

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



Documento in **versione interattiva:**
www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-021.pdf

VIDEOGIOCHI

Costi del Percorso di lettura:

€ 73,50 (comprensivo iva) - non abbonati

€ 43,50 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo e supplementi

Rif: PL-0507-021

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:

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.

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.

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:

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n° pagina 9, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I principali gruppi non alimentari in Usa: Hasbro

Hasbro nel 2005 ha fatturato ...miliardi di dollari (+...%), con profitti netti di ... milioni (+...%). Le vendite di giocattoli negli Stati Uniti sono aumentate a ... miliardi (+...%), recuperando la diminuzione registrata nel 2004.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Hasbro, Target, Toys"R"Us, Wal-Mart

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n° pagina 9, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I principali gruppi non alimentari in Usa: Jakks Pacific

Jakks Pacific, produttore di una vasta gamma di giocattoli, strumenti per scrittura e videogiochi con numerosi marchi, nel 2005 ha messo a segno un buon incremento, portando il fatturato a ...milioni di dollari (+...%).

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Creative Designs International, Jakks Pacific

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2006, n° pagina 10, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I principali gruppi non alimentari in Usa: Leap Frog

Leap Frog, specializzata in giochi educativi con tecnologie innovative, ha fatturato ...milioni di dollari (+...%), riportando il conto economico in attivo per ... milioni, rispetto alla perdita di ...milioni registrata nel 2004.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Leap Frog

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

Tipologia: Breve

I principali gruppi non alimentari in Giappone: Bandai

Per il gruppo Bandai (giocattoli e videogiochi), il 2005-2007 è stato un esercizio di transizione utilizzato per consolidare la fusione con Namco. Il fatturato complessivo è stato di ...miliardi di euro, leggermente superiore a quello dell'esercizio precedente, mentre gli utili netti sono diminuiti a ...milioni (-...%).

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bandai, Namco

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 68, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Videogiochi ad alto potenziale

Da marzo 2004 a marzo 2005 il mercato italiano dei videogiochi ha raggiunto, nei canali distributivi moderni (ipermercati e specializzati, catene multimediali e consumer electronics), il ...% del totale vendite a volume per un valore complessivo superiore ai ... milioni di euro (+...%). Le vendite di software hanno generato ricavi per ... milioni (il ...%), il restante ...% è rappresentato dall'hardware per un valore di ... milioni.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: un target in cambiamento (Quello dei videogiocatori)
- **Gaming on-line, gaming su cellulare e profilo dei videogiocatori: 2005**

Allegati:

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Tempo libero e intrattenimento - PL-0607-001

Edizione: 6/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/062007/PL-0607-001.pdf



Titolo: Commercio elettronico, vendite dirette e a distanza- Codice PL-0507-010

Edizione: 5/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-010.pdf



Titolo: Tutto quello che fa male ti fa bene. Perché la televisione, i videogiochi e il cinema ci rendono più intelligenti

Edizione: 1/2006

Editore: Mondadori

Link:

diffusioneedabbonamenti@largoconsumo.it?subject=Info%20Pubblicazione&body=Tuo_Nome?:%0A%0CTitolo?:%0A%0CRichiesta?:

Citati: Aesvi (Associazione editori software videoludico italiana), Atari, Bonatti Claudia, Calderoni Pierfederico, Centrale Adriatica, Coop Adriatica, Coop Estense, Coop Nord-Est, Ds, Gameboy micro, Latina Dvide, Micallef Marco, Microsoft Italia, Microsoft Xbox, Microsoft Xbox 360, Nintendo, Nintendo Ds, Nintendo Game boy advance, Nintendo Game Cube, Persegati Andrea, Playstation, Playstation portable, Sce Italia, Sony, Sony Ps2 55, Sony Psp, Ubisoft

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 11, lunghezza 4 Pagine

Tipologia: Articolo

Gli orizzonti dell'intrattenimento

Media: l'industria dell'intrattenimento e dei media sta attraversando il periodo più favorevole dal 2000 con un tasso di crescita del ...%, sono ad arrivare nel 2009 a ... trilioni di dollari. I fattori chiave sono: aumento degli investimenti pubblicitari, una maggiore diffusione on-line di musical, film, libri e videogame. L'area geografica con il più alto tasso di crescita è e rimarrà quella asiatica. Gli Usa.....

Table, grafici e box a corredo:

- **Il mercato dell'intrattenimento e dei media per area geografica: 2000-2009 (in milioni di dollari)**
- **Il mercato pubblicitario: 2000-2009 (in milioni di dollari)**
- **La crescita del Pil per area geografica: 2000-2009 (in %)**
- **La spesa nell'intrattenimento per segmento: 2000-2009 (in milioni di dollari)**

Allegati:

Citati: Fenez Marcel, Jackson Wayne, Middelweerd John, PricewaterhouseCoopers

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 11, lunghezza 1/2 pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La spesa nell'intrattenimento per segmento: 2000-2009 (in milioni di dollari)

La spesa globale in attività di intrattenimento e tempo libero relativamente i segmenti: Televisione, Musica, Radio, Internet, Videogiochi, Periodici, Quotidiani, Libri, Parchi divertimento, Casinò e Sport.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n°pagina 101, lunghezza 3 Pagine

Tipologia: Articolo

Mobile vas: è di scena la multimedialità

Tecnologie: nel 2004 il reparto dei servizi application to person legati alla mobilità è stato caratterizzato da numerosi trend positivi, che hanno portato a una crescita del mercato superiore al ... %. Questi servizi hanno permesso ricavi nel 2004 per ... mln, Buongiorno Vitaminic, Dada, Endemol guidano le danze.

Table, grafici e box a corredo:

- Box: Le case history (Buongiorno Vitaminic, Dada, Endemol)
- **La distribuzione del mercato dei mobile vas per tipologia di servizio:2003-2004 (in %)**
- **Le dinamiche del mercato dei mobile vas: 2003-2004 (in milioni di euro)**

Allegati:

Citati: Argenti Marco, Buongiorno Vitaminic, Cellularline , Dada, Dada mobile, Endemol, Osservatorio permanente Mobile vas consumer del Dipartimento di Ingegneria gestionale del Politecnico di Milano, Poligrafici editoriale, Predolin Lucia, Rcs, Rem-Picci Davide, Snai, Supereva

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Cresce il numero di agenzie pr

Si chiama Laboratorio comunicazione ed è la nuova agenzia di pubbliche relazioni fondata da Marco Giannatiempo, già amministratore delegato di Pulsar communication, agenzia specializzata nel mercato dei videogiochi e della tecnologia. Laboratorio comunicazione nasce come punto di riferimento per l'intero mercato del videogioco e dell'intrattenimento in generale.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Giannatiempo Marco, Laboratorio Comunicazione, Pulsar communication

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 129, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Lancio di Xbox 360 con McCann-Erickson

Campagne pubblicitarie: McCann-Erickson ha firmato la campagna per il lancio di Xbox, il nuovo sistema per videogiochi ed entertainment di Microsoft.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: McCann-Erickson , Microsoft, Universal Media, Xbox 360, Xbox Live

Largo Consumo, fascicolo 7/2005, n° pagina 115, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Di che cosa parlano gli italiani sul web

Digital Pr, agenzia di relazioni pubbliche del gruppo Hill & Knowlton specializzata nell'utilizzo e nello studio delle forme più avanzate di comunicazione Internet, ha pubblicato l'edizione 2004 della ricerca "Dall'abbigliamento allo zapping: di cosa parlano gli italiani in Rete", che prende in esame forum e newsgroup italiani per costruire una mappa completa di questo mondo virtuale. In questa nuova e più completa edizione dello studio spicca tra gli argomenti più discussi quello... Continuo...

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Il numero totale di messaggi postati per categoria**

Allegati:

Citati: Digital Pr , Hill & Knowlton

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 70, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Nintendo Italia - Arriva il mini free-press Nintendo

Spot: Dallo scorso lunedì 3 aprile, davanti e all'interno delle scuole superiori e delle università di sei città italiane (Milano, Roma, Bologna, Napoli, Torino e Firenze) è in distribuzione Nintendo Project, il mini free-press di Nintendo in collaborazione con Cream Magazine. Il progetto è stato concepito da Idea Manager e Nintendo Italia. IF Comunicazione ha curato lo sviluppo editoriale, mentre Enfants Terribles ha realizzato il progetto grafico.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Scarica questa Comunicazione di impresa**

Citati: Brain Training, Cream magazine, Electroplankton, Enfants Terribles, Idea Manager, IF Comunicazione, Nintendo, Nintendo Italia, Nintendo Project

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