer. Il...% di chi usa questo sistema di pagamento, infatti, dichiara di sentirsi sicuro quando compra on-line ed il ...% ha aumentato la propria attività....

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **Coloro che percepiscono lo shopping on-line come estremamente/ piuttosto sicuro (in %)**

Allegati:

Citati: Antognazza Elena, eBay, Ipsos, PayPal

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Nuovo impulso a Internet durante dicembre

Anche lo scorso Natale si è ripetuto l'appuntamento con lo shopping on-line, che a dicembre ha coinvolto ... di navigatori (il ...% di coloro che si sono connessi nel mese), con un incremento rispetto al dicembre dello scorso anno del ...%.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **I 10 siti più visitati: dicembre 2006**

Allegati:

Citati: Alice, BuyCentral, Cartoline.net, Ciao!, Cookaround, Cosacucino.it, Dmail, Dvd, eBay, Euronics, Google, Internet Bookshop, Libero, Microsoft, Msn/Windows live, Nielsen/netRatings, Pixmania, SeatPg Directories On-Line, Tiscali, Wikipedia, Yahoo!



Titolo: Osservatorio
Multicanalità: i consumatori scelgono e comprano in diversi canali di comunicazione e commerciali.
Edizione: 7/2008
Editore: Politecnico di Milano
Link:
www.largoconsumo.info/012008/OsservatorioMulticanalità18-0108.pdf



Titolo: La disciplina del commercio elettronico
Edizione: 1/2005
Editore: Cedam
Link:
diffusioneabbonamenti@largoconsumo.it?subject=Info%20Pubblicazione&body=Tuo_Nome?:%0A%0CTitolo?:%0A%0CRichiesta?:



Titolo: Il commercio elettronico nella Società dell'Informazione
Edizione: 1/2003
Editore: Sistemi editoriali
Link:
diffusioneabbonamenti@largoconsumo.it?subject=Info%20Pubblicazione&body=Tuo_Nome?:%0A%0CTitolo?:%0A%0CRichiesta?:

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 72, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Il Parmigiano Reggiano e il marketing territoriale

Il marketing territoriale è l'argomento di un convegno organizzato dal Consorzio Parmigiano Reggiano a Reggio Emilia. Al centro dell'evento la situazione della vendita diretta nei negozi annessi ai caseifici. Rappresenta il ...% del totale del formaggio commercializzato, un'incidenza che sale al ...% per le zone di montagna rispetto al ...% di quelle pianeggianti e arriva a oltre il...% della produzione dei caseifici ubicati lungo le strade di grande traffico.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Consorzio Pamigiano Raggiano, Crpa (Centro ricerche produzioni animali)

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 120, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Al tempo dei saldi forti sconti su e-Bay

Nel periodo dei saldi, su eBay erano offerti oltre ... oggetti scontati. Soprattutto abbigliamento, ma anche musica, informatica, oggetti per la casa e tante altre merceologie.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bmw, Ducati, eBay, Gps, Ipod, Minimoto, Nokia, Psp, Samsung, Smart, Vespa

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 0, lunghezza 2 pagine, pubblicato on line

Tipologia: Articolo

Il fascino esplosivo dell'acquisto on line

Canali: L'e-commerce b2c italiano chiude il sesto anno di crescita con un fatturato di oltre 4 miliardi di euro. La segmentazione delle vendite per comparto assegna la prima posizione al turismo, leader tra i settori del b2c nel 2006 con un transato di circa 1.750 milioni di euro e il 43% del mercato, con una crescita del 44%.

Secondo vettore a valore, l'informatica e l'elettronica di consumo... In terza posizione le assicurazioni on line... Abbigliamento ed editoria... grocery...

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **La dinamica del mercato: 2000-2006**
- **La distribuzione delle vendite per comparto merceologico: 2000-2006**

Allegati:

Citati: 6sicuro, Alitalia, Basko.it, Bol.it, Bow.it, BrokerOnline, Cd-box.it, Chl, Coin, Coop.it, Crai, Directline, Dmail, Ducati.com, Dvd.it, eBay, eDreams, Eldo, Esselunga, Euronics, Expedia, Ferraristore.com, Genertel, Genialloyd, Ibs.it, Iovorrei.it, lastminute.com, Mediaworld, Mondolibri, Musicommerce.it, Netcomm, Oliocarli.it, Onlinear, Oviessa, Pamcasa.it, Panini, Politecnico di Milano, Prontospesa.it, Rinascente, School of management del Politecnico di Milano, Sogegross, Tre, Trenitalia, Unilibro, Upim, Venere, Venere.com, Vodafone, Volagratis.it, Wind, Yoox, Zuritel

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 86, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Acquisti a portata di mouse

Tecnologie: Sui principali quesiti inerenti agli acquisti in rete ha fornito risposte interessanti una web survey di Tiscali advertising. Obiettivo dell'indagine è stato misurare il grado di vicinanza degli utenti all'e-commerce. Le barriere che frenano sono la presunta non affidabilità dei sistemi di pagamento on line, la diffidenza di rilasciare i propri dati personali e bancari (...%), e la riscontrata difficoltà di comperare un articolo senza poterlo prima visionare e maneggiare (...%)

Tabelle, grafici e box a corredo:

- I comportamenti di acquisti on-line

Allegati:

Citati: Tiscali, Todeschini Alberto



Titolo: www.paypal-shopping.it

Edizione: 1/2008

Editore: PayPal

Link:

www.paypal-shopping.it

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@largoconsu.mo.it

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 133, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Eismann: più vendite dall'ittico

Eismann Italia si conferma il mercato più dinamico dopo quello tedesco fra i 7 in Europa in cui il gruppo è presente, incidendo del ...% sul fatturato globale di ... di euro. L'organizzazione che distribuisce surgelati porta a porta ha accresciuto nel nostro Paese la propria quota fino a ...% del mercato. Decisivo l'impulso del pesce pregiato fra cui il merluzzo della Patagonia di cui si è assicurata gli approvvigionamenti.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Eismann Italia

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

Tipologia: Breve

I notai autenticano le transazioni on-line

Con la diffusione della documentazione digitale, in mancanza di strumenti di certificazione specifici, i notai non possono garantire la validità alle transazioni che avvengono on line e, pertanto, il loro ruolo tradizionale deve evolversi e accogliere le nuove opportunità tecnologiche che offre il mercato.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: DigiNotar (trust center olandese), Euronot@ries (associazione privata di notai), Mailwitness, Witness (Società notalire lussemburghese)

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2006, n° pagina 39, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Le vendite a distanza e dirette

Le imprese delle vendite dirette hanno raggiunto ricavi complessivi di ... miliardi di euro (+...%), con un totale di ... incaricati della vendita (+...%). I prodotti durevoli per la casa hanno rappresentato la metà delle vendite totali, con un incremento del ...%. Il giro d'affari delle vendite a distanza è aumentato a ... milioni (+...%) grazie agli incrementi dei cataloghi specialisti e di quelli "business- to-business". Il sito italiano "Yoox", specializzato nella vendita via Internet... Gli Stati Uniti...

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Yoox

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2006, n° pagina 128, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Le principali imprese distributive in alcuni Paesi dell'Asia nel 2004: Malesia

Le principali imprese distributive (food e non-food) in alcuni Paesi dell'Asia nel 2004, secondo i dati di M+M PlanetRetail, PricewaterhouseCoopers e i bilanci delle imprese

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Aeon, Courts Mammoth, Dairy Farm, Groupe Carrefour, Gruppo Tesco, Java Jusco, Jerasaia Capital, Metrojaya, Ngiu Kee Corp, Padini, Parkson Corp, Suiwah Corp, SVH Makro, The Store

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n° pagina 7, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I principali gruppi non alimentari in Usa: Avon

Nell'ultimo anno Avon ha rallentato lo sviluppo che aveva realizzato nel 2004. Il fatturato realizzato nel 2005 è aumentato a ...miliardi di dollari (+...%) a fronte di un incremento del ...% dell'anno precedente. I profitti netti sono stati di ...milioni, stazionari rispetto al 2004.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Avon

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 7, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I principali gruppi non alimentari in Usa: Tupperware

Nel 2005 il suo giro d'affari di Tupperware è stato di ...miliardi di dollari (+...%), con profitti netti di ...milioni. La sua organizzazione di vendita conta su ...milioni di rappresentanti indipendenti, ed è presente anche in Italia. L'azienda distribuisce anche cosmetici e toiletries attraverso una rete dedicata (Beauti-Control) che valre il ..% dei ricavi totali.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Beauticontrol, Sara Lee, Tupperware

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n°pagina 15, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I consumi di cosmetici e toiletries per canali di vendita (in % sul totale, in valore)

Canali in tabella: grande distribuzione e misti, erboristeria, profumeria, farmacie, porta-a-porta, vendite per corrispondenza, istituti di bellezza, parrucchieri donna e uomo. Su dati Unipro

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Unipro

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

Tipologia: Breve

Bow.it entra in Dmail group

La società specializzata nella vendita on line di elettronica di consumo, prodotti informatici e digital entertainment è stata inglobata in Dmail group, realtà operante nel settore "media commerce" e dei media locali, quotata al segmento star di Borsa italiana.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bow.it, Dmail group

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n°pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Le prime sanzioni per phishing

Tutele e diritti: il phishing e cioè l'invio di e-mail fraudolente che invita i clienti a collegarsi a un sito apparentemente di una banca e a inserire i dati personali (utente e password) è stato sanzionato anche a Milano dove la Guardia di finanza aveva avviato un'indagine su un flusso sospetto di fondi.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Guardia di Finanza

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n°pagina 120, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Dall'ordine alla consegna

Soluzioni: Arrivare direttamente al cliente finale, senza intermediari, dematerializzando il negozio. Ma il marketing one-to-one sta progressivamente allargando la sua penetrazione in diversi settori del mercato del largo consumo italiano, dall'informatica ai libri e alla musica, dalla spesa per la casa alle commodities più diverse. Anche da noi, quindi, si sta presentando e si prospetta per l'immediato futuro, una crescita del peso della logistica business to consumer.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Apple, Cavallini Teo, Cecchetti Antonella, Conad, Coop Italia, Dell Computer, Dhl Express Italia, Esselunga, Fedit, Forti Fausto, Grantham Shaun, Mediaset, Sda, Sigismondi Gabriele, Solaro Enzo, Tnt, Ups South District, Villa Gabriele, Yoox.com

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 98, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Il Far West delle medicine on-line

Farmaci: lo sviluppo di Internet ha visto la nascita del commercio on-line di ogni genere di articolo. Diventa possibile acquistare qualsiasi cosa, semplicemente consultando videocataloghi e, grazie al pagamento con carta di credito, ricevere a casa gli articoli desiderati. Se questo tipo di rapporto diretto produttore/consumatore può presentare vantaggi in molti settori, nel campo medico esso comporta rischi notevoli che non devono essere sottovalutati.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Ama (American medical association), Carta del farmaco, Fofi, Giacomelli Ivano, Ministero della salute, Ordine dei medici, Sisf (Società italiana di scienze farmaceutiche)

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 119, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Lo shopping on-line conviene

In base all'ultima analisi condotta da eBay.it, le differenze di prezzo dei prodotti di largo consumo tra la distribuzione al dettaglio tradizionale e il principale sito italiano di commercio elettronico sarebbero sostanziose.

Table, grafici e box a corredo:

- **La quota di risparmio di alcuni prodotti su e-bay: 2006 (in%)**

Allegati:

Citati: Chicco, eBay.it, Gillette, Pampers

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 125, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Vendite miracolose

Tutele e diritti: In aumento le vendite tramite parenti e amici di prodotti che promettono miracoli. È questo ciò che emerge dalle segnalazioni che arrivano al Cec (Centro europeo consumatori). L'associazione fa notare che la legge vieta di attribuire effetti terapeutici o curativi a questi prodotti e punisce i trasgressori con severe sanzioni amministrative.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Cec (Centro europeo consumatori)

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 26, lunghezza 1/2 pagina

Tipologia: Breve

Le cifre della vendita diretta

Nel primo trimestre del 2006 il fatturato ha segnato un incremento del ...% sullo stesso periodo dell'anno precedente attestandosi a ... milioni di euro. In questo lasso di tempo le performance migliori sono state realizzate dal tessile (+...%) e dagli "alimentari-nutrizionali" (+...%). Degni di nota i risultati ottenuti dai segmenti "beni di consumo casa" (+...%) e "cosmesi e accessori moda" (+...%). In coda, con un incremento dell'...%, i "beni durevoli casa", che si conferma il settore trainante.

Table, grafici e box a corredo:

- **La segmentazione del fatturato delle vendite dirette per categorie merceologiche: 2005 (mgl euro)**

Allegati:

Citati: Avedisco, Istat

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

Tipologia: Breve

Televendite: aumenta il valore

Nel primo trimestre del 2006, gli investimenti in telepromozioni e televendite sulle reti nazionali sono cresciuti in valore (+..%) e in tempo; mentre la pubblicità tabellare in televisione è salita solo del ..% in valore ed è diminuito del ..% il numero degli annunci emessi.

Table, grafici e box a corredo:

- **Il tempo per telepromozioni e televendite: gennaio-marzo 2006 (in secondi)**

Allegati:

Citati: AcNielsen

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 102, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Le abitudini in fatto di e-commerce

EBay.it ha evidenziato le abitudini di acquisto e di vendita di oltre ...milioni di utenti italiani registrati sul sito, dimostrando come sul portale si compri e si venda di tutto. In generale, si acquistano....

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: e-Bay, Levoni Paolo

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 86, lunghezza 0,6 di di pagina

Tipologia: Breve

Prontospesa Crai approda a Roma

Nato nel punto di vendita Nato torinese Futura, appartenente all'impresa associata Codè, il servizio di spesa on-line di Crai sbarca a Roma grazie a un accordo di affiliazione commerciale siglato con La Capitale Crai centro. Il progetto è stato adottato da ... dei ... punti di vendita La capitale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Codè, Crai, Futura, La Capitale Crai centro, Prontospesa

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 110, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Acquisti on-line: crescita senza novità

Ha acquistato on-line almeno una volta nell'ultimo anno, quasi un ... della popolazione mondiale, pari a... milioni di persone. In tutto il mondo i libri si posizionano al primo posto tra gli articoli maggiormente venduti (...%), quindi i dvd e videogiochi con il ...%; a seguire biglietti e prenotazioni aeree, ...%; abbigliamento, scarpe e accessori al ...%. Le carte di credito sono il metodo di pagamento più diffuso il tutto il mondo. Seguito dal trasferimento di denaro, utilizzato per ... acquisti su 100.

Table, grafici e box a corredo:

- **Gli ultimi 3 prodotti acquistati on-line: 2005 (in%)**

Allegati:

Citati: AcNielsen, AcNielsen on-line consumer opinion survey

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 113, lunghezza 0,4 di di pagina

Tipologia: Breve

Carte di credito: no alla clonazione

I dati statistici rilevano che sono sempre in aumento i casi di truffa con le carte di credito e che le transazioni più pericolose sono quelle effettuate via Internet o per telefono.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

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

Tipologia: Articolo

La nuova identità dei mezzi

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

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 146, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

La rincorsa dell'e-procurement

Business-to-business (B2B): un transato nel 2004 di ... miliardi di euro. Rappresenta la terza filiera in Italia con un transato complessivo di ... miliardi di euro. Stiamo parlando del settore grocery che comprende sia il food, sia i prodotti per la pulizia e l'igiene della persona e della casa. Il tasso di crescita annuo ruota intorno al ...%. Il valore complessivo dell'e-supply chain rappresenta ancora poco più del ...% del transato B2B nella filiera.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **La dinamica dell'e-supply chain nel settore grocery in Italia**
- La filiera del grocery in Italia

Allegati:

Citati: Indicod Ecr, Osservatorio B2B, Perego Alessandro, Politecnico di Milano

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 167, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Nuova Esperya/Società di Persone

Operazioni di concentrazione: L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione da parte di Nuova Esperya dell'azienda di Wine's Emporium, relativa all'attività di commercio elettronico di prodotti alimentari, Il mercato rilevante è quello nazionale della distribuzione tramite Internet di prodotti alimentari tipici, di elevata qualità e di difficile reperibilità. L'Autorità delibera....

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Nuova Esperya, Sogegross, Wine's Emporium

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 97, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Carli, dal catalogo al monomarca

Fratelli Carli conta ... clienti contattati mensilmente mediante catalogo e serviti da un sistema logistico all'avanguardia. Con un fatturato 2004 di oltre ...milioni di euro, un utile netto di ... milioni e un organico di dipendenti diretti e addetti alle consegne, la società è il terzo operatore nazionale del settore oleario, con ..., % di market share mercato. La decisione di aprire negozi con insegna propria nasce dagli ostacoli prodotti dalla legge sulla privacy.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Carli

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 111, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

E-commerce e sicurezza: timori reali o infondati?

I dati di un'indagine telefonica realizzata da InSintesi e Tns Infratest (campione di ... individui, rappresentativo della popolazione italiana) ha dimostrato che in fatto di e-commerce, la sicurezza è il primo degli elementi.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: InSintesi, Tns Infratest

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 152, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Le aspirazioni al door-to-door

Il sistema delle vendite a domicilio permette a migliaia di persone di arrotondare le entrate con un lavoro che lascia una certa autonomia, e un reddito commisurato all'impegno. Ma è importante la credibilità del network. Il ...% degli italiani che lavorano – sono ... milioni – aspirerebbe a cambiare impiego per ottenere un'occupazione gratificante, più adatta alle proprie esigenze economiche e personali. Da qui al 2008, sono ... milioni gli adulti che cercheranno un nuovo impiego.

Table, grafici e box a corredo:

- **Gli italiani interessati a un lavoro "tipo Amway" (in milioni e in %)**

Allegati:

Citati: Amway, Astra, Finzi Enrico, Milone Monica

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 59, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Articolo

Alla ricerca dell'e-business

Tessile-abbigliamento: la capacità di operare come una rete integrata, reattiva e flessibile che coinvolga tutte le imprese – anche quelle di dimensioni minori - connettendole a un sistema mondiale di interscambio, costituisce sicuramente l'obiettivo principale alla base dell'adozione di tecnologie informatiche standardizzate da parte delle aziende del settore. Qual è lo stato di applicazione delle tecnologie?

Table, grafici e box a corredo:

- **L'e-business index nei diversi settori**

Allegati:

Citati: Antara, Associazione europea delle industrie del tessile abbigliamento, Associazione tessile italiana, Ati, Cen, Comitato europeo di normazione, Databank, Dg enterprise & industry, e-Business W@tch, Euratex, Smi (Sistema Moda italia), Textile Italy, Txt e-Solutions

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 59, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

L'e-business index nei diversi settori

L'indicatore ponderato dell'adozione dell'Ict e dell'intensità dell'e-business, basato su 16 componenti indicizzate con massimo uguale a 100 relativamente i comparti: Servizi It, Automotive, Farmaceutico, Aeronautica, Meccanica, Editoria, Alimentare, Tessile Turismo, Costruzioni. Informazione contenuta nel titolo "Alla ricerca dell'e-business".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Visualizza questo elemento**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 99, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Articolo

Più mobili sulla rete

E-commerce: Internet e l'arredamento: un matrimonio azzecato, quasi obbligato, tanto che i grandi operatori, come Ikea, stanno portando questa modalità anche su mercati informaticamente meno aperti. Il mercato dei mobili e dell'arredamento sarà uno dei prossimi settori a utilizzare la Rete in modo esteso. Per il biennio 2006-2007 si aspetta l'entrata nel mercato on-line delle grandi catene.

Table, grafici e box a corredo:

- **L'e-commerce di Ikea: 2004**

Allegati:

Citati: 1380, Arredoufficio.com, Bazzoli Stefano, Cabassi Paolo, Casaleggio associati, Chairs Outlet, Easyworking.com, Fiorini Roberto, Ikea, Mercatone Uno, Owo, Robba Emanuele, Scarfelli Maurizio, Unopiù

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 158, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Articolo

L'esercito del porta a porta

Professioni: il sistema di vendita "porta a porta" si sta confermando come una valida alternativa alle professioni tradizionali, tanto che sempre più numerosi sono gli italiani che lo hanno scelto come esclusiva fonte di reddito. La considerazione emerge da una ricerca effettuata da Swg su commissione di Avedisco, l'associazione che raccoglie il maggior numero di operatori delle vendite dirette in Italia.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **I fatturati delle imprese associate Avedisco (2004-2005) (in mgl di euro, Iva inclusa)**
- **Le motivazioni di chi lavora nella vendita diretta (in%)**

Allegati:

Citati: Avedisco, Avon Cosmetics, Bozzoli Luca, d' Ippolito Ida, Fesda, Landi Paolo, Segatti Anna, Swg, Tupper Earl S. , Tupperware, Wfda

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 74, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Articolo

La Rete non è un gioco

Mercato dei giocattoli: la vendita telematica, sebbene ancora poco significativa in Italia, è importante per il settore. Una ricerca condotta da Casaleggio Associati su ... aziende del settore che utilizzano Internet per finalità di business in Italia evidenzia punti di forza e criticità di un comparto che oggi ricava ... milioni da questo canale, ... euro lo scontrino medio.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Giocattoli on-line in Italia: 2004-2005**

Allegati:

Citati: Belli Alberto, Blinky, Casaleggio Associati, Ceretti Eduardo, Città del Sole, Clementoni, Costa, Editrice Giochi, Esposito Gabriella, Faro, Hasbro, Kriete Edward, Lego, Montanari Stefano, Orsodado, Pallesen Lisbeth, Ruschetti Laura, Trudi

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 75, lunghezza 3 Pagine

Tipologia: Articolo

L'elettronica di consumo viaggia in Internet

Elettronica di consumo: decisamente in ascesa il fatturato, che tuttavia deve scontare una certa diffidenza dei consumatori riguardo ai pagamenti on-line. L'elevato numero di rivenditori in Rete è indice di una scarsa concentrazione e immaturità del canale, che oggi genera ... mln di fatturato (+...%). Una ricerca condotta da Casaleggio Associati su ... aziende del settore che utilizzano ma logistica e i pagamenti restano le criticità.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Gli attori dell' elettronica di consumo on-line**
- **Gli obiettivi delle società di elettronica di consumo on-line**
- **La classifica delle aziende on-line per fatturato in Italia: 2003-2005**

Allegati:

Citati: Alaino Leonardo, Apple, Bow.it, Canon, Casaleggio Associati, Chl, De Medici Giovanni, Dell, ePrice, Esprinet, Expert, Factotus, Fibbi Alessandro, Fnac, Fotovista, Froogle, Gerini Luca, Google, Hp, Kelkoo, Mallteam, Media market, Media World, Megalink, Monclick, MrPrice, Nokia, Nomatica, Olidata, Pixmania, Ronchi Federica, Sony, ToshibaShop, Trovaprezzi, UniEuro, Yahoo!

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 81, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

A Postalmarket l'esclusiva la Redoute

L'azienda di Peschiera Borromeo (Mi) distribuirà le collezioni della francese La Redoute, divisione di Redcats, in esclusiva per il mercato italiano collegato al sito www.postalmarket.it. Composta da 2.500 articoli, l'offerta La Redoute è focalizzata sulla collezione donna, articolata in più linee e stili, integrata da accessori, abbigliamento intimo, neonato, bambino, uomo sport....

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Postalmarket , Redcats, Redoute

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 19, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Articolo

I pescatori di dati

Recentemente alcune importanti banche italiane sono state coinvolte in fenomeni di phishing ("phone fishing"), un atto di criminalità informatica che consiste nel tentativo di furto d'identità dei clienti. La polizia riferisce che le truffe informatiche avvenute in Italia tra luglio 2001 e giugno 2005 sono Nei 4 anni precedenti le truffe informatiche avvenute nel nostro Paese ammontavano a Le denunce per truffe informatiche presentate in Italia nel 2004 sono

Table, grafici e box a corredo:

- **Le cifre sulle truffe informatiche**

Allegati:

Citati: Aol (America On-Line), iniziativa: Anti-phishing Act 2005, Mit (Ministero per l'Innovazione e le tecnologie)

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

Tipologia: Breve

Sara Lee – Tupperware

Sara Lee Corporation ha recentemente confermato la vendita del ...% del segmento vendite dirette a Tupperware corporation per la cifra di ... milioni di euro. Il disinvestimento di Sara Lee nel segmento era stato, peraltro, annunciato già nel...continua...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Brenda Barnes, Sara Lee, Tupperware

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 65, lunghezza 2 Pagine

Tipologia: Articolo

Nuove tecnologie in musica

Discografia: Internet rappresenta gran parte del futuro del settore, attualmente in difficoltà nella sua formula tradizionale. Il Digital music report 2005 di Ifpi segnala sul web 870 milioni di file musicali "non autorizzati". Nel campo del marketing il passaggio di consegne previsto è tra l'advertising e il direct marketing.

Table, grafici e box a corredo:

- **Il mercato discografico tradizionale italiano: 2004**
- **La produzione e la vendita nel comparto musicale: i cambiamenti previsti**

Allegati:

Citati: Assolombarda, Casi umani, Conforti Mario, Elio e le storie tese, Fimi (Federazione industria musicale italiana), Hukapan, Ifpi (International federation of the phonographic industry), Leonhard Gerd, Perini Michele, Price WaterhouseCooper

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 98, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

La paura degli hacker frena l'e-commerce

Una ricerca realizzata da Gartner sembra confermare la paura degli utenti internet per gli hacker. Tale situazione infatti rappresenta un rischio per il futuro dell'e-commerce: il numero dei tentativi di phishing dal 2004 al 2005 èdel...% e ... continua...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Brambilla Walter, Gartner, Norman Italia

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 69, lunghezza 3 Pagine

Tipologia: Articolo

Fare la spesa con la Rete

Commercio elettronico: in Rete l'alimentare si vende soprattutto presso i supermercati on line o le rivendite conto terzi di prodotti tipici. Questo mercato vale ... mln, (+...%). La crescita è dovuta soprattutto ai leader di settore, che hanno consolidato le proprie posizioni ma il business ha risentito di un arresto e in alcuni casi di chiusure di iniziative in tutte le tipologie di mercato. La minaccia proviene dalla crisi del settore tradizionale e il rincaro dei trasporti.

Table, grafici e box a corredo:

- **L'utilizzo di Internet da parte delle aziende (vendita, assistenza, informazioni...)**
- **La classifica dei supermercati per fatturato on-line: 2005**

Allegati:

Citati: Agricola Boschi, Bacardi, Basko, Bofrost, Casaleggio associati, Cassine di Pietra, Coccodi, e-Coop, Esperya, Esselunga, Ferrero, Il-vino.com, Io vorrei, Lombardini, Olio Carli, OnlineMarket, Pamacasa, Prontospesa, Riso Scotti, Spesaclick, Spesaonline, Tesco, TheBestRaffaello, Tramezzino.it, Volendo, Wineshop

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 72, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Porta a porta con successo

La notorietà diretta delle vendite porta a porta si è mantenuta costante nel corso degli ultimi anni e si attesta intorno al ...%, mentre il ...% delle famiglie ha ricevuto almeno una volta la visita di un agente a casa propria. La formula one-to-one è stata utilizzata per effettuare i propri acquisti dal ...% delle famiglie italiane. Sono i casalinghi i prodotti più acquistati tramite questo canale, seguiti da cosmetici, prodotti per la pulizia della casa ed elettrodomestici.

Table, grafici e box a corredo:

- Box: la metodologia e il campione
- **Il trend del mercato: 1999-2005 (in milioni di euro)**
- **Il trend dell'indice di soddisfazione dei clienti: 1999-2005 (indice di riferimento=100)**
- **L'ultimo acquisto one to one e party (in %)**
- **La composizione delle famiglie per cluster (in %)**
- **La propensione al riacquisto da parte degli acquirenti (in %)**
- **Le caratteristiche dei nuclei familiari dei clienti fedelissimi (in %)**
- **Le caratteristiche di profilo degli acquirenti recenti: 2005 (in %)**

Allegati:

Citati: Csi-customer satisfaction index, Databank

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 74, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Se i quadri viaggiano via etere

Arte: Momento d'oro per questo settore, con cifre record ai vertici internazionali. Oggi interessa più il contemporaneo, che le vendite attraverso il canale televisivo hanno aiutato ad emergere.

Table, grafici e box a corredo:

- **Gli artisti italiani più quotati**
- **I contemporanei dalle quotazioni d'oro (in milioni di euro)**

Allegati:

Citati: Borzani Eleonora, Canale D., Celiberti, Corbelli Giorgio, Elefante, F.Ili Orler, Finarte-Semenzato, Hirst Damien, Home Shopping Europe, La9, Mediaset, Morlotti, Saatchi & Saatchi, Telemarket

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Al via la legge sulle vendite dirette

Più tutela per i consumatori e le aziende di vendita diretta. L'approvazione della legge che regola il settore e vieta le vendite piramidali, è il frutto di un lungo lavoro parlamentare iniziato nel 1992 sulla base di un progetto di legge omonimo proposto da Avedisco e sostenuto dalle Associazioni dei consumatori.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Avedisco (Associazione vendite dirette servizio consumatore), Festa Enrico

Largo Consumo, fascicolo 3/2005, n° pagina 83, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Focus sulla Rete

Internet: sono ancora poche le aziende che in Italia considerano la vendita on-line un vero modello di business. Infrastrutture carenti e difficoltà nella gestione del magazzino fra le cause principali

Tablette, grafici e box a corredo:

- Per essere competitiva la vendita on-line deve

Allegati:

Citati: Basko, Camera di Commercio americana in Italia, Casaleggio associati, E-Coop, Esselungacasa, Freshdirect, Houra, Il-vino, Iovorrei, Olio Carli, Onlinemarket, Pamacasa, Prontospesa, Sassoon Enrico, SpesaOnline, Tesco, Tramezzino.it, Vogliobio, Volendo, Webwan

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

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

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2007, n° pagina 14, lunghezza 1 Pagina

Tipologia: Pubbl. Tabellare

Bernardi - Bernardi Abbigliamento, Gokids, Postalmart, Bernardi Invest

Grande distribuzione di abbigliamento e tessile casa con 190 grandi punti di vendita, Vendita per corrispondenza in Italia. E-commerce. Promotore centri commerciali. Un mondo in espansione.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Visualizza questa pubblicità**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 70, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Bernardi Group - I "plus", la strategia e i progetti di sviluppo di una grande realtà dell'abbigliamento

I profili: una realtà di primo piano nella grande distribuzione di abbigliamento: ... pdv in tutta Italia, un fatturato pari a ...milioni di euro, ...dipendenti. E' tra i primi in Italia a guardare ai mercati del Sud-Est asiatico. Nel 1994 costituisce una sede operativa in Bangladesh, chiamata a coordinare la produzione delle aziende locali e oggi è la prima azienda italiana per volumi trattati. Nel maggio 2003 sono iniziate le aperture di una catena di negozi per bambini a insegna Go-Kids.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Scarica questa comunicazione di impresa**

Citati: Al Faisad Group (AFG), Bernardi, Di Tommaso Riccardo, Domo, GoKids, Gruppo Bernardi, La Redoute, Postalmarket, PPR, Redcats, Sony, Vester

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 159, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Vorwerk Folletto, 65 anni di successo

Spot: Vorwerk Folletto, in Italia da oltre 65 anni, ha fatto della vendita diretta il suo esclusivo canale di vendita. Il gruppo Vorwerk, cui appartiene, è presente in 60 Paesi, con 23.000 impiegati e circa 29.000 addetti alle vendite, oltre 2 miliardi di euro di fatturato. compresa la certificazione Iso 22000.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Scarica questa Comunicazione di impresa**

Citati: Vorwerk Folletto

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

diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840