

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/062007/PL-0607-012.pdf

CORALIS CONSORTILE (Cifre e accadimenti registrati da Largo Consumo)

dal gennaio 2006



Costi del Percorso di lettura:

€ 89,00 (comprensivo iva) - non abbonati
€ 45,00 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo e supplementi

Rif: PL-0607-012

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:

Pianeta Distribuzione

Rapporto annuale sul grande dettaglio internazionale

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

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:

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2007, n° pagina 53, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I principali gruppi di imprese della distribuzione moderna operanti in Italia: 2005

Vendite pdv, superficie e addetti in base ai dati disponibili.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Auchan, Bennet, Billa, Carrefour, Coin, Conad, Consorzio C3, Coop Italia, Crai, Despar, Ditexal, Esselunga, Finiper, Gs, Il Gigante, Interdis, La Centrale, Lidl Italia, Lombardini, Mdo Coralys, Metro, Pam, Penny Market, Rewe, Rinascente, Selex, Sigma, Sisa, Standa Commerciale, Superal, Unes, Upim, Végé

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2007, n° pagina 55, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Le principali centrali d'acquisto in Italia: 2005 (in %)

I principali attori e relative quote % di mercato.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Agorà, Algro, Aligross, Auchan, Bennet, C3, Carrefour, Cds, Cedigross, Centrale Italiana, Codist, Conad, Coop Italia, Coralys, Crai, Despar, Disco Verde, Esd, Esselunga, Finiper, Gdm, Il Gigante, Interdis, Intermedia, Lombardini, Marr Cremonini, Mecades, Metro, Pam, Rewe, Sai, Selex, Sigma, Sintesi, Sisa, Sun

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2007, n° pagina 64, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli Ipermercati in Italia: 2007

I pdv di dimensione superiore a 4.999 mq, cpleti di metratura e località. ripartiti per insegna e per Area Nielsen.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Aliper, Auchan, Bennet, C3, Carrefour, Conad, Conalec Service, Continente, Coop, Crai, Despar, Ditexal, E. Leclerc-Conad, Emisfero, Emme 2, Finiper, Galassia, Gea, Gros Cidac, Gruppo Pam, Gruppo Selex, Gruppo Standa Rewe, Il Gigante, Indipendente, Interspar, Iper, Iperaffi, Iperal, Iperbennet, Ipercolmark, Ipercoop, Ipercoop Bonola, Ipercoop Gran Rondò, Ipercoop La Torre, Ipercoop Mirabello, Ipercoop Novara, Ipercoop Sarca, Iperfamila, Iperfutura, Ipermac, Iperstanda, Iperval, La Girandola, Il Pellicano, Lombardini, Mdo Coralys, Multimarket, Oasi, Orvea-Sun, Panorama, Panorama Romea, Pianeta, Pick Up Sirio, Pick Up Supermercati, Rinascente, Sun, Uni Ipermercato

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Private label -PL-0507-006

Edizione: 5/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-006.pdf



Titolo: Attrezzature e tecnologie per il commercio - Codice PL-0607-015

Edizione: 6/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/062007/PL-0607-015.pdf



Titolo: Canale cash and carry - Codice PL-0207-013

Edizione: 2/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/022007/PL-0207-013.pdf

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 28, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Coralis consolida la base

Diario della distribuzione: Il 2007 si è aperto con nuove e concrete prospettive di sviluppo per il consorzio distributivo. L'ingresso di ... soci rafforza la compagine associativa, soprattutto in Campania, grazie all'entrata di ... imprese fortemente radicate sul territorio: consolidato il ruolo di Coralis nell'ingrosso a libero servizio, con ... unità di grandi dimensioni, e nel dettaglio moderno, grazie a una rete di ... supermercati

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Centro Alimentari Di Mario, Coralis, De Rosa Food, Di Tella Raffaele & Figli, Mercuri, One Price Italia, Pemium Price Italia

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 79, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Trust & Trade rinnova l'impegno

Nel corso dell'incontro organizzato a Napoli, la società Trust & Trade Service, partner di Coralis, ha rinnovato il proprio impegno nei confronti dell'industria di marca all'insegna della coo-competition, concetto che fondendo termini competizione e collaborazione, consente di operare in sintonia nell'interesse del consumatore finale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Cashpiù, Colonial Sud, Coralis, Marketpiù (superette), Maxi più, Rosa Cedi, Trust & Trade Service

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 83, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Nasce One Pr1ce World

Franchisor & Franchisee: La nuova società integra in modo sinergico la specializzazione nel canale non-food di Sms Distribution (presidiato con due format da ... a ... mq) e quella maturata nel settore alimentare da One Pr1ce, dove opera con tre tipologie commerciali, da a ... mq,

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bse, Coralis, NINEtNINE Cent (catene non food), One Pr1ce (catene food), One Pr1ce Italia, One Pr1ce World, Sms Distribution

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 108, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

E' accordo tra Sisa e Coralis

Nella girandola di matrimoni e scissioni che anima il mondo delle centrali d'acquisto, la disgregazione di Mecades sta nuovamente scuotendo gli equilibri della gdo italiana. Dopo l'ultima fuoriuscita di Aspiag-Despar confluito in Centrale Italiana anche il gruppo Sisa ha lasciato la compagine cui aveva aderito nel 2000 e ha siglato un accordo di partnership con Coralis.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Aspiag, Centrale Italiana, Cermes, Coralis, Despar, Information Resources, Mecades, Sisa

Largo Consumo, fascicolo 12/2006, n° pagina 77, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Coralis cresce in Toscana

Il Consorzio segna una nuova tappa nel percorso di espansione in Toscana, dove annovera attualmente .. esercizi. Il nuovo negozio occupa una superficie di .. mq e ricalca il format di vicinato sviluppato dal gruppo, con forte specializzazione nei freschi e nei freschissimi proposti a self-service e a vendita assistita (macelleria, pescheria, salumeria-gastronomia).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Coralis, Mfm



Titolo: La figura del buyer della Gdo - Codice PL-0707-016

Edizione: 7/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/072007/PL-0707-016.pdf



Titolo: Internazionalizzazione del retail - Codice PL-0507-004

Edizione: 5/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-004.pdf



Titolo: Gruppo Selex (Cifre e accadimenti) - Codice PL-0907-006

Edizione: 9/2007

Editore: Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/092007/PL-0907-006.pdf

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Un centro commerciale nella rete Seimio

Gestito direttamente dal direttore generale di Coralis, Mauro Bassi, il piano di espansione si sta evolvendo su due livelli: la riconversione degli oltre ...punti di vendita esistenti e l'apertura di nuove unità con le insegne adottate dal gruppo. Apertura del "Centro commerciale del Reventino". Situato a Saveria Mannelli (Cz). La realizzazione ospita su una superficie totale di ... mq un maxi market Bontò di ... mq, una galleria con ... negozi, uno spazio...

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bassi Mario, Bontò, Coralis, Perone, Seimio

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

Tipologia: Breve

Coralis amplia la base associativa

Con l'ingresso nel consorzio di due nuovi soci, Doc Market's srl e Pietro La Calamita srl, il Consorzio rafforza la propria compagine sociale. Con questi due nuovi ingressi Coralis consolida la sua presenza in due regioni che, per il loro elevato potenziale di sviluppo, risultano strategiche per la do. In Calabria Coralis è il 6° player regionale con il 7,02% del mercato, grazie al contributo di soci determinanti

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Coralis, Detercart Lombardo, Doc Market's, Iri-Top Trade, Latella Bruna, Paduano, Perrone, Pietro La Calamita srl, Surgel Jonica, Zumbo Antonino & C

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

Tipologia: Breve

Le ambizioni di Coralis

Coralis ha raggiunto in tempi brevi traguardi significativi nell'ambito dell'organizzazione commerciale e dei servizi offerti alle ... aziende associate. Ha conquistato il ...% di un mercato in cui i primi sei gruppi coprono il ...%. Il convenienze store di superficie compresa tra ... è una sua caratteristica.

Table, grafici e box a corredo:

- **I numeri di Coralis: 2004**

Allegati:

Citati: AcNielsen, Bontò, Coralis, Ecco, Verdeblu

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 80, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

ADM (Associazione della Distribuzione Moderna) - Il trade moderno si riafferma motore di crescita dell'economia italiana

I Profili: L'associazione che riunisce le imprese della distribuzione moderna si pone come soggetto attivo dello sviluppo di un comparto fondamentale nel tessuto economico nazionale, puntando a un dialogo costruttivo con l'industria, al fine di rendere più efficiente la filiera distributiva, a tutto vantaggio del consumatore.

Table, grafici e box a corredo:

- Box: Un accordo con l'Università di Parma per la quarta edizione del Master
- L'organigramma di ADM
- La distribuzione moderna rappresentata da ADM

Allegati:

- **Scarica questa comunicazione di Impresa**

Citati: Achilli Lorenzo, ADM (Associazione della Distribuzione Moderna), Ancc, Ancd, Auchan, Autogrill, Beraldo Stefano, Brambilla di Civesio Giuseppe, Carrefour-Gs, Cassingena Sergio, Centromarca, Consorzio C3, Coop Italia, Coralis, Crai, De Berardinis Camillo, De Gennis Paolo, Despar, ECR Italia, Espasa Patrick, Esselunga, Fedeli Sandro, Federdistribuzione, Finiper, Francioni Riccardo, Fregosi Paolo, Gatto Antonino, Ghiselli Ilaro, Graffione Eleonora, Gruppo Coin, Ibc (Associazione produttori beni di consumo), Il Sole 24 Ore, Indicod-Ecr, Interdis, Maiocchi Mario, Maiorana Maggioreino, Master in Retail & Distribution Management, Mercatone Uno, Pagani Gianpaolo, Puccini Aldo, Rewe, Selex, Sigma, Sisa, Souque Lionel, Tassinari Vincenzo, Tondato Gianmario, Università di Parma

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

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

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840