

Percorsi di lettura
 Periodico di economia a marketing sulla filiera dei beni di consumo
 Reg. Trib. Mi. n. 268 del 24/04/08
Tamburino - www.largoconsumo.info



Documento in **versione interattiva:**
www.largoconsumo.info/092009/PL-0909-005.pdf

LA PROPENSIONE ALLA SPESA E UMORE RISPETTO AI CONSUMI



Costi del Percorso di lettura:

€ 314,50 (comprensivo iva) - non abbonati

€ 295,00 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo 09/09 e supplementi

Rif: PL-0909-005

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 & Imprese

Opinioni e prospettive dall'industria del largo consumo

Ogni anno, Mercato & Imprese ospita interviste ad alcuni fra i più accreditati esponenti di aziende di primo piano dell'industria alimentare e grocery non food.

I contenuti giornalistici sono sviluppati in forma di interviste, tante quanti sono i settori merceologici presi in esame nel fascicolo.

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.

Mercato Italia – Grocery non alimentare

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 – Beni Durevoli

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 e Imprese, fascicolo 3/2009, n° pagina 2, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Ma cos'è questa crisi?

Scenari Macroeconomici: Pressione fiscale elevata, un maggior ricorso all'indebitamento e un tasso di inflazione in forte crescita da un lato, dall'altro tutta una serie di costi in aumento relativi a consumi quasi obbligatori come le spese per l'abitazione, l'acqua, l'elettricità e il gas, senza dimenticare l'aumento del costo del denaro, della benzina e degli alimentari, hanno infatti generato una notevole riduzione del potere d'acquisto.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Cosa abbiamo osservato nel 2008?
- Il trend a parità: totale e fatturato (variazione % a valore vs anno precedente a rete costante)
- Quali azioni a "difesa" del portafoglio?

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Galli Stefano, McGraw-Hill Research, Nielsen, Nielsen Like4Like, Nielsen Trade*Mis

Largo Consumo, fascicolo 9/2009, n° pagina 76, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Non solo nonni

Terza età: Ottimisti, pronti a godersi gli anni della pensione facendo viaggi: è il profilo dei nuovi over .. che emerge dall'indagine di Format Research per Somedia. «Questa è una generazione del tutto nuova rispetto al passato - dice Pierluigi Ascani, direttore di Format - è cambiata soprattutto la qualità della vita degli over ... Certo non è così per tutti, ma un buon ...% di questa generazione può godere di una possibilità di spesa che prima era impensabile».

Tabelle, grafici e box a corredo:

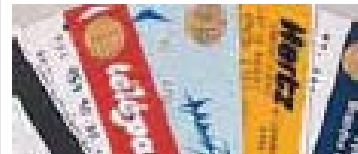
- [I comportamenti d'acquisto dei senior](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)
- [Visualizza il documento originale](#)

Citati: Ascani Pierluigi, Format Research, Somedia

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Carte di pagamento e credito al consumo - Edizione PL-0109-007
Edizione: 1/2009
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link: www.largoconsumo.info/012009/PL-0109-007.pdf



Titolo: Lavoro interinale, atipico, part time nel largo consumo - Codice PL-0308-003
Edizione: 3/2008
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link: www.largoconsumo.info/032008/PL-0308-003.pdf



Titolo: Anziani: abitudini di consumo - Codice PL-0508-001
Edizione: 5/2008
Editore: Redazione di Largo Consumo
Link: www.largoconsumo.info/052008/PL-0508-001.pdf

Largo Consumo, fascicolo 9/2009, n° pagina 138, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Index & Monitoring: [fiducia dei consumatori](#)

Fiducia dei consumatori: Torna a progredire il clima di fiducia tra gli italiani. Il dato colto dall'Osservatorio Findomestic di settembre evidenzia la ripresa del trend che ha cominciato a manifestarsi da maggio in poi, interrottosi solo a agosto con un calo, al ... come voto medio, che appare a questo punto un incidente di percorso. L'ultimo mese di rilevazione segna il ... che è anche il valore più alto finora, con un +... nel raffronto con lo stesso periodo del

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Il rapporto debiti/reddito delle famiglie italiane è al 57%

Notizie in corso: Notoriamente l'Italia ha un elevato debito pubblico (104% del PIL) ma un basso livello di indebitamento generale delle famiglie, arrivato nel 2009 (secondo Uniocamere) al 34,2% del PIL, contro il 50% della Francia, l'83,6% della Spagna e neppure paragonabile alla situazione di UK e Usa dove supera di slancio il 100% del PIL. Mentre il debito delle famiglie italiane rispetto al reddito è invece pari al 57%, contro la media dell'area euro del 93%.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Siglato il Protocollo di Intesa tra Agos e Adiconsum

Notizie in corso: È stato siglato un Protocollo d'Intesa tra Agos, società finanziaria, e Adiconsum, associazione difesa consumatori. L'intento di Agos e di Adiconsum è di ampliare notevolmente la tutela del consumatore nell'ambito del credito al consumo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Indicod-Ecr: nella crisi si fanno spazio i segnali di ripresa

Notizie in corso: Le imprese Indicod-Ecr, l'associazione che raggruppa 34mila aziende industriali e distributive del settore dei beni di consumo, confermano l'attuale situazione di incertezza del contesto economico, mostrando però un'iniziale ripresa in tema di ottimismo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -



Titolo: **Credito al consumo: dopo i sub prime, attesi 80 mld di sofferenze negli Usa. Per le economie occidentali si prospetta una nuova crisi?**

Edizione: 9/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link: www.largoconsumo.info/fixed/largoconsumo/pagine/copertina09_09.asp



Titolo: **Anziani: sono il 19% della popolazione con proprie esigenze alimentari, di tempo libero e di salute. Industria e il retail sono pronti?**

Edizione: 6/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link: www.largoconsumo.info/fixed/largoconsumo/pagine/copertina06_09.asp



Titolo: **Liberalizzazioni: 3,6 mld di consumi aggiuntivi grazie alle aperture domenicali dei Pdv. Il commercio potrebbero essere di reale sostegno all'economia?**

Edizione: 5/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link: www.largoconsumo.info/fixed/largoconsumo/pagine/copertina05_09.asp

Largo Consumo, fascicolo 7/2009, n° pagina 17, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Quali strategie contro la crisi

Nielsen: La crisi economica come spunto per trovare nuove opportunità e strategie utili per risollevarlo il mercato. E' stato il grande tema della venticinquesima edizione de "L'incontro". E' l'occupazione il problema più grande: un italiano su .., infatti, ha paura di non riuscire a conservare il proprio posto di lavoro, mentre le preoccupazioni per i prezzi dei beni alimentari e i pagamenti delle utenze, delle rate, dei mutui eccetera sono diventate – almeno nella percezione – meno pressanti.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [Le spese su cui gli italiani cercano di risparmiare](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: AcNielsen, Boltho Andrea, Confindustria, Daveri Francesco, Enit, Galli Stefano, Granarolo, L'incontro Nielsen, Marcegaglia Emma Rifkin Jeremy, Marzotto Matteo, Obama Barack, Sita Luciano, The Magdalen College di Oxford, The Nielsen Company, Università di Parma

Largo Consumo, fascicolo 6/2009, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Fnaarc: accesso al credito col contagocce e rischi con il nuovo "massimo scoperto"

Notizie in corso: Il presidente Fnaarc Adalberto Corsi: più attenzione delle banche verso le piccole imprese. Costi bancari elevati e grande difficoltà di accesso al credito. E' forte la preoccupazione di Fnaarc, la Federazione nazionale degli agenti e rappresentanti di commercio aderente a Confcommercio e numerose sono le segnalazioni che giungono a Fnaarc dagli agenti e rappresentanti di commercio (200.000 in tutta Italia).

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 6/2009, n° pagina 14, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Il conto corrente al super

Banche per erogare credito agli acquirenti: è il piano annunciato da Tesco per aprire presso i propri supermercati sul territorio britannico sportelli in cui offrire inizialmente carte di credito e prodotti assicurativi, per ampliare in un secondo tempo i servizi anche ai conti correnti. La catena punta per quest'anno a .. di queste filiali bancarie improntate a un tipo di politica «conservatrice e di vecchio stampo», secondo le dichiarazioni dei suoi dirigenti

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Royal Bank of Scotland, Tesco, Tesco Bank, Tesco Finance

Largo Consumo, fascicolo 6/2009, n° pagina 16, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

L'unione fa il low cost

Low cost: Si afferma anche in Italia la filosofia del low cost dai viaggi all'abbigliamento, dalle assicurazioni auto. Assolowcost riunisce le aziende aderenti. Fino a poco tempo fa l'espressione low cost faceva subito pensare a voli aerei e week end estemporanei in qualche capitale europea. Oggi interessa molteplici settori. In gdo gli ultimi anni hanno visto l'affermazione delle marche private mentre i discount hanno registrato un incremento progressivo delle proprie quote di mercato.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Le scelte strategiche di contenimento dei costi

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Assolowcost, Dacia Renault, Databank, Genertel, Genialloyd, H&M, Ikea, Ing Durect, Nielsen, Zara



Titolo: La nuova Commissione parlamentare prezzi: Quale ruolo riuscirà a ritagliarsi tra Authority varie, Garante della concorrenza e Mister prezzi?

Edizione: 2/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link: www.largoconsumo.info/fixed/largoconsumo/pagine/copertina02_09.asp



Titolo: Carrefour taglia 11 ipermercati nel Mezzogiorno, complici il minore potere di acquisto e i bassi consumi - Cod PL-1107-001

Edizione: 11/2007

Editore: Redazione di Largo Consumo

Link: www.largoconsumo.info/fixed/largoconsumo/pagine/copertina11_07.asp



Agos
il credito è evoluto
Awarded for quality, reliability and distinction

BUSINESS Superbrands



Largo Consumo, fascicolo 6/2009, n°pagina 51, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Un anno di sacrifici?

Attitudine al consumo: Spese più oculate, occhio a sconti e offerte senza rinunciare alla buona tavola, al telefonino e all'automobile: così cambiano le abitudini degli italiani. La congiuntura economica negativa già dal ha spinto gli italiani a fare più attenzione alle uscite, rimandando le spese non indispensabili e modificando la composizione del proprio carrello della spesa. Le previsioni d'acquisto per l'anno in corso confermano questo trend con qualche eccezione.

Table, grafici e box a corredo:

- **"Nel corso del 2008 per quali categorie ha avvertito un cambiamento nel modo di fare acquisti?" (in %)***

Allegati:

- **leggi questo articolo**
- **Visualizza il documento originale**

Citati: Interactive Market Research

Largo Consumo, fascicolo 6/2009, n°pagina 51, lunghezza 1/8 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

La propensione al risparmio nei principali mercati del largo consumo (in %)

Abbigliamento e accessori, elettronica, cura persona, alimentare, cultura, prodotti per l'infanzia: "Nel 2008 su quali categorie ha modificato il modo di fare acquisti?". Informazione contenuta nell'articolo "Un anno di sacrifici?".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Interactive Market Research

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n°pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

La crisi e i consumi: solo 2 italiani su 10 taglieranno le spese alimentari nel 2009

Notizie in corso: La spesa alimentare degli italiani in tempo di crisi. Un dossier realizzato dal Centro Studi di Federalimentare ci fa scoprire che i consumatori - anche in tempi di scelte difficili e tagli al budget familiare - non rinunciano alla qualità e al contenuto di servizio: i prodotti alimentari di marca registrano, a sorpresa, una crescita delle vendite del +7%.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Leggi questa notizia**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n°pagina 81, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Il low cost frenerà il calo del Pil

Secondo Assolowcost, il low cost di qualità crescerà del ..% nel corso dell'anno assicurando circa un mezzo punto in più di Pil e quindi una funzione anticiclica in grado di frenare la diminuzione del Pil. Il low cost di qualità in Italia nel ha fatturato .. miliardi di euro con un'incidenza del ..% sul Pil. La crescita stimata porterà il fatturato a circa .. miliardi di euro (incidenza sul Pil del ..% e una crescita dello ..%).

Table, grafici e box a corredo:

- **Il low cost di qualità in Italia: 2008-2009 (in miliardi di euro e in %)**

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Assolowcost, Cinosi Andrea, Pil



Titolo: Manuale di psicologia dei consumi
Edizione: 6/2009
Editore: McGraw Hill
Link:
www.largoconsumo.info/062009/BRLC0609-Bibliio.pdf



Titolo: Outlook sui consumi
Edizione: 5/2009
Editore: Censis - Confcommercio
Link:
www.largoconsumo.info/052009/BRLC0509-Bibliio.pdf

EDIZIONI
FrancoAngeli

Titolo: E osano chiamarci clienti. Dal disservizio alla truffa
Edizione: 3/2009
Editore: Franco Angeli
Link:
www.largoconsumo.info/032009/BRLC0309-Bibliio.pdf

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 83, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Social card senza complessi

Da Varese una formula per assicurare la privacy agli utilizzatori della social card evitando di trovarsi sottoposti a sguardi indiscreti che potrebbero far sorgere complessi di inferiorità. L'idea è che i soldi dati dal Comune siano utilizzabili con normali bancomat da ricaricare con i .. euro mensili di sussidio. E' la soluzione apparsa più semplice, scartate quelle di stampare una tessera a punti o consegnare i contanti. Il Comune di Varese aprirà un conto cui si appoggeranno le carte.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Bancomat, Comune di Varese, Palazzo Estense, Ubi

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 156, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Index & Monitoring: Intenzioni d'acquisto

Findomestic: La fiducia degli italiani appare in ripresa dai dati relativi a marzo dell'Osservatorio mensile Findomestic di aprile che indaga le propensioni all'acquisto. Sulla situazione generale del Paese marzo registra il grado di soddisfazione più elevato dall'inizio della rilevazione: il, oltre i livelli di settembre (...) e dopo un febbraio di netto calo (...) e questo senza che la crisi economica lasci presagire segni di ripresa.

Table, grafici e box a corredo:

- I beni/servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi - elettrodomestici ed elettronica: marzo 2009
- I beni/servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi - tempo libero: marzo 2009
- Il grado di soddisfazione rispetto alla situazione italiana: marzo 2009
- La propensione personale all' aumento del risparmio a 12 mesi: marzo 2009
- Le previsioni sulla situazione italiana a 12 mesi: marzo 2009

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Findomestic, Governo, Martini Stefano

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 37, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

La moda del low cost

Abbigliamento: La necessità di risparmiare, insieme all'evoluzione della società, ha imposto un nuovo modo di vestire, privilegiando capi dai costi contenuti ma di qualità. Quando si parla di moda low cost-high value ci si riferisce a un modello che segue quelli fondamentali dell'alta moda e del prêt-à-porter e che risponde alle nuove esigenze del consumatore, condizionate certamente dalla profonda crisi economica, ma dettate anche da un'evoluzione nel modo di essere e di esprimersi.

Table, grafici e box a corredo:

- Box: Un 2009 in crescita

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Achille Antonio, Aguzzi Umberto, Angel, Assolowcost, AZFranchising, Boston Consulting Group, Brogi Fabrizio, Camicissima, Candido Fabio, Chiappini, Cinosi Andrea, Codeluppi Vanni, De Vivo Mario, Fenicia, Fiorucci Elio, Gpf, Gucci, Love Therapy, Nau Otiica, Nielsen, Ovs Industry, Pasquali Fabio, Università di Modena e Reggio Emilia, Zara



Titolo: 2008 Consumer

Sentiment Index

Edizione: 9/2008

Editore: AlixPartners

Link:

www.largoconsumo.info/092008/BRLC0908-StuR.ice.pdf



Titolo: Come gli italiani percepiscono l'andamento dei prezzi

Edizione: 12/2008

Editore: GfK

Link:

www.largoconsumo.info/122008/BRLC1208-StuR.ice.pdf



Titolo: Quanto brilla la famiglia italiana?

Edizione: 10/2008

Editore: Procter and Gamble

Link:

www.largoconsumo.info/102008/DOCProcter&GambleRapportoFamigliaitalianabrillante-1008.pdf

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 80, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Pochi quattrini per sopravvivere

La povertà in Italia: L'..% delle famiglie italiane vive in condizioni di povertà, con meno di mille euro. Un dato sostanzialmente stabile negli ultimi anni nonostante un netto peggioramento delle condizioni degli anziani, tra i quali l'incidenza della povertà è aumentata dal .. all'..% dal al Inoltre il divario Nord-Sud è sempre più evidente, con un tasso di povertà che raggiunge nel Mezzogiorno il ...%. E' il quadro rilevato dalla statistica Istat.

Table, grafici e box a corredo:

- **La povertà relativa in Italia per aree geografiche: 2003-2007 (in %)**

Allegati:

- **leggi questo articolo**
- **Visualizza il documento originale**

Citati: Istat

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 83, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Italia: in crescita il credito al consumo

Da un'elaborazione Camera di commercio di Milano su dati Banca d'Italia e Istat, emerge che gli italiani sono sempre più indebitati: tra mutui per la casa, credito al consumo per acquistare auto, mobili, elettrodomestici o viaggi, e altri prestiti, i debiti delle famiglie italiane hanno sfiorato i ... miliardi di euro, in media quasi euro di debiti a famiglia. Cifre che crescono di anno in anno: tra il e il i prestiti per il credito al consumo sono aumentati del ..%

Table, grafici e box a corredo:

- **I prestiti delle famiglie italiane: 1997-2007 (in miliardi di euro e in %)**

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Banca d'Italia, Camera di Commercio di Milano, Istat

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 99, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Cibi monoporzione e single vanno a nozze

Pack alimentari: Cresce il numero di famiglie mononucleari e di persone che vivono da sole e il settore del packaging si adegua con le confezioni singole. Proprio questi sembrano i clienti fotografati dalla recente indagine Coldiretti, secondo la quale, si è verificata una impennata delle confezioni «per i salumi già affettati (+.. %), primi piatti pronti (+.. %), i sughi pronti (..%) e le verdure in sacchetto, sulla base delle elaborazioni Ref per Ancc-coop relative al primo semestre».

Table, grafici e box a corredo:

- Box: Singoli e contenti
- **Il mercato e lo stile di vita dei single**
- **Quanto costa la spesa per chi vive da solo (in euro)**

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: Alderigi Aldo, Ancc - Coop, Binda, Bonduelle, Coldiretti, Contital, Dieter, Dmds, Gerosa Fabrizio, Goglio, Gpf, Guaula, Hag, Heinz, Istat, Laminazione Sottile spa, Lavazza, Marini Serena, Masterpack, Nescafé, Pollice Pasquale, Riva Laura, Robustelli Guido, Safta, Seda Group, Sex and the City, Splendid, Tonini Gianluca, Vitadasingle.net, Wayn srl, Waysingle, www.dreamstime.com



Titolo: Rapporto Coop
2007 Consumi e
distribuzione

Edizione: 1/2008

Editore: Coop Italia

Link:

www.largoconsumo.info/012008/DOCRapportoCoop2007.pdf

Aderisci alla
community dei manager
dell'**Industria**, della
Distribuzione e dei **Servizi**
della filiera dei beni di
largo consumo.

Link:

www.viadeo.com/join/lc

**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@largoconsumo.it

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 122, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

La banca nel carrello della spesa

Banca e retail: La convergenza tra il mondo del banking e quello del retail prende sempre più piede anche in Italia. Un'indagine del Politecnico svela gli scenari del futuro. Si va al supermercato e possiamo da qualche tempo usufruire di servizi che con la spesa non c'entrano poi molto, quale ad esempio il ritiro di denaro contante. Si va in banca e, oltre ai servizi usuali di prelievo e pagamento, può capitare di imbattersi nell'offerta di prodotti gastronomici tipici.

Table, grafici e box a corredo:

- Box: L'opinione di Wincor Nixdorf
- Box: Le soluzioni di Epson
- Le tipologie dei clienti

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Alispa, Borsa di Francoforte, Caprini Fausto, Conad, Coop, Design Direction Workshop, Deutch Bank, Deutche Bank, Epson FP - 90, Intesa San Paolo, Mark&Spencer, MR 800, Postbank, Poste Shop, Radaelli Camillo, Safeway, Salteri Stefano, scanner TM-S100, School of management del Politecnico di Milano, Selex, Shell, Shell Germania, stampante passbook PLQ-20, Teddy, Tesco, Unicredit, Upim, Wal - Mart, Wincor Nixdorf, Yamamay

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 141, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

A favore delle famiglie povere

La Commissione europea ha approvato una proposta che, per la prima volta, sostiene tutti gli Stati membri nelle misure di efficienza energetica messe in atto dalle famiglie cosiddette svantaggiate. Prima infatti, la legislazione Ue sui fondi strutturali limitava la possibilità dei nuovi Stati membri di ricorrere al fondo europeo di sviluppo regionale nel campo dell'edilizia, usufruibile solo per le parti comuni di un immobile nelle aree urbane depresse.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Commissione europea, Fesr, Ue - Unione europea

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 148, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Index & Monitoring: Intenzioni d'acquisto

Osservatorio mensile in collaborazione con Findomestic.

Table, grafici e box a corredo:

- Beni e servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi (base totale campione: 500)
- Il grado di soddisfazione rispetto alla situazione italiana
- La propensione personale all'aumento d'acquisto di beni e servizi a 12 mesi
- La propensione personale all'aumento del risparmio a 12 mesi
- Le previsioni della situazione italiana

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Martini Stefano, Osservatorio Findomestic

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 39, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

[Gli italiani stringono la cinghia](#)

Findomestic: I dati annuali della principale fonte di analisi del credito in Italia confermano la crisi dei consumi. Colpisce le auto, ma regge il mercato della casa. Nel ... il reddito delle famiglie italiane è cresciuto del ..%. La crescita reale al netto della perdita di potere d'acquisto dovuta all'inflazione è stata dell'..% e si può attribuire ai marginali aumenti delle retribuzioni (anche grazie ai rinnovi contrattuali di alcuni settori) e all'occupazione che ha continuato a crescere.

Table, grafici e box a corredo:

- **[I consumi nei principali mercati dei beni durevoli: 2007-2008 \(var. spesa media annua pro capite\)](#)**

Allegati:

- **[leggi questo articolo](#)**

Citati: Findomestic Banca 2009, Osservatorio Findomestic

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 75, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

[Bambini-consumatori ora più tutelati](#)

BabyConsumers è la prima associazione in Italia nata per tutelare i bambini, i consumatori più indifesi, e i loro genitori. Il suo scopo è la protezione, l'informazione e l'educazione, nonché la salvaguardia della salute, della sicurezza, dell'ambiente e degli interessi economici dei consumatori e utenti, con particolare riguardo ai bambini e alle loro famiglie. La sede nazionale è a Pisa, ma da tutta Italia le famiglie possono rivolgersi all'associazione telefonicamente o tramite il sito.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa notizia](#)**

Citati: BabyConsumers, Staffa Pino

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 124, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

[Index & Monitoring: Intenzioni d'acquisto](#)

Osservatorio mensile in collaborazione con Findomestic.

Table, grafici e box a corredo:

- Beni e servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi (base totale campione: 500)
- Il grado di soddisfazione rispetto alla situazione italiana
- La propensione personale all'aumento d'acquisto di beni e servizi a 12 mesi
- La propensione personale all'aumento del risparmio a 12 mesi
- Le previsioni della situazione italiana

Allegati:

- **[leggi questo articolo](#)**

Citati: Findomestic, Martini Stefano

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 60, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

[L'indice sulla crisi dei consumi](#)

Documenti: La percezione delle famiglie sullo stato e le prospettive dei propri bilanci. Filo conduttore di una seconda indagine a livello europeo allargata da .. a .. Paesi. E' il Genworth Index con valori tra ... e +... in caso di vulnerabilità o sicurezza rispettivamente massime. L'Italia, perso il marchio di peggiore in classifica (per un peggioramento della situazione altrui), rivela che i "vulnerabili" sono passati dal .. al ..%, con un incremento modesto e una tenuta degli altri segmenti.

Table, grafici e box a corredo:

- **[Il Genworth Index per nazione: 2007-2008](#)**

Allegati:

- **[leggi questo articolo](#)**
- **[Visualizza il documento originale](#)**

Citati: Ecri, Genworth Financial, Genworth Index, Pfrc, Università di Bristol

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 61, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Gli italiani non si fidano dell'e-commerce

Secondo una ricerca condotta in tutta Europa da Experian, gli italiani non si fidano del grado di sicurezza delle piattaforme di acquisto on line. Infatti quasi due terzi (.%) dei consumatori del nostro Paese crede sia ancora possibile imbattersi in frode o furti di dati personali su Internet, nonostante le misure di sicurezza adottate. Nei Paesi del Nord e dell'Est Europa si registrano percentuali decisamente inferiori: ..% nei Paesi Bassi, ..% in Svezia, ..% in Ungheria e ..% in Danimarca.

Table, grafici e box a corredo:

- **La mancanza di fiducia nella sicurezza degli acquisti in rete per paese: 2008 (in %)**

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Experian

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 63, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Ingesi in attesa di tempi migliori

La crisi economica spinge gli inglesi a rinunce importanti. E' il trend che si preannuncia per il e che interessa il ..% delle famiglie del Regno Unito secondo un sondaggio Experian-CreditExpert condotto su un campione di cittadini britannici in età adulta. E' la percentuale di chi avrebbe rinviato o starebbe rinviando a tempi migliori scelte di acquisto di un certo peso, come cambiare lavoro, auto o persino fare figli. Dall'indagine risulta che oltre la metà (.%) appare in ansia.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Experian-CreditExpert

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 116, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Index & Monitoring: Intenzioni d'acquisto

Osservatorio mensile in collaborazione con Findomestic.

Table, grafici e box a corredo:

- Beni e servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi (base totale campione: 500)
- Il grado di soddisfazione rispetto alla situazione italiana
- La propensione personale all' aumento d' acquisto di beni e servizi a 12 mesi
- La propensione personale all' aumento del risparmio a 12 mesi
- Le previsioni della situazione italiana

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 0, lunghezza 1/12 di pagina -

Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti più convenienti secondo gli italiani

Tra casa, titoli di stato, terreni agricoli, oro, buoni postali, conti correnti, borsa, opere d'arte e polizze assicurative. Informazione contenuta nell'articolo "Agricoltura, investimento d'oro".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 14, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Erogare prestiti responsabilmente

Credito: Mai come oggi banche e società finanziarie hanno trovato tante difficoltà nel bilanciare controllo del rischio e espansione del business. Lo ha sottolineato l'Experian Day Per evitare situazioni economicamente pericolose come quella americana dei mutui subprime, il settore è chiamato a ampliare le proprie attività di analisi per prevenire e eventualmente gestire casi di sovra-indebitamento. In questo gioca un ruolo fondamentale la profilazione dettagliata dei clienti.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Gli strumenti del responsible lending
- Le fasi per l'analisi mirata della clientela

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Abi, Adiconsum, Assofin, Experian Day 2008, Fabio Picciolini, Giuseppe Piano Mortari, Raffaele Rinaldi, Sistema Italia

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 127, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

In banca per la spesa

Credito: La gdo alleata al mondo finanziario all'insegna di una complementarità tra i rispettivi ambiti. Con prevedibili sviluppi per le prospettive della fidelizzazione. Si riscontra un significativo avvicinamento tra i due comparti: talora in modo tale da sovrapporsi e sostituirsi sul piano del core business; sempre più spesso invece sviluppando innovative forme di collaborazione mirate a offrire ai propri (e comuni) clienti prodotti e servizi sempre più qualificati.

Tablette, grafici e box a corredo:

- I valori della convergenza tra banking e retail

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: School of Management del Politecnico di Milano, Wincor Nixdorf

Mercato Italia Grocery, fascicolo 11/2008, n° pagina 2, lunghezza 1/5 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

La percezione della propria situazione finanziaria 2007-2008 in Europa (in %)

La percezione della richiesta attesa dai cittadini di 19 paesi europei, Italia inclusa. Informazione contenuta nell'articolo "Andamento lento per un consumatore sfiduciato".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Nielsen Worldwide Consumer Confidence Survey

Mercato Italia Durevoli, fascicolo 12/2008, n° pagina 2, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

L'evoluzione abitativa ai tempi di Internet

Lo scenario che oggi caratterizza l'abitare vede il concomitante affermarsi di tendenze di lungo e medio periodo, che si intrecciano e si influenzano. Riguardano da una parte i segnali deboli degli stili di vita e di consumo che impattano nella quotidianità, dall'altra i processi che investono il modo in cui si vive la città, i luoghi di socializzazione, le abitudini lavorative, la qualità della vita nel suo complesso.

Tablette, grafici e box a corredo:

- [Casa e soddisfazione](#)
- [Cresce la soddisfazione per la propria casa, mentre decresce quella relativa agli altri servizi](#)
- [La propensione al cambiamento \(in %\)](#)

Allegati:

Citati: CFI, CFMT, Housing evolution, Makno & Consulting

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n°pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

[Nasce BabyConsumers: prima associazione italiana a tutela dei bambini e delle loro famiglie](#)

Notizie in corso: Pubblicità ingannevole, sicurezza alimentare, incidenti domestici, giocattoli e prodotti pericolosi. E ancora il caro-vita, l'uso consapevole

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n°pagina 7, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

[Prezzi: si può vederli chiaro?](#)

Coop vs Centromarca: Esplode la polemica dopo la lettera aperta di Coop che denuncia aumenti ingiustificati dei prezzi da parte delle multinazionali. Gli industriali, dal canto loro, si difendono. Il consumatore intanto si impoverisce. Come spiega, in una nota, Adiconsum: «Il rischio reale è l'aumento delle famiglie povere già dai prossimi mesi, sia per la crisi economica che sta causando licenziamenti e cassa integrazione, sia per il mancato aumento del reddito reale di pensioni e stipendi».

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Auricchio Gian Domenico, Centromarca, Coop, Esselunga, Federalimentare, Heineken Italia, Italgrob, Nielsen

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n°pagina 39, lunghezza 1/4 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

[In Giappone carte fedeltà contro le sigarette ai minorenni ai distributori automatici](#)

A partire dall'estate prossima in Giappone nessuno potrà comprare sigarette ai distributori automatici senza possedere la Taspo, una tessera sulla quale è anche possibile ricaricare credito, che memorizza gli acquisti effettuati dal proprietario della tessera. L'iniziativa promossa grazie all'intervento dell'industria del tabacco che ha speso per l'operazione ... milioni di dollari, il che ha fatto dubitare delle buone intenzioni della stessa. Info contenuta nell'articolo "Affari in fumo".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Japan Tabacco, Tabacco Institute of Japan, Taspo - Tobacco access passport

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n°pagina 0, lunghezza -

Tipologia: Breve

[I negozi di vicinato, piccola e media distribuzione aderiscono all'iniziativa della social card](#)

Notizie in corso: Le 60mila imprese associate a Fida-Confcommercio tra negozi di vicinato, piccola e media distribuzione, aderiscono all'iniziativa della

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n°pagina 100, lunghezza 1/4 di pagina -
Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

[I vantaggi dei decreti Bersani percepiti dai consumatori](#)

Relativamente a miglioramento concorrenza tra panifici, diminuzione costo dei farmaci, riduzione dei costi bancari, riduzione costi assicurativi auto. Informazione contenuta nell'articolo "Una concorrenza che disorienta".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: Consumatori e mercato 2007, L'impatto delle liberalizzazioni sui consumatori

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n°pagina 101, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

[Spariscono gli enti comunali di consumo](#)

Aboliti dalla legge .../.... gli enti comunali di consumo, istituiti nel per vendere alimentari a prezzi ribassati alle famiglie a basso reddito. In realtà erano spariti da tempo, sia perché le famiglie indigenti erano a un certo punto diventate poche sia perché ormai troppo esigui i fondi per finanziarli.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n°pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

[Nuova ricerca AlixPartners sulle previsioni di spesa dei consumatori statunitensi in vista del Natale](#)

Notizie in corso: Quest'anno Babbo Natale porterà meno regali sotto l'albero degli americani. È quanto emerge da una nuova ricerca condotta dalla società di consulenza internazionale AlixPartners su un panel di consumatori statunitensi, che mette in evidenza come l'attuale crisi finanziaria influirà in maniera significativa sulla propensione all'acquisto in occasione del Natale, un periodo chiave per i conti economici dei retailer.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n°pagina 22, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

[Troppi dubbi sulle carte di credito](#)

Società e consumi: A distanza di anni dalla loro introduzione, permane un controverso rapporto tra gli italiani e le carte di pagamento, diffuse ma poco usate. Da una recente e interessante analisi condotta in sinergia da Cittadinanza Attiva e dal gruppo Unicredit, risulta che il ..% degli italiani possiede un bancomat, il ..% una carta di credito e il ..% una carta di credito prepagata. Inoltre, ben . esercizi commerciali su .. accettano il pagamento tramite bancomat o carte di credito.

Table, grafici e box a corredo:

- [Carte di credito attive: 2000-2006 \(in unità e in %\)](#)
- [Sviluppo delle carte di pagamento: 2000-2006 \(in unità\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Bce, Ccp Card protection plan, Cittadinanza Attiva, GfK Eurisko, Unicredit

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 103, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Una casa piena di vita

Attività domestiche: La famiglia, osservatorio privilegiato per cogliere l'evoluzione socio-culturale dei bisogni conseguenti al passaggio generazionale: è questa la dimensione della ricerca "Quanto brilla la famiglia italiana?" promossa da Procter & Gamble e dalle insegne Sma, Punto Sma e Cityper e affidata a Futur Concept Lab che ha interrogato tendenze e comportamenti della famiglia italiana per interpretarne la domanda emergente di consumi in termini globali.

Table, grafici e box a corredo:

- **Il grado di coinvolgimento della famiglia in alcuni valori (in%)**

Allegati:

- **leggi questo articolo**
- **vai al documento associato**

Citati: Cityper, Futur Concept Lab, Procter&Gamble, Punto Sma, Sma

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 111, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Incentivo ai risparmi delle famiglie numerose

Un'iniziativa della Provincia di Milano rivolta alle famiglie numerose. E' quella che l'amministrazione si appresta a lanciare all'insegna di quella che viene denominata Family Card, una carta sconto ricaricabile a costi gestione praticamente zero, che, oltre agli acquisti, permette di maturare interessi attivi sulle somme risparmiate. Verrà inviata ai nuclei familiari formati da . o più componenti presenti sul territorio. Il modello è quello di una carta utile.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Family Card

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 28, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Il consumatore globale

Globalizzazione: Il calo demografico e la separazione tra un'economia "ricca" e occidentalizzata e una "povera" creano forti contrasti nei consumi. Nel l'Europa avrà circa .. milioni di abitanti in meno, mentre la sola Africa avrà circa un miliardo di abitanti. Ciò ha evidenti ripercussioni sia sullo spostamento delle "fonti" del potere d'acquisto sia sui prezzi, dei quali ormai assistiamo ad un continuo rialzo dovuto alla maggiore competizione per le risorse

Table, grafici e box a corredo:

- **Il profilo demografico del consumatore europeo per tipo di nucleo**
- **Il profilo demografico del consumatore europeo**
- **Il trend delle marche private: anno terminante a luglio 2007**
- **La fertilità è la chiave dell'invecchiamento(figli per famiglia e var.%)**

Allegati:

- **Leggi questo articolo**

Citati: Nielsen, ShopperTrends

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/4 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Prodotti più cari e la spesa cambia

Dall'ultima relazione del Tesoro sulla situazione economica del Paese redatta in base all'indagine Coldiretti-Swg "Le opinioni di italiani e europei sull'alimentazione", emerge che, a seguito dei rincari, . italiani su . hanno cambiato le abitudini alimentari variando il menù della spesa e prestando più attenzione alla lettura dell'etichetta e alla provenienza dei cibi. Se complessivamente la spesa alimentare è aumentata dell'..%, le quantità acquistate sono ferme.

Table, grafici e box a corredo:

- **La spesa delle famiglie italiane: 2007 (in euro)**

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Coldiretti Swg

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 24, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Lombardi più ricchi e motorizzati

Consumi: Secondo Findomestic Banca il reddito medio pro capite dei lombardi è aumentato del ..%, con una previsione di crescita ulteriore del ..% nel

Milano, inoltre, è prima in Lombardia e terza in Italia per livello di reddito individuale. Nel i lombardi hanno speso per i beni durevoli il ..% in più, secondi a livello nazionale soltanto ai consumatori piemontesi. L'acquisto di automobili nuove ha fatto registrare un'ottima performance: +...% rispetto all'anno precedente.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **I numeri della grande distribuzione in Lombardia: 2007 (in unità e in mq)**
- **La spesa per famiglia per le auto nuove: 2007 (in euro)**
- **La spesa per gli elettrodomestici bianchi e piccolo: 2006-2008 (in milioni di euro e in euro)**
- **La spesa per gli elettrodomestici bruni: 2006-2008 (in milioni di euro e in euro)**

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: Findomestic Banca, Infocommercio, Prometeia

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 26, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Nuovi acquirenti fra lusso e discount

Consumatori: Il Bel Paese si presenta sempre più anziano, più multi-etnico e più single (..% della popolazione) e gli acquisti diventano più sofisticati. La forte componente innovativa e radicale dei cambiamenti socio-demografici che hanno caratterizzato l'Italia, in particolare nel corso dell'ultimo decennio, ha determinato una nuova scenografia che anima un palcoscenico sul quale si aggirano attori dal volto nuovo, con comportamenti d'acquisto non sempre prevedibili.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Il nuovo posizionamento per industria di marca e trade
- **La composizione della popolazione italiana: 2003-2006**

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: Bmw, Coop, Despar Express, Easy Jet, Eurospin, Ford, Frosta, General Motors, H&M, In's, Istat, Lexus, LG, Lidl, Linux, Louis Vuitton, Mercedes, Porche, Ryan Air, Toyota, Zara

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 109, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Sempre più debiti per le famiglie italiane

Da un'elaborazione Camera di Commercio di Milano su dati Banca d'Italia e Istat, i debiti delle famiglie italiane nel hanno superato i ... miliardi di euro, per oltre euro di debiti a famiglia. Cifre che crescono di anno in anno: tra il e il i prestiti per il credito al consumo sono aumentati del ..%, passando da ... miliardi di euro a oltre .., quelli per i mutui per la casa del ..% (da quasi ... miliardi a oltre ...). Rispetto al i tassi sono più che doppi.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **I prestiti delle famiglie italiane: 1996-2006 (in milioni di euro e in %)**

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Banca d'Italia, Camera di Commercio di Milano

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n°pagina 109, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[I single spendono di più per gli alimentari](#)

Coldiretti, sulla base dei dati Istat relativi ai consumi delle famiglie, ha condotto un'analisi dalla quale risulta che i single sono costretti a spendere per gli acquisti alimentari il ..% in più rispetto alla media delle famiglie italiane: in media ... euro al mese a fronte dei ... euro destinati da ogni singola persona di una famiglia tipo italiana. I comportamenti di acquisto dei single hanno spinto il consumo di verdura e frutta pronto uso che ha superato oltre .. milioni di chili.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa notizia](#)**

Citati: Coldiretti, Istat

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n°pagina 96, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

[Paniere Istat: agli alimentari più peso](#)

L'Istat aggiorna una volta l'anno il paniere dei beni che indicano l'andamento dei consumi delle famiglie. Nel paniere sono stati introdotti le console per videogiochi, il navigatore satellitare, il pranzo con piatto unico, l'insalata pronta e il combustibile solido. Escono invece gli hamburger surgelati e le treccine di filo colorato per cucire. In generale, nel nuovo paniere Istat, il peso di alimentari e bevande analcoliche, rispetto al, sale di circa il .%.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa notizia](#)**

Citati: Istat

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n°pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

[Federdistribuzione: una risposta concreta al caro-prezzi](#)

Notizie in corso: Federdistribuzione ha presentato la propria iniziativa contro il caro-prezzi, problema nazionale che sta erodendo sempre più la capacità di spesa dei cittadini.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Leggi questa notizia](#)**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n°pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

[Perché gli italiani non si fidano della moneta elettronica?](#)

Notizie in corso: Il 5 marzo 2008 a Milano presso l'Hotel The Westin Palace Hotel in Piazza della Repubblica 20 a Milano si è discusso di sicurezza e carte di credito.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Leggi questa notizia](#)**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n°pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[In fuga dallo shopping](#)

Si chiamano "freegan", sono gruppi di vegetariani radicali in fuga dalla civiltà dei consumi che, convinti si possa vivere senza comprare nulla e inquinare di meno, hanno deciso di vivere con ciò che la gente scarta: basta rovistare nella spazzatura dei ricchi, indossare abiti dismessi da altri, recuperare sedie, lampade e vecchie tv abbandonate in strada da chi ha appena rinnovato l'arredamento o si è regalato uno schermo ad alta definizione.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa notizia](#)**

Citati: Church of Stop Shipping, Talen Bill

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 25, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Acquisti automatici e impulsivi

Consumatori: Secondo Nielsen sono . le modalità d'acquisto che orientano i clienti: pilota automatico (acquisto di impulso), ricerca di varietà (attenzione ai nuovi gusti e formati), sensibilità al cosiddetto "buzz" (predisposizione più marcata verso le azioni pubblicitarie coinvolgenti), caccia all'affare (interesse prevalentemente rivolto agli sconti e alle promozioni). Attitudini sulle quali gli esperti di marketing confezionano campagne pubblicitarie, promozioni e allestimenti.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Le 4 modalità di acquisto al supermercato

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Customized Research, Nielsen Shopper Modality Study, The Nielsen Company

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 126, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

I milanesi in coda al super

Famiglie: Fanno la spesa al supermercato, riempiono il carrello con carne e verdure e, in media, spendono .. euro al giorno in due per pranzare e cenare tra le mura domestiche. E' il comportamento tipo che emerge dall'indagine sui consumi delle famiglie milanesi condotta dalla Camera di commercio di Milano con Palazzo Marino. Sono state analizzate le attitudini di un campione di ... famiglie, attraverso la compilazione di due questionari tra aprile e marzo

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [La spesa alimentare delle famiglie milanesi \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Camera di Commercio di Milano

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 129, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

I consumatori si aspettano la recessione

Dall'ultima ricerca globale online di Nielsen sulla fiducia dei consumatori risulta che quasi un consumatore su tre si prepara a una recessione a livello mondiale entro la fine dell'anno, e oltre il ..% della popolazione nutre come preoccupazioni principali l'aumento di disoccupazione e inflazione. La fiducia dei consumatori è scesa di tre punti, da .. a .., nei sei mesi tra maggio e novembre

Nell'ultima tornata del sondaggio la Norvegia è risultata la nazione più ottimista al mondo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Dodd Patrick, Nielsen

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 99, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Le città del caro vita

Tendenze: Metropoli a confronto sui livelli di spesa. Il quadro di un'Europa che vede in particolare Milano scalare posti ai vertici, ma non per tutti i generi di consumo. Dall'approfondita ricerca di Camera di Commercio di Milano da dati Economist Intelligence Unit sul secondo semestre emerge il quadro di un'Europa dalla moneta unica ma dal costo della vita differenziato da città a città. Francoforte, Zurigo, Oslo e Copenaghen completano la cinquina delle metropoli più costose dopo Londra.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [La classifica di Milano tra le città europee per voci di spesa: sett. 2006](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Camera di Commercio di Milano, Economist Intelligence Unit, Mercer Human Resource Consulting, Ministero della Pubblica Istruzione

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 108, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

[Il sostegno al consumatore](#)

Per Adiconsum – che oggi conta circa associati e ... sportelli diffusi su tutto il territorio nazionale – la normativa sulla class action risarcitoria si aggiunge ai diritti individuali e al ruolo negoziale delle associazioni dei consumatori per contrastare, in modo efficace, le pratiche commerciali scorrette, aumentate in modo esponenziale in questi anni in molti settori. Per aiutare il consumatore a orientarsi nel mercato dei mutui Adiconsum ha realizzato una guida informativa ad hoc.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Adiconsum, Landi Paolo

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 111, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

[Lazio: consumatori baby sotto la lente](#)

L'Osservatorio baby consumatori attivato lo scorso novembre dal Comitato di Roma e del Lazio dell'Unione nazionale consumatori, rileva a livello regionale i prezzi dei principali prodotti, alimentari e non, destinati all'infanzia. Realizzato con i fondi del Ministero per lo sviluppo economico (Legge n. .../.... art. ..., comma .), fornisce ai consumatori e alle famiglie del Lazio un servizio di informazione sui prezzi al dettaglio dei principali prodotti di più largo consumo per l'infanzia.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Ministero per lo Sviluppo Economico, Osservatorio baby consumatori, Unione nazionale consumatori

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 111, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

[In Italia sempre di più i nuovi poveri](#)

Da una ricerca Nielsen sulla spesa media grocery delle famiglie italiane, emergono comportamenti comuni tra i consumatori, ma aumentano le differenze. In Italia, si sta consolidando il cluster "nuovi poveri" (famiglie con un reddito mensile inferiore a ... euro), con capacità di spesa inferiore alla media. Infatti, nel semestre il cluster spende circa euro nei prodotti grocery contro una media Italia a euro.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Nielsen

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 10/2009, n° pagina 44, lunghezza 1/10 di pagina - Estrapolazione da com. di impresa

Tipologia: Com. d'impresa

[La "Bussola del Risparmio": Paolo Cavallo, ad di Reckitt Benckiser, commenta l'iniziativa](#)

La "Bussola del risparmio" orienta e aiuta i nostri consumatori a identificare la migliore e più valida offerta, che si traduce in concreto "risparmio" su alcune grandi marche leader di Reckitt Benckiser. Info contenuta nella comunicazione d'impresa "Reckitt Benckiser Italia - Ricerca e sviluppo per crescere e attenzione al consumatore, come dimostra l'operazione La Bussola del Risparmio".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai alla Com. d'impresa che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 88, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Lidl Italia - Il top di qualità/prezzo nei prodotti e nei servizi, sempre attenti al caro vita e alle esigenze dei consumatori

I casi aziendali: Lidl ha introdotto dall'inizio dell'anno significativi sconti su circa 100 prodotti di largo consumo: un provvedimento concreto, di sicuro impatto, per rispondere "sul campo" al caro vita, confermando la strategia del leader del canale hard discount.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Scarica questa comunicazione di impresa**

Citati: Auto Europa, Club del low cost, Genertel, Lidl, Lidl Academy, Lidl Card, Vai Andrea

Direttore responsabile: Armando Garosci

Editore: Editoriale Largo Consumo Srl, via Bodoni 2 Milano

Service Provider: Mc Link Spa, Roma

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

diffusioneabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840

INDICE DEI PERCORSI DI LETTURA DI LARGO CONSUMO

Per assistenza e richieste di disponibilità di **Percorsi di lettura personalizzati**, puoi rivolgerti al servizio [Diffusione e Abbonamenti](#) di Largo Consumo.

Se non sai cosa siano e come si usino i Percorsi di lettura di Largo Consumo vai su www.largoconsumo.info/percorsi

PRODUZIONE

Mercati alimentari

[Visualizza tutti i PL dell'area "Alimentare"](#)

Beverage: La produzione, la distribuzione e i consumi del mercato delle bevande

[Visualizza tutti i PL dell'area "Beverage"](#)

Alimentari freschi: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Alimentare fresco"](#)

Grocery Persona: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Grocery Persona"](#)

Grocery Casa: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Grocery Casa"](#)

Tessile, abbigliamento, calzature, pelletteria e accessori

[Visualizza tutti i PL dell'area "Abbigliamento"](#)

Beni durevoli per la casa e la persona

[Visualizza tutti i PL dell'area "Beni durevoli"](#)

DISTRIBUZIONE

Moderna Distribuzione: canali, formati e contesti di acquisto

[Visualizza tutti i PL dell'area "Distribuzione"](#)

CONSUMATORI

La propensione alla spesa e umore rispetto ai consumi

[Visualizza tutti i PL dell'area "Consumatori"](#)

COMUNICAZIONE

Comunicazione: Promozioni, Fidelizzazione del cliente, Pubblicità e PR.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Comunicazione"](#)

LOGISTICA

Logistica: sistemi e servizi collegati alla filiera dei beni di consumo

[Visualizza tutti i PL dell'area "Logistica"](#)

RISORSE UMANE

Risorse umane: La loro valorizzazione nella filiera dei beni di consumo.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Risorse umane"](#)

AMBIENTE ED ENERGIA

Ambiente ed energia: implicazioni economiche e di marketing nel largo consumo

[Visualizza tutti i PL dell'area "Ambiente ed energia"](#)