



Documento in **versione interattiva:**  
[www.largoconsumo.info/072009/CitatiPia2009.pdf](http://www.largoconsumo.info/072009/CitatiPia2009.pdf)

## SOMMARIO INTERATTIVO DI PIANETA DISTRIBUZIONE 2009



Per l'acquisto del fascicolo, 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

### 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.

### 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*

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 5, lunghezza 4 pagine

**Tipologia:** Articolo

**L'evoluzione oltre la recessione**

I dati sull'andamento del commercio al dettaglio negli Stati Uniti e in Europa (area dell'euro), mostrano alcune differenze significative nell'andamento di questi mercati. Per gli Stati Uniti, l'andamento delle vendite del dettaglio nel suo complesso [...] Alcuni dati disponibili per ciò che concerne l'area dell'euro in Europa [...]

**Table, grafici e box a corredo:**

- I decenni a confronto
- **Le vendite del retail negli USA: 2008-2009 (variazioni % tendenziali)**
- **Le vendite del retail nell'Europa a 15: 2008 (variazioni % tendenziali)**
- **Le vendite del retail nell'Europa a 16: 2008-2009 (variazioni % tendenziali)**
- **Le vendite dell'e-commerce negli USA: 2005-2008 (variazioni % tendenziali)**
- **Le vendite retail nell'Europa: 2002-2007 (variazioni % anno su anno)**

**Allegati:**

**Citati:** Accenture, Apple Store, Barista, Caffè di Roma, Deloitte, Edeka, Expression Lavazza, Fresh and Easy, Illy, Illy issimo, iTunes, Kraft, Lavazza, Lavazza Bar, Marketside, McElroy Tom, Microsoft, Microsoft Retail Experience Center, Neukauf 50+, Redmond, Retail Talent, Safeway, Sainsbury's, Starbucks, Supervalu, Tesco, The Market Vons, Turner Kevin, Urban Fresh, US Census Bureau, Wal-Mart

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 7, lunghezza 1/8 di pagina - Estrapolazione da articolo

**Tipologia:** Breve

**Il ritorno alla piccola dimensione**

Wal-Mart, lo specialista mondiale delle grandi superfici, presenta l'insegna Marketside, con una superficie tra i ..... e i ..... mq dedicata alla preparazione di piatti pronti e un posizionamento di prezzo per le merceologie grocery, superiore a quello praticato per gli stessi prodotti nei propri grandi formati, ma inferiore del ...-% rispetto ai piccoli punti di vendita di prossimità considerati come concorrenti diretti. Informazione contenuta nell'Articolo "L'evoluzione oltre la recessione".

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- **Vai all'articolo che contiene questa informazione**

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 8, lunghezza 1/8 di pagina - Estrapolazione da articolo

**Tipologia:** Breve

**Microsoft e Apple fanno vertical branding**

Microsoft ha osservato l'azione di vertical branding di Apple. Quest'ultima ha modificato il proprio posizionamento da brand di prodotto a brand verticale con l'apertura degli Apple Store e del canale e-commerce con l'insegna iTunes. Microsoft si sta orientando al vertical branding attraverso il proprio Microsoft Retail Experience Center (2.000 mq) vicino al quartier generale di Redmond. Informazione contenuta nell'Articolo "L'evoluzione oltre la recessione".

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- **Vai all'articolo che contiene questa informazione**

**Citati:** -

**Proposte editoriali sugli stessi argomenti:**



**Titolo:** Visualizza tutti i percorsi di lettura dell'area alimentare

**Edizione:** 9/2009

**Editore:** Editoriale Largo Consumo

**Link:** [tinyurl.com/PLDistribuzione](http://tinyurl.com/PLDistribuzione)

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 9, lunghezza 5 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Il ruolo delle nuove tecnologie nella gestione delle relazioni con la clientela della gdo**

Due sono le priorità strategiche emergenti: la prima riguarda il contributo della tecnologia alla conoscenza e alla gestione delle relazioni con i consumatori; la seconda fa riferimento alle soluzioni per migliorare l'efficienza dei processi.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

- Box: L'impatto del web
- Le componenti di un sistema Rfid
- Le nuove tecniche e il retailing
- Le nuove tecnologie per gestire le relazioni con la clientela
- **Le ragioni del gradimento degli utilizzatori per le casse self-checkout (in %)**

**Allegati:**

**Citati:** Comscore, Demoskopea, France Telecom, LaSer, Ncr, Nielsen Online, Philips, Samsung, Università di Pisa

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 13, lunghezza 1/8 di pagina - Estrapolazione da articolo

**Tipologia:** Breve

**Il pagamento self service piace agli italiani**

La reazione dei consumatori è stata positiva per le casse self-checkout, in termini di rapidità e rispetto della privacy. La cassa fai da te può diventare un ulteriore fattore di fidelizzazione; infatti – come ha evidenziato una ricerca di Demoskopea – il ..% dei consumatori italiani preferisce i punti di vendita che offrono un'opzione di pagamento self-service. Info contenuta nell'articolo "Il ruolo delle nuove tecnologie nella gestione delle relazioni con la clientela della gdo".

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- **Vai all'articolo che contiene questa informazione**

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 15, lunghezza 1/10 di pagina - Estrapolazione da articolo

**Tipologia:** Breve

**In Francia si sperimenta il pagamento Nfc e cellulare**

Nel comune di Caen ... consumatori possono pagare in ... pdv con il cellulare. Il progetto, promosso da Philips, Samsung, France Telecom e LaSer, consente di fare a meno della carta di credito. Informazione contenuta nell'articolo "Il ruolo delle nuove tecnologie nella gestione delle relazioni con la clientela della gdo".

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- **Vai all'articolo che contiene questa informazione**

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 17, lunghezza 1/10 di pagina - Estrapolazione da articolo

**Tipologia:** Breve

**USA: nell'elettronica internet sempre più importante per scegliere**

Per Nielsen il ..% degli acquirenti di elettronica usa il web per informarsi prima dell'acquisto. I coupon promozionali via web hanno una redemption del ..%, che sta crescendo. Informazione contenuta nell'articolo "Il ruolo delle nuove tecnologie nella gestione delle relazioni con la clientela della gdo".

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- **Vai all'articolo che contiene questa informazione**

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 19, lunghezza 4 pagine

**Tipologia:** Articolo

**La marca commerciale nell'ottica europea**

La quota della private label vive una fase di incremento nei Paesi considerati dallo studio, eccezion fatta per la Germania (fase di flessione) e del Regno Unito. Un altro elemento comune riguarda il fatto che la quota di mercato relativamente elevata detenuta dalla marca commerciale è, a tutti gli effetti, il risultato delle strategie poste in essere dai principali retailer che hanno operato tramite l'ampliamento dell'offerta in termini di sviluppo di marche.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

- Box: Private label d'Italia
- L'evoluzione italiana delle vendite della marca commerciale nelle aree territoriali (%)
- **L'importanza del fresco sul fatturato e sulla crescita dei reparti del largo consumo confezionato e della private label (in %)**
- **La composizione del fatturato della marca commerciale per reparto in Francia (in %)**
- **La composizione del fatturato della marca commerciale per reparto in Germania (in %)**
- **La composizione del fatturato della marca commerciale per reparto in Grecia (in %)**

**Allegati:**

**Citati:** Asda Extra Special, Iri - Information Resources Europe, Sainsbury's Taste The Difference, Tesco Finest

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 19, lunghezza 1/2 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Gran Bretagna: scenario della marca commerciale**

L'evoluzione percentuale della quota di mercato della private label nel Paese anglosassone nel biennio ....-....: il fresco passa da ... a ...% (-...%), il freddo da .. a ...% (+...%), le bevande da ... a ..% (+...%), il grocery da ... a ...% (-...%), la drogheria alimentare da ... a ...% (-...%), il petcare da ... a ...% (+...%), cura della persona da ... a ..%(-...%) e, infine, cura della casa da ... a ..% (+...%). Info contenuta nell'art "La marca commerciale nell'ottica europea".

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- **Vai all'articolo che contiene questa informazione**

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 19, lunghezza 1/2 di pagina

**Tipologia:** Breve

**xxx:scenario della marca commerciale**

testx. Info contenuta nell'articolo "La marca commerciale nell'ottica europea".

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- **Vai all'articolo che contiene questa informazione**

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 21, lunghezza 1/2 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Spagna: scenario della marca commerciale**

In Spagna, la quota di mercato della marca commerciale risulta così essersi evoluta nel biennio ....-....: cura della casa da ... a ...% (+...%), freddo stabile a ...%, petcare da ... a ...%(-...%), drogheria alimentare stabile a ...%, fresco da ... a ...% (+...%), grocery da ... a ...% (+...%), cura della persona da ... a ...% (+...%) e bevande da ... a ...% (+...%). Info contenuta nell'articolo "La marca commerciale nell'ottica europea".

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- **Vai all'articolo che contiene questa informazione**

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 21, lunghezza 1/2 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Francia: scenario della marca commerciale**

Ecco come la quota di mercato della private label in Francia si è sviluppata nel corso del biennio ....-....: freddo da ... a ...% (+...%), fresco da ... a ...% (+...%), cura della casa da ... a ...% (+...%), grocery da .. a ...% (+...%), petcare da ... a ...% (-...%), drogheria alimentare da ... a ...% (+...%), bevande da ... a ...% (+...%), cura della persona da .. a ...% (+...%). Info contenuta nell'articolo "La marca commerciale nell'ottica europea".

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

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

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 22, lunghezza 1/2 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Germania: scenario della marca commerciale**

La quota di mercato della marca commerciale in Germania, nel biennio ....-...., risulta così strutturata: petcare da ... a ...% (-...%), fresco da ... a ...% (-...%), freddo da ... a ...% (-...%), cura della persona da ... a ...% (-...%), grocery da ... a ...% (-...%), cura della casa da ... a ...% (-...%), drogheria alimentare da ... a ...% (-...%) e bevande da .. a ...% (-...%). Info contenuta nell'articolo "La marca commerciale nell'ottica europea".

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

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

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 22, lunghezza 1/2 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Olanda: scenario della marca commerciale**

Esaminando i dati riguardanti la quota di mercato della marca commerciale in Olanda, emergono i seguenti valori: fresco da ... a ...% (+...%), freddo da ... a ...% (+...%), grocery da ... a ...% (+...%), drogheria alimentare da ... a ...% (+...%), cura della persona da ... a ...% (+...%), petcare da ... a ...% (-...%), bevande da ... a ..% (+...%) e cura della casa da ... a ..% (-...%). Info contenuta nell'articolo "La marca commerciale nell'ottica europea".

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

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

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 23, lunghezza 1/2 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Grecia: scenario della marca commerciale**

Nel periodo ....-...., per quanto concerne la quota di mercato della marca commerciale in territorio ellenico, persistono andamenti divergenti nei diversi reparti: freddo da ... a ...% (-...%), drogheria alimentare da ... a ...% (-...%), grocery da .. a ..% (+...%), cura della casa da .. a ..% (+...%), cura della persona da .. a ..% (-...%), bevande da .. a ..% (+...%) e fresco da . a ..% (+...%). Info contenuta nell'articolo "La marca commerciale nell'ottica europea".

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

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

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 24, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Colpo grosso tra gli scaffali**

Per quanto riguarda l'Italia, il nostro Paese è al terzo posto nel mondo per l'aumento delle differenze inventariali con un balzo di crescita del 4,1% nell'ultimo anno, subito dopo Austria (+7,4%) e Svizzera (+5,2%) dove, però, in termini assoluti il fenomeno è decisamente più contenuto (1,01% pari ai valori più bassi in Europa).

**Tablette, grafici e box a corredo:**

- **I modi di proteggere le 50 linee più rubate: 2008 (in %)**
- **Le differenze inventariali mondiali nel retail per macroarea: 2008 (mln dollari)**

**Allegati:**

**Citati:** Bamfield Joshua, Checkpoint System, Crr - Centre for retail research, Harry Potter, Tudela Mariano

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 27, lunghezza 4 pagine

**Tipologia:** Articolo

**Il mix strategico per superare la crisi**

Possiamo notare due fattori di cambiamento dell'attuale situazione economica,: Il primo è la presa di coscienza che produrre ricchezza attraverso il denaro e gli strumenti finanziari è illogico e illusorio. Il secondo elemento che sta cambiando è la convinzione che si possa vivere a credito; per anni questa logica perversa ha dominato il settore del consumo negli Usa, in Gran Bretagna e in alcuni altri Paesi, con la conseguenza che ora sono proprio questi Paesi a soffrire la recessione in atto.

**Tablette, grafici e box a corredo:**

- Alcuni comportamenti recenti delle imprese per rispondere ai cambiamenti di breve e medio termine
- Box: La crisi non è uguale per tutti
- I principali mutamenti negli stili di consumo
- Le risposte tradizionali alle crisi e i nuovi rischi

**Allegati:**

**Citati:** Amazon, Auchan, Baur, Best Buy, Bottom Dollar, Carphone, Carrefour, Carrefour City, Carrefour Contact, Carrefour Discount, Carrefour Market, Champion, Chez Jean, Circuit City, Currys, Delhaize, Dsg, Family Dollar, Fast Retailing, Great Value, Hamleys, Hannaford, House of Fraser, Icko, Information Resources Inc., Lidl, Lion Discount, Marketing Rouen School of Management, Monop, Monop Store, Nestlé, Olafsson Lars, PC World, Red Market, Relay, Smart Choice, Tesco, TextBuyIt, Time, Toys"R"Us, UniEuro, Uniqlo, Virgin Megastore, Vitamin Store, Wal-Mart, Warehouse, Woolworth, Zavvi

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 28, lunghezza 1/10 di pagina - Estrapolazione da articolo

**Tipologia:** Breve

**USA: è boom di vendite di vitamine**

La vendita di vitamine negli Usa durante lo scorso inverno ha fatto registrare una crescita dell'.% sull'anno precedente. Vitamin Shoppe ha registrato un aumento del ..% di consumatori. Un chiaro tentativo di prevenire malattie che possono essere molto costose in un Paese dove non esiste un sistema sanitario pubblico e dove la perdita del posto di lavoro implica anche la perdita dell'assistenza sanitaria. Info contenuta nell'articolo "Il mix strategico per superare la crisi".

**Tablette, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- **Vai all'articolo che contiene questa informazione**

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 34, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Gli investimenti pubblicitari netti della distribuzione in Italia: 2007-2008**

La spesa dei canali di comunicazione, i top spender, il media mix per le insegne: cash & Carry, discount, Gd, Do; Bricolage; Profumeria; Elettronica di consumo/ elettrodomestici; Grandi magazzini; Articoli sportivi; Giocattoli e puericoltura; Audio-Video e Libri; Mercatoni; Pubblicità.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Adex - Nielsen Media Research, Alba Cn, Auchan Spa Rozzano Mi, Conad Cons. Naz. Dett. Bologna, Coop Italia Bologna, Decathlon Lissone (Mi), Decathlon Lissone Mi, Esselunga Spa Limito Mi, Euronics It. Corp. Milano, Euronics It. Corp. Milano, Eurospin It. Spa S. Martino B. Vr, Expert Italy Spa Milano, Grancasa Legnano (Mi), Grancasa Legnano Mi, Grossisti Riuniti Elet. srl (Mi), Grossisti Riuniti Elet. Srl Mi, Gruppo Mdo Cinisello B. Mi, Lidl Arcole Vr, Media Market Spa Curno Bg, MediaMarket spa Curno (Bg), Mercatone Uno Bologna, Nmr Weighting Factors Comm. Naz+Tp, Penny Market Cernusco S/N Mi, Sigma Scarl Bologna9, Ssc Soc. Svil. Comm. Srl Milano, Tlc spa Orta di Atella (Ce), Tlc Spa Orta Di Atella Ce, Unieuro Spa Monticello Alba (Cn), Unieuro Spa Monticello Alba Cn, Upim Srl Milano

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 34, lunghezza 1/12 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Le vendite per corrispondenza a distanza e dirette in Italia: 2002-2007 (milioni di euro)**

Le vendite dirette porta a porta hanno registrato nel .... un leggero aumento a ... miliardi di euro (+...%), con un calo degli alimentari e dei beni di consumo per la casa. Anche le vendite per corrispondenza e a distanza nel .... sono leggermente aumentate a ... milioni di euro (+...%), grazie all'incremento delle attività business to business.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [I risultati delle imprese della vendita per corrispondenza e diretta: 2007](#)
- [Le vendite dirette in Italia: 2002-2007 \(mln di euro\)](#)
- [Le vendite per corrispondenza e a distanza in Italia: 2002-2007 \(mln di euro\)](#)

**Citati:** Anved, Avedisco

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 34, lunghezza 1/3 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**I principali gruppi di imprese della distribuzione moderna: 2007**

Vendite, Var %, n. di pdv, superficie di vendite e n. di addetti per le imprese a succursali, unioni volontarie, cooperative e gruppi di acquisto.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Auchan, Bennet (Ditexal ), Carrefour Gs, Coin, Conad, Consorzio C3, Coop Italia, Cooperative, Crai, Despar, Esselunga, Finiper, Il Gigante, Interdis (Végé, La Centrale), Lidl Italia, Lombardini Holding, Mdo Coralys, Metro C +C, Pam (inclusa Superal), Rewe (Penny, Billa, Standa Commerciale), Rinascente/Upim, Selex, Sigma, Sisa, Totale, Unes Maxi (Finiper)

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 35, lunghezza 1/2 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**La consistenza dei punti di vendita della distribuzione moderna in Italia per regione: 2008**

Il numero di pdv per regione relativamente i formati: Ipermercati, Supermercati, Discount, Superette, Grandi Magazzini, Cash & Carry e Specializzati non alimentari.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Federdistribuzione

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 36, lunghezza 1/12 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Le principali centrali d'acquisto in Italia: 2007 (in %)**

Il peso commerciale in % delle prime 6 centrali di acquisto in Italia e relativi associati.

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Carrefour (Finiper, Cedi Marche, Gdm, Cds, Disco Verde, La Nuova Nave, Agorà, Alfi), Centrale Italiana (Coop Italia, Sigma, il Gigante, Despar), Esd (Esselunga, Selex), Intermedia (Auchan, Pam, Bennet, Sun, Lombardini, Crai, AZ), Iri Infoscan, Sicon (Conad, Rewe, Interdis), Sisa – Coralìs

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 37, lunghezza 2 e 1/2 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Le insegne della distribuzione moderna alimentare in Italia: vendite, pdv, superficie e addetti (2007)**

È in atto una riduzione dei prezzi, con offerte di sconti del ..%, che hanno fatto aumentare la pressione promozionale a oltre il ..%. Il numero dei prodotti a marca privata già nel .... ha raggiunto il ..%, in valore (+..), nei surgelati è del ..%, nei pefood del ..%, nei prodotti per la cura della casa il ..%. I distributori automatici sono aumentati a .. milioni di unità (+..%), di cui il ..% in uffici e aziende, con un fatturato complessivo di .. miliardi di euro (-..%).

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Abate (Gea), Aleo (Pick up), Ali (Selex), Aligros spa, Aligrup (Mecades), Aliprandi (Selex), Ambrosini supermercati srl, Ami – Alimentari, Apomercato 1 srl, Apulia distribuzione srl, Aspiag Service (Despar), Auchan (Iper), Basko (Sogegross), Battocchio, Bennet (gruppo), Bervini Primo, Bianchi, Billig, Brix Distribuzione (C3), C.i.p.a.c., Capa, Caramico Gaetano, Carrefour Gs (gruppo), Cash & carry srl, Cavamarket (Despar), Ce.di. Sigma Campania spa, Ce.di. Sisa Calabria, Ce.Di. Sisa Centro Nord, Ce.di. Sisa Sardegna, Ce.di. Sisa Sicilia, Cedi Marche (Gs), Centro distributivo italmec market - C.d.i.m.- srl, Centro Supermercati Sicilia Occidentale spa, Coal (Interdis), Cobec srl, Code' (Crai), Comm.al. (Brendolan), Commercianit Indipendenti Associati, Conad Adriatico, Conad Centronord, Conad Sicilia, Conad Tirreno, Consorzio la Capitale, Coop 1° maggio, Coop 25 Aprile, Coop Adriatica, Coop Alto Garda, Coop ca, Coop Casarsa, Coop Centro Italia, Coop Eridana, Coop Estense, Coop Liguria (consolidato), Coop Lombardia, Coop Nordest, Coop Reno, Coop Risparmio 76, Coop unione di Trezzo sull'Adda, Coop Veneto, Cooperativa dei lavoratori, Cooperativa Terremestre, Cooperative Operaie di Trieste, Cpl Imperial 2 (Interdis), Cr Market srl, D. E. A. - Dettaglianti Emiliani Alimentaristi srl, D.A.O. (dettaglianti alimentari) Conad, D.b. Market srl, D. in.al. - srl distribuzione ingrosso alimentari, D'Ambros (C3), Dea Market (Interdis), Dettaglianti alimentari organizzati, Dettori Market, Dial srl, Diana 92, Diemme supermercati, Emmegi supermercati, Esselunga, Etruria, Eurorating, Eurospin Puglia, Eurospin Sicilia spa, Eurospin Tirrenica, F.Ili Cambria, F.Ili Lando, Famiglia cooperativa Pinzolo, Famiglia cooperativa Val di Fassa, Finiper (gruppo), Fiorfiore cash & carry, Foodmark spa, Futura ipermercati, G.a.m., G.m.f. Grandi Magazzini Fioroni, G.m.p. - Grandi magazzini, G.m.s. grandi magazzini S.Giuliano Milanese srl, Gambardella cash srl, Geco supermercati, Gestione supermercati Arena, Giemme 3 supermercati, Giuseppe Bianchi - alimentari e coloniali, Grande dettaglio, Grandi magazzini, Grandi magazzini Bossi, Grandi Magazzini e Supermercati Il Gigante, Gros Market Italia, Gross Cidac (C3), Gruppo 6 g.d.o. (Despar), Gruppo mega dettaglio, Gruppo Pam spa, Guidonia supermercati, Iges, Ingross, Ingross levante spa, Ipa Sud, Iper Alvi srl, Iper B. Srl, Iper Casal del Marmo srl, Iper Casetta Mattei srl, Iper Fiordaliso (Finiper), Iper Montebello (Finiper), Iper Oasi - spa, Iper Orio (Finiper), Iperal, Ipercoop Sicilia spa, Ipercoop Tirreno, Ipermercato Due Mari srl, Ipermontecchio srl, Italgros, Jumbo spa, L'abbondanza, L'alco grandi magazzini, La Capitale Crai Centro, La Cooperativa di Cortina, Lillo spa, Liralunga, Lombardi & C. Cash and Carry, Lombardini Holding, Lombardini Rezzato, M. Guarnieri, M.i.d.a.l. Massimino Izzi, Macolive, Magazzini Gabrielli (Sun) 11 mesi, Maiorana Maggiorino (C3), Marconi supermarket srl, Marr (Cremonini), Maxi di, Maxi Dimar, Maxisconto, Mec Market discount - srl, Megagest srl, Megamark (Selex), Metro C+C, Mida (Selex), Mida 3 (Selex), Migross spa, Multiced, Nealco (Crai), Nord Sardegna discount, Nordiconad, Nova Coop,

Nume, Nuova distribuzione (Interdis), Orrigoni Cedis, Orvedi, P.A.C. 2000 (Conad), Paderno Dugnano - spa, Pam franchising spa, Panda spa, Penny Market Italia (Rewe), Pracchi discount srl, Prime, Ragusa discount srl, Realco, Reggiana Alimentari spa, Rex supermercati, Romana supermercati 2005, Rossetto group, S.A.M. - Supermercati Alessandro Monaldi, S.a.ra. Società alimentaristi ravennati srl, S.s. Saving supermarkets, S3 Discount alimentari srl, Sadas, Sait delle Cooperative di Consumo, Self Gardino, Sermark spa, Seven spa, Seven Supermercati Poli, Sgm supermercati - srl, Sidal (Conad), Siracusa discount srl, SMA gruppo (supermercati - Auchan), Sogegross (gruppo), Soget 2000, Sogiper srl, Spesa Intelligente, Spreafico Francesco e f.lli, Standa Commerciale, Stelliferi e Itavex, Sunrise supermercati srl, Superalvi spa, Superconti (Sun), Superconti supermercati Rivo, Superemme spa, Supermec - Supermercato europeo comune, Supermercati Apulolucani srl, Supermercati Bonina srl, Supermercati cadoro (Sun), Supermercati Europa, Supermercati Gieffe tre, Supermercati Grisi srl, Supermercati il Parco srl, Supermercati Marcello srl, Supermercati Martinelli, Supermercati Pam, Supermercati poli spa, Supermercati Sir, Supermercati Smile srl, Supermercati Stella srl, Supermercati T.T.B. srl, Supermercati Tosano Cerea, Supermercati Visotto (C3), Supermercato Biesse srl, Supermercato Gm - srl, Supermercato Margherita srl, Superstore srl, Sval, Toscana discount, Unes Maxi (Sun), Uni, Unica srl, Unicom, Unicoop Firenze, Unicoop Tirreno, Vivo Friuli Venezia Giulia (C3), Warsteiner Italia, Zerbimark spa

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 43, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**[Le prime insegne della ristorazione commerciale in Italia: vendite, pdv, risultato di esercizio \(2007\)](#)**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, numero di pdv, superficie, n. addetti, vendite per pdv e vendite per addetto.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- **[Visualizza questo elemento](#)**

**Citati:** Autogrill spa, Cooperativa italiana, Cremonini Ristorazione, di ristorazione, Eurorating, Flunch Italia srl, McDonald's Italia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 45, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**[Grandi magazzini: vendite, pdv, addetti dei principali retailer \(2007\)](#)**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, numero di pdv, superficie, n. addetti, vendite per pdv e vendite per addetto.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- **[Visualizza questo elemento](#)**

**Citati:** Coin, Eurorating, La Rinascente, Ovieste italia, Upim

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 45, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**[Abbigliamento: vendite, pdv, addetti dei principali retailer \(2007\)](#)**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, numero di pdv, superficie, n. addetti, vendite per pdv e vendite per addetto.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- **[Visualizza questo elemento](#)**

**Citati:** Benetton, Bernardi, Calzedonia, Conbipel Bima, Conte of Florence, Dismi 92, Eurorating, Finduck, Frette, Gianni Versace, Giorgio Armani, H & M (s), Inditex (Es), Liolà, Mariella Burani group, Max Mara, Max Moda, My Market, Piazza Italia, Prada, Prada Stores, Preca Brummel, Prenatal, Rino Pratesi, Santino, Sorelle Ramonda, Stefanel, Teddy (Terranova), Yoox

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 45, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Articoli sportivi: vendite, pdv, addetti dei principali retailer (2007)**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, numero di pdv, superficie, n. addetti, vendite per pdv e vendite per addetto.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Cisalfa Sport, Decathlon Italia, Eurorating

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 45, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Calzature: vendite, pdv, addetti dei principali retailer (2007)**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, numero di pdv, superficie, n. addetti, vendite per pdv e vendite per addetto.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Biella Scarpe - spa, Bruno Magli, Compar Bata, Eurorating, Foot Locker Italy, Fratelli Rossetti spa, Magazzini Montello, Pittarello Calzature spa, Scarpe & Scarpe, Vergelio Calzature spa

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 45, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Profumerie: vendite, pdv, addetti dei principali retailer (2007)**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, numero di pdv, superficie, n. addetti, vendite per pdv e vendite per addetto.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Centri di Bellezza Yves Rocher, Eurorating, Limoni Holding, Marionnaud Parfumeries Italia, Profumerie Douglas (d), Sephora (LVMH, F), The Body Shop

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 45, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Arredamento: vendite, pdv, addetti dei principali retailer (2007)**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, numero di pdv, superficie, n. addetti, vendite per pdv e vendite per addetto.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Casamercato, Cenni Holding (ex Mercatone Uno), Chateau d'Ax, Conforama Italia, Emmelunga, Eurorating, Grancasa, Ikea Italia Retail, Il Mercatone di Desenzano, La murrina, Mondo Convenienza, Semeraro

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 46, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Bricolage: vendite, pdv, addetti dei principali retailer (2007)**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, numero di pdv, superficie, n. addetti, vendite per pdv e vendite per addetto.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Brico Business Cooperation, Castorama Italia, Eurobrico, Eurorating, Gruppo Adeo, Obi Systemzentrale (d), S.i.b. Società italiana bricolage, Self

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 46, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Elettrodomestici ed elettronica: vendite, pdv, addetti dei principali retailer (2007)**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, numero di pdv, superficie, n. addetti, vendite per pdv e vendite per addetto.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Bruno Domenico e Figli, Butali, Castoldi, Coeco, Comet, D.e.r.t.a., Elettrocasa, Euronics, Eurorating, Expert Serta, Galimberti spa, Gre, Idrocentro, Mediamarket (Metro), Melchioni, Tlc eldo, Unieuro (Dixons)

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 46, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Informatica: vendite, pdv, addetti dei principali retailer (2007)**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, numero di pdv, superficie, n. addetti, vendite per pdv e vendite per addetto.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Blockbuster, Cdc Point, Esprinet, Fnac, Gruppo Buffetti, Messaggerie Libri, Mondadori Retail, Union Fotomarket

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 46, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Giocattoli: vendite, pdv, addetti dei principali retailer (2007)**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, numero di pdv, superficie, n. addetti, vendite per pdv e vendite per addetto.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Giochi Preziosi (10 mesi), The Disney Store (Italia)

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 46, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Libri: vendite, pdv, addetti dei principali retailer (2007)**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, numero di pdv, superficie, n. addetti, vendite per pdv e vendite per addetto.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Fnac, Gruppo Buffetti, Il Libraccio, Librerie Feltrinelli, Melbookstore, Messaggerie Libri, Mondadori Retail

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 46, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Ottica: vendite, pdv, addetti dei principali retailer (2007)**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, numero di pdv, superficie, n. addetti, vendite per pdv e vendite per addetto.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Angelo Randazzo, Avanzi Holding, Salmoiraghi & Viganò, Union Fotomarket, Vision Service Group spa

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 47, lunghezza 6 pagine

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**I centri commerciali al dettaglio in Italia: aprile 2009**

Denominazione, località, superficie, locomotiva e ripartizione per regione.

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** -

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 59, lunghezza 2 pagine

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Gli ipermercati in Italia: metratura, località, insegna (2009)**

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

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Aliper, Arca, Auchan, Bennet, C3, Carrefour, Conad, Conalec Service, Continente, Coop, Despar, Ditexal, E. Leclerc-Conad, Emisfero, Emme 2, Galassia, Gea, Gros Cidac, Gruppo Megamark, Gruppo Pam, Gruppo Selex, Gruppo Standa-Rewe, Il Gigante, Il Pellicano, Indipendente, Interspar, Iperaffi, Iperal, Iperbennet, Ipercolmark, Ipercoop, Iperfamile, Iperfutura, Ipermac, Iperstanda, Iperval, La Girandola, Lombardini, Mdo, Oasi, Orvea-Sun, Panorama, Pianeta, Pick Up, Pick-Up-Sirio, Rinascente/Auchan, Sun, Uni Ipermercato

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 62, lunghezza 1/9 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Metro: sintesi dei risultati 2008**

Le vendite .... sono aumentate a .. miliardi di euro (+..%), con profitti netti di ... milioni (-..%). La rete complessiva conta ..... punti di vendita in .. Paesi con ..... dipendenti. Le catene MediaMarkt e Saturn (elettronica di consumo) hanno incrementato le vendite a .. miliardi (+.%), con ... punti di vendita (.. nuove aperture).

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Adler, Extra, Kaufhof, MediaMarkt, Metro, Real, Rewe, Saturn, Tesco

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 62, lunghezza 1/9 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Galleries Lafayette: sintesi dei risultati 2008**

Nel .... il gruppo Galleries Lafayette ha leggermente incrementato le vendite a . miliardi di euro (+..%), con profitti lordi di ... milioni (-.,.%). Le Galleries Lafayette hanno rappresentato il ..% delle vendite totali, Monoprix (controllata al .. %) il ..%, Bhv l'.,.% , Laser (consolidata al ..%) il ..%. La rete è composta da ... punti di vendita, di cui .. affiliati, con un totale di ..... dipendenti.

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Bhv, Galleries Lafayette, LaSer, Monoprix

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 62, lunghezza 1/9 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Lvmh: sintesi dei risultati 2008**

Il gruppo del lusso Lvmh ha migliorato le vendite .... a .., miliardi di euro (+.%), con incrementi più sostenuti nella moda e negli orologi. Nella distribuzione selettiva le vendite sono state di .. miliardi (+.%). Tali attività comprendono quelle dei Duty Free Shop, del grande magazzino parigino Le Bon Marchè e delle profumerie Sephora, con quasi ... punti di vendita (+... unità) in .. Paesi.

**Tablelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Duty Free Shop, Le Bon Marchè, Lvmh, Sephora

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 62, lunghezza 1/9 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Rallye-Casino: sintesi dei risultati 2008**

Il gruppo Rallye-Casino ha incrementato le vendite .... a ... miliardi di euro (+...%, a pari perimetro +...%). I profitti netti sono diminuiti a ... milioni (-...%). Le vendite della catena Casino sono aumentate a ... miliardi di euro (+...%).

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Casino, Exito, GO Sport Courir, Rallye-Casino, Super de Boer

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 62, lunghezza 1/9 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Auchan: sintesi dei risultati 2008**

Auchan sta attraversando una fase di sviluppo. Nel .... le vendite sono aumentate a ... miliardi di euro (+...%, a pari perimetro +...%), grazie soprattutto alle nuove aperture all'estero. Gli ipermercati sono aumentati a ... unità in .. Paesi, con ricavi di ... miliardi (+...%), di cui il ..% all'estero.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Auchan

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 62, lunghezza 1/9 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Carrefour: sintesi dei risultati 2008**

Le vendite nette complessive nel .... sono state di .. miliardi di euro (+...%), con un totale di ..... punti di vendita (di cui ..... diretti) in oltre .. Paesi del mondo. Gli utili netti sono diminuiti a ... miliardi (-...%) a causa del deterioramento dei margini commerciali.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Carrefour

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 63, lunghezza 1/9 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Tengelmann: sintesi dei risultati 2008**

Il gruppo Tengelmann nell'esercizio ....- .... ha totalizzato vendite in Europa per ... miliardi di euro (+...%) e negli Stati Uniti per ... miliardi di euro (-...%, a cambi costanti -...%). In Germania le vendite sono state di ... miliardi (-...%), con ..... punti di vendita e ..... dipendenti. Nel resto d'Europa le vendite sono state di ... miliardi (+...%), con ..... punti di vendita e ..... dipendenti.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Edeka, Great Atlantic & Pacific, Kaiser´s Tengelnann, Kik, Netto Marken Discount, Plus, Tengelmann

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 63, lunghezza 1/9 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Rewe: sintesi dei risultati 2008**

Il gruppo Rewe nell'esercizio .... ha aumentato le vendite a ... miliardi di euro (+...%), di cui ... miliardi (+...%) attraverso la rete diretta, con esclusione cioè dei negozi indipendenti riforniti da Rewe. Il gruppo Rewe nell'esercizio .... ha aumentato le vendite a ... miliardi di euro (+...%), di cui ... miliardi (+...%) attraverso la rete diretta, con esclusione cioè dei negozi indipendenti riforniti da Rewe.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Njam Njam, Penny, Rewe

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 63, lunghezza 2/3 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Distribuzione alimentare: i primi 50 gruppi in Europa Occidentale: 2007 (Italia esclusa)**

Nome dell'impresa, vendite 2007, n.addetti e vendite per addetto.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Agrial, Aldi, Anton Schlecker, Asda Group Limited (Wal-Mart), Baugur Group, Bwg, Carrefour, Casino Guichard Perrachon, Cies The Food Business Forum, Co-Operative Group, Colruyt, Coop Norden Ab, Coop Schweiz, Dagrofa A/S, Dansk Supermarked A/S, Denner Ag, Dohle, Dunnes, E.Leclerc Group, Edeka Gruppe, Eroski Sociedad Cooperativa Limitada De Consumo, Etablissements Delhaize Freres Et Cie, Globus, Groupe Auchan, Ica Group, Itm group, J Sainsbury Plc, Jeronimo Martins, Sgps, S.A., Kesko Oyj, Koninklijke Ahold N.V., Louis Delhaize-Compagnie Franco-Belge D'alimentation, Mercadona Sa, Metro Ag, Migros Group, Musgrave Group Public Limited Company, Norma, Picard, Reitangruppen As, Rewe Gruppe, Schwarz Group, Sligro Food Group N.V., Sok, Somerfield Limited, Spar Handels-Ag, Suomen Lahikauppa, Systembolaget Ab, Systeme U, Tengelmann Group, Tesco Plc, Waitrose Limited (John Lewis), Wm Morrison Supermarkets

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 64, lunghezza 1/9 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Tesco: sintesi dei risultati 2008**

Il gruppo Tesco ha ulteriormente distanziato i concorrenti, aumentando le vendite nell'esercizio ....-.... a .., miliardi di euro (+..%), con profitti netti di .. miliardi (+..%). La rete complessiva conta ..... punti di vendita in .. Paesi, con ..... dipendenti. Il ..% delle vendite e dei profitti è stato realizzato in Gran Bretagna.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Fresh & easy, Tesco, Tesco Bank

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 64, lunghezza 1/9 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Douglas: sintesi dei risultati 2008**

Il gruppo Douglas ha incrementato le vendite nell'esercizio ....-.... a .. miliardi di euro (+..%). Le vendite delle ..... profumerie (presenti anche in Italia) sono state di .. miliardi (+..%, a pari perimetro +..%). Quelle delle ... librerie Thalia In Germania, Austria e Svizzera sono state di ... milioni (+..%, a pari perimetro +..%).

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Douglas, Thalia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 64, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Grandi magazzini: i risultati finanziari 2007 dei principali retailer Europa Occidentale**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, n.addetti e vendite per addetto.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** House Of Fraser Limited, John Lewis, Marks And Spencer Group P.L.C., Mintel, Monoprix Exploitation (Casino-Lafayette), Sa Des Galeries Lafayette Group, Stockmann Oyj Abp, WilkinsonHardwareStores, Limited, WoolworthsPublic LimitedCompany

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 64, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Abbigliamento e articoli sportivi: i risultati finanziari 2007 dei principali retailer Europa Occidentale**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, n.addetti e vendite per addetto.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Arcadia Group Brands Limited, C. & A. Europe, Debenhams Retail Plc, Decathlon, H & M Hennes & Mauritz Ab (H &, Inditex, Mintel, Peek & Cloppenburg Kommanditgesellschaft

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 64, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Profumerie e Farmacie: i risultati finanziari 2007 dei principali retailer Europa Occidentale**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, n.addetti e vendite per addetto.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Alliance Unichem Plc, Celesio, Douglas Holding Ag, Mintel

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 64, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Bricolage: i risultati finanziari 2007 dei principali retailer Europa Occidentale**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, n.addetti e vendite per addetto.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** B & Q Plc (Kingfisher), Castorama France (Kingfisher), Groupe Adeo, Homebase Limited (Home Retailing Group), Hornbach Holding Group, Mintel, Obi Heimwerkermarkt Gmbh & Co. Kg (Tengelmann), Praktiker Bau-Und Heimwerkermärkte Ag

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 64, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Elettronica di consumo: i risultati finanziari 2007 dei principali retailer Europa Occidentale**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, n.addetti e vendite per addetto.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Argos Limited (Home Retailing Group), Comet Group P L C, Dsg International Plc-Dixons, Ets Darty Et Fils Sa (Kesa), Kesa Electricals Plc, Media Markt Tv-Hifi Elektro Gmbh (Metro), Mintel, Signet Group Plc

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 64, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Vendite per corrispondenza: i risultati finanziari 2007 dei principali retailer Europa Occidentale**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, n.addetti e vendite per addetto.

**Tabelle, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Mintel, Recast, Shop Direct Group

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 64, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Libri, giocattoli,occhiali: i risultati finanziari 2007 dei principali retailer Europa Occidentale**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, n.addetti e vendite per addetto.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Corporate Express, Fnac (Ppr), Intel, Wh Smith Retail Holdings Limited

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 64, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Arredamento: i risultati finanziari 2007 dei principali retailer Europa Occidentale**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, n.addetti e vendite per addetto.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Conforama, Ikea, Intel

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 64, lunghezza 1/10 di pagina

**Tipologia:** Tabella o Grafico

**Multicanale: i risultati finanziari 2007 dei principali retailer Europa Occidentale**

Nome dell'impresa, vendite 2006-2007, n.addetti e vendite per addetto.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

- [Visualizza questo elemento](#)

**Citati:** Arcandor, El Corte Ingles S.A., Globus-Handelshof GmbH & Co. Kg, Home Retailing Group, John Lewis Plc, Kingfisher Plc, Intel, Next Plc, Otto (GmbH & Co Kg) Gruppe, Ppr Group, Rallye Group, Valora

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 7/2009, n° pagina 65, lunghezza 1/9 di pagina

**Tipologia:** Breve

**Ahold: sintesi dei risultati 2008**

Nel ... ha ceduto la quota di maggioranza dell'olandese Schuitema, forte di ... supermercati con un giro d'affari ... di .. miliardi di euro. Le vendite ... del gruppo Ahold sono così diminuite a ... miliardi di euro (+..% sul nuovo perimetro). I profitti netti sono stati di .. miliardi, quasi un terzo di quelli del ...., che peraltro erano composti per .. miliardi da poste straordinarie per cessioni.

**Table, grafici e box a corredo:**

**Allegati:**

**Citati:** Ahold, Jeronimo Martins

Microsoft OLE DB Provider for SQL Server error '80004005'

Timeout expired

/intranet/Articoli/PL/Included/ServerIncluded.inc, line 179