



WWW.LARGOCONSUMO.INFO

CALZATURE

Riferimento percorso: PL-0706-003

Percorso di lettura aggiornato al n. 07/06 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

Il presente documento in **versione interattiva** è scaricabile all'indirizzo
www.largoconsumo.info/072006/PL-0706-003.Pdf

RIFERIMENTI:

Il sommario di tutti i Percorsi di lettura di Largo Consumo
è **scaricabile** all'indirizzo 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. **Tablelle, 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 Tessile-Abbigliamento-Calzature

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

OSSERVATORIO D'IMPRESA:

Leggi le case history
di **COMUNICAZIONI
D'IMPRESA** e
PUBBLICITÀ di
Aziende e Organismi
attivi nei mercati
considerati in questo
Percorso di lettura
selezionati da
Largo Consumo



I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 145, lunghezza 1/5 di pagina

Nuovi progressi nel bilancio Geox

L'ultimo esercizio di Geox, segna ricavi consolidati in crescita del ...% per un totale di ... milioni di euro. Le calzature hanno rappresentato il ...% dei ricavi consolidati, per un totale di ... milioni e un +...% sull'esercizio precedente. Pari al ...% è stata invece la quota relativa all'abbigliamento sportivo.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [I ricavi di Geox per settore di attività \(in milioni di euro e in %\)](#)

Citati:

Geox
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 157, lunghezza 1/5 di pagina

Studio sugli investimenti pubblicitari di pelletteria e calzature sulla stampa (Pambianco)

Global market: E' pari a ... milioni di euro il totale degli investimenti pubblicitari su carta stampata del settore pellettiero italiano, con una crescita del ...% rispetto al 2004, anche se il tasso di crescita si riduce al ...% considerando esclusivamente i marchi che hanno effettuato investimenti sia nel 2005 sia nel 2004.

Citati:

D, Gucci, Io Donna, Louis Vuitton, Marie Claire, Pambianco, The Bridge
Notizia

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 41, lunghezza 5 pagine

Calzature: I risultati delle principali imprese del sistema moda in Italia: 2003-2004

Fatturato, valore aggiunto, utili/perdite, numero dipendenti. Imprese con fatturato tra i 421 e i 5 milioni di euro.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Vestiario bambino
Tabella

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n° pagina 46, lunghezza 1/3 pagine

Calzature sportive/sci: I risultati delle principali imprese del sistema moda in Italia: 2003-2004

Fatturato, valore aggiunto, utili/perdite, numero dipendenti. Imprese con fatturato tra i 421 e i 5 milioni di euro.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Vestiario bambino
Tabella

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2006, n° pagina 5, lunghezza 2 pagine

Le dinamiche della distribuzione: settore abbigliamento e calzature

Il dato che maggiormente caratterizza il settore negli anni più recenti è lo sfumare dei confini tra produzione e distribuzione: esistono in tutti i Paesi migliaia di punti di vendita multimarca e spesso indipendenti, ma la vera novità a partire dagli anni Novanta è stata l'apparizione e la rapida crescita di catene che si propongono come vere e proprie marche e che si sviluppano a livello globale.

Articolo

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2006, n° pagina 309, lunghezza 1/5 di pagina

La distribuzione moderna non alimentare in Italia: le imprese rilevate nel 2004 (calzature)

La distribuzione moderna non alimentare in Italia: le imprese rilevate nel 2004 (calzature)

Tabella

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2006, n° pagina 319, lunghezza 1/3 di pagina

La distribuzione moderna non alimentare In Europa Occidentale: 2004 (calzature)

La distribuzione moderna non alimentare In Europa Occidentale: 2004 (Italia esclusa). (calzature) Elenco delle principali imprese.

Tabella

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 56, lunghezza 1 pagina

Il passo lento delle scarpe

Continua il periodo nero per il settore calzaturiero italiano. Tutte le tipologie produttive hanno evidenziato flessioni per la concorrenza asiatica, cinese in primo luogo. Flessioni con un picco negativo per le pantofole, le calzature in gomma e

Proposte editoriali sullo stesso argomento:



Titolo CALZETTERIA

- Percorso di lettura

Codice [PL-0606-009.pdf](#)

Edizione 06/2006

Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo ABBIGLIAMENTO GIOVANE E PRONTO MODA

- Percorso di lettura

Codice [PL-0406-012.pdf](#)

Edizione 04/2006

Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo GRANDI MAGAZZINI

- Percorso di lettura

Codice [PL-0306-005.pdf](#)

Edizione 03/2006

Editore Editoriale Largo Consumo



quelle in tessuto (-...% a volume). Nel 2005 la filiera pelle in Italia ha perso ... addetti (- ...% su dicembre 2004), di cui ... nei calzaturifici e nelle aziende produttrici di componenti (-...%).

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Le esportazioni italiane di calzature: gennaio-novembre 2005 \(in mgl di paia, in mln di euro e in %\)](#)

Citati:

Anci, Istat
Articolo

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

Le strategie di Keys

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

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 160, lunghezza 2 Pagine

Gli agenti della moda

Professioni: l'agente della moda ormai non ha più nulla a che vedere con l'immagine stereotipa del commesso viaggiatore con la valigetta in mano. Oggi, prima ancora che un venditore, è un esperto di marketing, un professionista aggiornato sulle tendenze dei mercati internazionali la cui consulenza è tanto preziosa per le case produttrici, quanto per i dettaglianti. Conosce le lingue, usa Internet e lavora a stretto contatto con i colleghi europei.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Il numero del settore degli agenti della moda](#)
- [L'agente della moda in pillole](#)

Citati:

Assomoda, Camera nazionale della Moda, Corsi Adalberto, Di Sabato Giulio, Fnaarc, Freda Predaval, Olcelli Nino, Sa.Ri. Spazio
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n°pagina 51, lunghezza 5 Pagine

Abbigliamento allo specchio

Tendenze moda nell'abbigliamento: in anteprima temi, stili e colori delle collezioni che il prossimo autunno-inverno verranno proposte, dalla distribuzione organizzata, al grande dettaglio. Focus su maglieria, pelletteria, jeans e sportswear.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Box: 59. ma edizione di Moda Prima, salone internazionale delle collezioni di moda e accessori
- Box: parlano le cifre. bilancio annuale dell'industria tessile-abbigliamento
- [L'industria del tessile-abbigliamento italiana: 2002-2005 \(in milioni di euro correnti\)](#)

Citati:

Ati federazione imprese tessile e moda italiane, Borretto Antonio, Caldi Cinzia, Canali, Canali Genesis, Carnevale 51, Carnevale Maglieria 1951, Carrera, Carrera Point, Centro di Firenze per la moda italiana, Cermes-Bocconi, Cinti, Cisalfa, Costantino Antonio, Dellera, Dellera Gigliola, Dellera Mattia, Dialogo, Donna Enrica, Donna Enrica Tricot, Efima, Fiera Milano City, Folk & Folk, Glamour Gold, Gruppo Incom, Henriette, Idt, La Rinascente, Linea Moda, Lombardi Enrica, Mabal, Mele Angelo, Modaprima International, Nets, Pickwick, Pitti Immagine, Pretesto, Rica Lewis, Scarpe & Scarpe, Smi (sistema Moda Italia), Tacchella Gianluca, Unione regionale delle Camere di commercio, Vericaldy Cashmere
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n°pagina 32, lunghezza 1/6 di pagina

Stride Rite - Saucony Inc

Stride Rite corporation ha annunciato l'acquisto di Saucony Inc per un prezzo di circa ... milioni di dollari. Saucony, società leader nei mercati dell'abbigliamento e calzature sportive, porta in dote un fatturato di oltre ... milioni di dollari e marchi.

Citati:

Stride Rite - Saucony Inc
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n°pagina 118, lunghezza 2 Pagine

Le principali manifestazioni fieristiche in Italia e in Europa relative ai comparti del largo consumo per l'anno 2006



Titolo CENTRI COMMERCIALI, OUTLET E IMMOBILIARISMO
commerciale
- Percorso di lettura
Codice [PL-0506-009.pdf](#)
Edizione 05/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo FRANCHISING
- Percorso di lettura
Codice [PL-0306-014.pdf](#)
Edizione 03/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo CONTRAFFAZIONI DI PRODOTTO
- Percorso di lettura
Codice [PL-0706-011.pdf](#)
Edizione 07/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



I settori considerati: Alimentari/vini/ittici, Agricoltura/zootecnia/pesca/acquacoltura, Ristorazione/albergo, Casalinghi/utensileria/cartoleria/giocattoli, Mobili/tessile casa/arredobagno, Cosmetici/profumi/cura della persona, Abbigliamento/**calzature**/accessori/attrezzature e servizi per il commercio, Editoria, Trasporti e movimentazione, Informatica, Imballaggio, Ecologia/ambiente.
Tabella

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n° pagina 65, lunghezza 1/5 di pagina

Articolo sportivo: focus sulla crescita

Il "Rapporto sul mercato italiano dell'articolo sportivo" indica il +...% rispetto all'anno prima di vendite per lo sport in Italia, con ...miliardi di euro di ricavi che si devono all'aumento medio dei prezzi del ...%.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

[L'articolo sportivo in Italia: 2004](#)

Citati:

Federadas, Findomestic, Rossi Enrico, SitaRicerca
Notizia

Largo Consumo 11/2005 pg.30

Protagonisti in tuta - Adidas e Reebok

Fusioni e acquisizioni: Grosso colpo nel mercato dell'abbigliamento e degli articoli sportivi. Il colosso tedesco Adidas ha acquistato Reebok per ... mld di euro e ora punta direttamente a contrastare il primato mondiale di Nike. Grazie all'acquisto di Reebok, il gruppo Adidas raggiungerà...continua...

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Le principali operazioni](#)

Citati:

Adidas, Bloomberg, Nike, Reebok
Notizia

Largo Consumo 11/2005 pg.79

Sandali e pantofole in equilibrio

Calzature: come tutti i comparti del settore, anche queste tipologie stanno subendo gli effetti dell'aggressione cinese. Le aziende leader reagiscono innovando e rafforzando l'immagine del marchio.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [L'industria calzaturiera italiana: 2004 \(in mln di paia, in mln di euro e in %\)](#)

- [L'esportazione di sandali, zoccoli, pantofole: 2003-2004 \(in numero di paia e in % sul volume\)](#)

Citati nel servizio

Anci, Battistin Mauro, Birkenstock, Defonseca, Imac, Inps, Istat, Mazzocconi Renato, Sita, Soana Leonardo, Timberland
Articolo

Largo Consumo 11/2005 pg.105

Le scarpe italiane alla conquista della Russia

Lanciato dall'Anci per sostenere e promuovere le calzature made in Italy, il marchio "I love Italian shoes", avrà una vetrina di rilievo nel centro di Mosca. L'apertura del nuovo spazio di...mq, prevista per i primi mesi del 2006, è frutto di ... continua...

Citati:

Anci, T Leader
Notizia

Largo Consumo 11/2005 pg.129

Fila sceglie la stampa

Campagne pubblicitarie: Fila ha scelto Iniziative media per la pianificazione sulla stampa quotidiana e periodica, specializzata e generalista del proprio ritorno invernale in pubblicità. La campagna istituzionale, on hair fino a Natale, sarà affiancata a breve da una di prodotto, destinate a...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 24, lunghezza 1/5 di pagina

Salomon

Fusioni e acquisizioni: A inizio maggio, Adidas Salomon AG ha annunciato la vendita di tutto il segmento Salomon, inclusi i marchi a esso correlati alla finlandese Amer Sport Corporation. La transazione è valutata oltre ... milioni di dollari. Motivazione della vendita da parte di Adidas...

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Le principali operazioni di fusioni e acquisizioni](#)

Citati:

COPERTINA
NON
DISPONIBILE

Titolo Calzature industria
Editore Finanze & Lavoro
Anno 2005
Pagine 350
Prezzo € 16,00



Adidas, Amer Sport, Arc´Teryx, Atomic, Bonfire, Clichè, Mavic, Precor, Salomon, Suunto, Wilson
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 53

Sportive al passo

Calzature: I consumi interni ristagnano, anche se il segmento registra una lieve crescita, soprattutto in valore. Occorre rafforzare la politica di marchio per contrastare una concorrenza sempre più agguerrita.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Gli acquisti di calzature sportive in Italia 2003-2004](#)

- [L'interscambio di calzature sportive in Italia per voce merceologica: gennaio-settembre 2004](#)

- [Le variazioni di import-export di calzature sportive in Italia per voce merceologica: 2003-2004](#)

Citati:

Anci, Bravo, Catelli Pietro, El corte Ingles, Esposito Sergio, Lotto sport Italia, Lucas shoes, Lureña, Polo Loredana, Pritemps, Reebok, Simod, Stonefly
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 3/2005, n° pagina 175, lunghezza 1/5 di pagina

Efibanca Palladio Sgr/De Fonseca

Operazioni di concentrazione – l'operazione ha per oggetto l'acquisizione dell'intero capitale sociale di De Fonseca da parte di Epf. Date le caratteristiche dell'operazione, non essendo attiva l'impresa acquirente nel comparto delle pantofole e delle calzature da interno e da relax, non è necessario procedere a una identificazione puntuale dei mercati del prodotto.

Notizia



COMUNICAZIONE D'IMPRESA:

Largo Consumo 10/2005 pg.59

[Lotto Sport Italia - Si rafforzano le attività e le prospettive di sviluppo nel mercato cinese](#)

I Casi Aziendali: Lotto Sport Italia decide di sfruttare le grandissime potenzialità del mercato cinese, attraverso il decentramento produttivo - con la controllata Lotto Sport Hong Kong - e distributivo, tramite contratti di licenza.

Citati:

Lightening Star Corporation, Lotto Sport Hong Kong Ltd, Lotto Sport Italia, Lotto Sport Taiwan Ltd

Comunicazione di impresa - **["I casi aziendali"](#)**

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 7/2005 pag 54

[De Fonseca](#)

Le schede aziendali: La società, leader nel mercato della pantofoleria e delle calzature leggere da esterno e da mare, produce e distribuisce in più di 40 Paesi circa 16 milioni di paia l'anno di calzature per il relax e il tempo libero. Attiva da oltre 30 anni nel mercato domestico e internazionale la società ha realizzato nel 2004 un fatturato di oltre 46 milioni di euro: circa l'80% realizzato in Italia e circa il 64% con articoli di pantofoleria.

Comunicazione di impresa – Serie **["Le schede aziendali"](#)**

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 7/2005 pag 55

[Imac](#)

Le schede aziendali: Imac spa opera da circa trent'anni nel settore calzaturiero e oggi è uno dei cinque maggiori gruppi italiani produttori di calzature per uomo, donna e bambino, utilizzando sia la tradizionale tecnologia del fondo "montato", sia l'iniezione diretta su tomaia del fondo in poliuretano espanso. Imac è stata fondata nel 1974 dai fratelli David e Renato Mazzocconi come laboratorio per l'orlatura delle tomaie in conto terzi.

Comunicazione di impresa – Serie **["Le schede aziendali"](#)**

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 7/05 pag 57

[Lones](#)

Le schede aziendali: Un'attività ormai ventennale: è quella che può vantare Lones spa, l'azienda calzaturiera titolare del marchio Fly Flot, che contrassegna le note linee di zoccoli, ciabatte, pantofole e calzature comode, realizzate con lo speciale sistema dell'iniezione diretta della suola in poliuretano e che è sinonimo delle calzature italiane più vendute ed esportate in tutto il mondo.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La suddivisione del fatturato

Comunicazione di impresa – Serie **["Le schede aziendali"](#)**

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 7/2005 pag 58

[Lotto Sport Italia](#)

Le schede aziendali: Il marchio Lotto nasce nel 1973 nel mondo della calzatura da tennis; nel successivo decennio, il business si allarga a discipline diverse (in primis il calcio) e a prodotti diversi: abbigliamento e accessori sportivi. Nei primi 10 anni, Lotto si concentra sul mercato italiano, diventando un punto di riferimento nel settore sportivo e uno dei leader nel tennis.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La suddivisione del fatturato 2004

Comunicazione di impresa – Serie **["Le schede aziendali"](#)**

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 7/2005 pag 59

[M&H](#)

Le schede aziendali: M&H ha risposto alla forte crisi che investe tutto il settore tessile, sia a livello nazionale sia a livello europeo, puntando sulla ricerca, sull'innovazione e sullo sviluppo di nuove tecnologie. Il risultato di questa scommessa, che ha il sapore di una sfida già vinta, si chiama Plasmaterial, una lavorazione tecnica che applica il plasma ai materiali tessili, agendo a livello nanometrico.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La segmentazione del fatturato

Comunicazione di impresa – Serie **["Le schede aziendali"](#)**

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 7/2005 pag 60

[MBT Italia](#)



Le schede aziendali - La MBT (Masai Barefoot Technology) è stata fondata nel 1997 in Svizzera dall'ingegnere Karl Muller, con l'obiettivo di offrire un prodotto innovativo in grado di facilitare la vita degli sportivi o di chi è affetto da patologie ortopediche. Ci sono voluti sei anni di studi medici sul movimento umano, di realizzazione di prototipi e un brevetto, ottenuto nel 1998, per trasformare l'idea dell'ingegner Muller in un marchio.

Comunicazione di impresa – Serie "[Le schede aziendali](#)"

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 7/2005 pag 61

[NewCom](#)

Le schede aziendali - NewCom spa, nata a Padova nel 2002, è un'azienda giovane, fatta di giovani, agile e dinamica, capace di muoversi fuori dagli schemi formali delle grandi realtà aziendali. Ogni anno Atlanta Game, divisione di New- Com spa, distribuisce un milione di paia di sneakers in 1.200 punti vendita sparsi su tutto il territorio nazionale. NewCom ha chiuso il 2004 con un fatturato di 25 milioni di euro, realizzato per il 90% sul territorio italiano e per il 10% all'estero.

Comunicazione di impresa – Serie "[Le schede aziendali](#)"

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 7/2005 pag 63

[Toscana Calzature](#)

Le schede aziendali - Toscana Calzature spa è l'azienda fiorentina, fondata nel 1992, che produce e commercializza il marchio CafèNoir. Fin dai primi anni di attività, l'azienda ha dimostrato una forte propensione commerciale: in 13 anni il fatturato è cresciuto in modo costante, passando dai 700 milioni di vecchie lire del primo anno a una previsione di fatturato 2005, sulla base degli ordini acquisiti, che sfiora i 28 milioni di euro.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Il trend di crescita di Cafènoir

Comunicazione di impresa – Serie "[Le schede aziendali](#)"

Largo Consumo 3/2004 pg.59

[Visual Display vince il P.o.p.a.i Europe Award 2003](#)

Focus: l'ultima edizione di P.o.p.a.i. Europe Awards 2003 ha visto come vincitore l'italiana Visual design con l'innovativo espositore "Zero Gravity" prodotto per Diadora.

Comunicazione di impresa – Serie "[I Focus](#)"



Percorso di lettura a cura di Largo Consumo
Rivista di economia a marketing sulla filiera dei beni di consumo

PUBBLICITÀ TABELLARE:

Largo Consumo 5/2005 pg.52

Bata

Franchising Bata – 25 anni di esperienza nel franchising in Italia e all'estero.

Pubblicità – “**Tabellare**”