



## INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL RETAIL:

**L'attività delle insegne estere in Italia  
e l'azione di quelle italiane all'estero.**

Percorso di lettura aggiornato al n. 10/05 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

Il presente documento può essere scaricato in versione **elettronica** e **interattiva** all'indirizzo:  
[www.largoconsumo.info/102005/PL-1005-007.pdf](http://www.largoconsumo.info/102005/PL-1005-007.pdf)

### ARGOMENTI CORRELATI:

su un argomento correlato, quello dei **CENTRI COMMERCIALI, OUTLET, CENTRI STORICI E VIE COMMERCIALI**, è disponibile  
il Percorso di lettura [PL-1005-007.pdf](http://www.largoconsumo.info/102005/PL-1005-007.pdf)

su un argomento correlato, quello delle **OPERATIONS DI WAL-MART**, è disponibile  
il Percorso di lettura [PL-1005-030.pdf](http://www.largoconsumo.info/102005/PL-1005-030.pdf)

su un argomento correlato, quello delle **FRANCHISING**, è disponibile  
il Percorso di lettura [PL-0905-005.pdf](http://www.largoconsumo.info/102005/PL-0905-005.pdf)

su un argomento correlato, quello delle **ATTREZZATURE E TECNOLOGIE PER IL RETAIL**, è disponibile  
il Percorso di lettura [PL-1005-004.pdf](http://www.largoconsumo.info/102005/PL-1005-004.pdf)

### IN APPENDICE:

Esempi significativi di **COMUNICAZIONE D'IMPRESA** e di **PUBBLICITÀ**  
di Aziende e Organismi attivi nei mercati considerati in questo Percorso di lettura

### LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO:

#### Largo Consumo

#### **Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo**

Mensile fondato nel 1980 e diffuso esclusivamente in abbonamento, i cui contenuti giornalistici si sviluppano in forma di inchieste, studi e articoli vari inerenti tutti i momenti della filiera dei beni mass market, food e non food., dalla produzione, alla distribuzione, al consumo finale, compresi i servizi, le strutture e i sistemi collegati.

#### Pianeta Distribuzione 2005

#### **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.

*Supplemento allegato a Largo Consumo 6/05*

### I CONTENUTI EDITORIALI:

*Largo Consumo* 10/2005 pg 75

#### Nuove vie per lo sviluppo

Internazionalizzazione del retail: 3 le tendenze in atto. 1) Fine dell'internazionalizzazione dispersa (o si è leader in un certo Paese o si preferisce concentrare gli sforzi altrove.), 2) lo sviluppo multiformato e multiinsegna (non si resta fedeli

al proprio format storico), 3) la grande flessibilità nelle strategie di entrata su nuovi mercati (meno tempo dedicato alla sperimentazione, e ingresso nel Paese con più pdv contemporaneamente).

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- [Le variabili fondamentali per l'internazionalizzazione delle imprese retail e loro interrelazioni](#)

- [La concentrazione prevista nel settore grocery per macroaree \(quota dei primi 10 retailer in %\)](#)

**Citati nell'articolo:**

Aziende e Istituzioni: Aeon, Ahold, Aligros, Auchan, Benetton, Berska, Carrefour, Casino, Castorama, Ce.Di Marche, Champion, Coin, Colors & Beauty, Dia, Esselunga, Giacomelli, Golden Point, Hennes&Mauritz (H&M), Inditex, Intermarché, Inverso, Ito-Yokado, Kroger, Leader Price, Lidl & Schwartz, Massimo Dutti, Massmart, Max Mara, Mercadona, Metro, Miroglio, Norgesgruppen, Oysho, Percassi, Pick'n Pay, Rewe, Sephora, Shop Rite, Target, Tengelmann, Tesco, Wal-Mart, Woolworths, Yves Rocher, Zara.

Articolo integrale pubblicato su [www.largoconsumo.info/abbonati](http://www.largoconsumo.info/abbonati)

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 90

### **L'Italia nel mirino di El Corte Inglés**

Raggiunta la coeprtra pressoché totale de mercato domestico, il gruppo spagnolo sta preparando l suo ingresso in Italia, e precisamente a Roma....continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 90

### **H&M guarda a Oriente**

La catena di abbigliamento svedese ha chiuso il secondo trimestre dell'anno in corso con un fatturato di ... mld di euro, (+...%). Il risultato non ha però soddisfatto completamente gli analisti di Stoccolma, i quali sottolineano l'esiguità dei margini di guadagno dovuto all'aumento dei costi di gestione. Hennes & Mauritz sta perciò ampliando i piani di sviluppo che coinvolgeranno, con l'apertura di ... punti di vendita, gli Stati Uniti, la Russia e, in seguito, l'Asia. ....continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 90

### **Douglas si espande**

Francia: La catena di profumerie, appartenente a Douglas holding AG, ha ulteriormente rafforzato la sua posizione sul mercato francese con l'acquisizione di gruppo Levigne, attivo nel settore con 150 punti di vendita (35 diretti e 115 in franchising) con insegna Elytis. Alla base dell'operazione....continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2005, n° pagina 75, lunghezza 1/5 di pagina

### **Più visibilità con Ref Italy**

Franchisor&Franchisee: Nell'ambito della partnership stretta tra Publievent e ExpoFar, organizzatore del Salone internazionale dedicato al franchising in Russia, è stato lanciato il progetto Ref Italy per agevolare l'ingresso e accrescere la visibilità dei marchi italiani in una delle aree economicamente più promettenti per il mercato europeo...continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2005, n° pagina 19, lunghezza 1/2 pagina

### **Gruppo Teddy: l'espansione continua**

Politiche e strategie: Negli ultimi anni l'Italia ha visto nascere e crescere imprese che hanno fatto propria la formula innovativa del pronto moda che ha nella rapidità e flessibilità il proprio punto di forza rispetto al tradizionale modello del programmato. Teddy è tra queste: nel 2004 ha fatturato ... milioni (+...%).

Notizia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 32

### **Lo stato del settore distributivo: Le 10 tendenze globali in atto**

1-Internazionalizzazione selettiva e molto attenta al conto economico.2-La crescita organica e le acquisizioni mirate accrescono la dimensione media dei leader .3-II non-food assume un ruolo di primo piano.4- L'ipermercato appare in difficoltà.5- Emergendo competitivi modelli di soft-discount. 6-Focus generalizzato sul core business.7-Concentrazioni nel settore non-food.8-I discount nel non food.9-Modernizzazione di profumerie e farmacie.10- Ripensamento distributivo anche nei mercati del lusso

Articolo

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 3

### **Le prime 50 imprese della grande distribuzione nel mondo: 2003**

Ricavi interni e internazionali e settore di attività relativamente a: Wal-Mart stores,Carrefour,Home Depot,Koninklijke Ahold n.v,Kroger,Metro Ag,Target,Tesco, Costco Wholesale, Sears, Roebuck, Rewe gruppe, Itm,Safeway,Albertson's,Aldi (stima),Jc Penney,Walgreen,Schwarz Group-Lidl & co,Lowe's,Edeka,Auchan,E. Leclerc,Ito-Yokado,Tengelmann,Aeon (Jusco),Cvs,Sysco,K-mart,J sainsbury,Pinault-Printemps-Redoute,Casino,Best buy,Comcast,Supervalu,Coles myer,Groupe delhaize,Publix,Woolworths e altri...

Tipologia: Tabella

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 20

### **Rank della distribuzione moderna alimentare in Italia: le imprese rilevate nel 2003. Indici 2002 e 2003**

Vendite, risultato di esercizio. n pdv, superficie tot, n. addetti, vendite per mq e nq per pdv relativi a Carrefour,Esselunga,Auchan-Rinascente (Iper),Sma-rinascente (Super),S.s.c. Società sviluppo,Finiper,Unicoop Firenze,Coop adriatica,Metro,Iper montebello,Lombardini holding,Iper Magenta,Bennet,P.a.c. 2000 (conad),Coop Lombardia,Supermercati Pam,Aspiag italia (Despar),Conad Tirreno,Coop Estense,Coop NordEst,Panorama (Pam),Nova coop,Nordiconad,Marr,Il Gigante,Conad Romagna Marche, e altri...

Tabella

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 25

**[Rank della distribuzione moderna non alimentare in Italia: le imprese rilevate nel 2003. Indici 2002 e 2003](#)**

Vendite, risultato di esercizio, n pdv, superficie tot, n. addetti, vendite per mq e nq per pdv relativi a Grandi magazzini a prezzo unico, Abbigliamento, Sport, Calzature, Profumeria e Farmacia, Arredamento casa, Bricolage, Elettrodomestici, Computer, Ottica, Giocattoli, Musica, Libri, Home Video

Tabella

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 10

**I principali gruppi distributivi operanti in Italia: Conad**

Il 2° operatore italiano è il gruppo Conad (ricavi 2003: ... mld, +...%). Dispone di oltre ... punti di vendita e ... mln di mq (+...%) di sup. Nel 2004 ha venduto per ... milioni di euro (+...%) cui vanno sommati i ... milioni di € prodotti dai ... pdv Rewe Italia. La quota di mercato, compresa Rewe, si è attestata al ...%. Il gruppo tedesco Rewe è presente in Italia con ... punti di vendita a insegna Standa, ... Billa e ... hd Penny, con un giro d'affari complessivo di ... mld di €. Conad è anche partner di E. Leclerc.

Notizia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 10, lunghezza

**I principali gruppi distributivi operanti in Italia: LaRinascente**

A cavallo tra il 2004 e il 2005 per il gruppo Rinascente è cambiato tutto: prima l'uscita dalla Borsa, poi la cessione al gruppo Auchan del residuo ...% del ramo alimentare (iper Auchan e super Sma) e del bricolage (Sib). Queste attività avevano ricavato nel 2003 ... miliardi di euro, con ... pdv. All'inizio del 2005 sono state cedute alla cordata ..., ..., ... e ... le catene La Rinascente e Upim, che nel 2004 avevano venduto per ... milioni (... milioni di euro nel 2003), con un totale di ... pdv.

Notizia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 11

**I principali gruppi distributivi operanti in Italia: Carrefour**

Carrefour Italia ha un giro d'affari di ... mld, con ... pdv, ... collaboratori, e una quota di mercato del ...%. Carrefour ha acquisito il ...% di Sviluppo Alimentare (gruppo Aligros), che in Puglia opera con ... pdv (diretti non), con ricavi per ... mln. Carrefour ha portato la sua quota in Finiper dal ... al ...%. Le vendite consolidate 2004 del gruppo Finiper sono state di ... ml, di cui ... mld con ... iper, e ... mln col gruppo Unes, (... pdv tra diretti e non). Entro il 2007 aprirà altre ... grandi unità commerciali.

Notizia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 18

**La distribuzione moderna non alimentare in Italia: elettronica di consumo**

Leader in Italia è Metro con l'insegna Media World, (ricavi 2003: ... mld con ... pdv). Unieuro (Dixons) ha ricavato nel 2004 ... mln (+...), con un totale di ... negozi e ... mila dipendenti. Nel 2003 il raggruppamento Gre ha fatturato ... miliardi (+...%), il raggruppamento Elite, (composto da ... soci) ha ricavato ... mln con ... pdv, (+...%). Infine hanno aperto in Lombardia ... pdv a insegna Darty (... miliardi nel mondo), e ... a Torino, segnando l'ingresso del gruppo Kesa (... mld worldwide) in Italia. -Fine notizia-

Notizia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 29

**[Competere radicati nel territorio. Intervista ad Antonino Gatto, presidente di Despar](#)**

Distribuzione food:

- Quali sono le prospettive del settore alimentare nel nostro Paese dal suo osservatorio?
- Quali prospettive sono prevedibili per le imprese della cosiddetta distribuzione organizzata in in mercato sempre più concentrato? Quali sono le principali strategie di Despar in Italia per i prossimi anni?
- Quali prospettive vedete per le differenti tipologie nel nostro Paese? Ritene che l'hard discount sia destinato ad aumentare le sue quote di mercato anche in Italia?

Notizia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 31

**[Un concept vincente. Intervista a Danielle Bryner, responsabile pr di Hennes & Mauritz Italia e Svizzera](#)**

Distribuzione specializzata:

- Può spiegarci quali sono i punti chiave del successo internazionale di H&M, in un mercato maturo come l'abbigliamento?
- Nel 2003 l'azienda è entrata in Italia. Può dirci se i risultati sono in linea con le vostre aspettative e se l'Italia potrà divenire un mercato importante per voi?
- In molti Paesi H&M adatta format e assortimenti in funzione delle localizzazioni; possiamo aspettarci differenti declinazioni di H&M anche in città medio-piccole del nostro Paese?

Articolo

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 29

**[Una formula che si fa in tre. Intervista a Mario Maiocchi, presidente e direttore generale di Metro Italia](#)**

Cash& Carry:

- Quali sono le principali caratteristiche dei format che Metro adotta per adattarsi a diverse configurazioni di mercato e a quali tipologie di clientela si indirizzano? Proponete anche prodotti a marchio in differenti settori merceologici, qual è il loro peso nell'assortimento complessivo, come sono posizionati in relazione alle marche nazionali?
- Oltre ai prodotti, che servizi proponete per facilitare il lavoro dei clienti professionali, che sono da tempo il cuore del vostro target?

Articolo

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 33

**[Un concetto "total beauty". Intervista ad Angelo Caglioni, presidente di Nekst \(Colours & Beauty\)](#)**

Franchising e dintorni (accessori moda):

- Quali sono i più significativi tratti della domanda e della distribuzione nel vostro settore e quali tendenze prevedete a medio termine? Quali sono i tratti peculiari del vostro format distributivo e i principali elementi di innovazione?
- Quali principali difficoltà avete incontrate per lo sviluppo internazionale? Come vi siete adeguati alle specificità dei differenti mercati?

Quali sono le principali caratteristiche che voi ricercate nei nuovi franchisee?

Articolo

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 35

**[Un mix sorprendente. Intervista a Yann Ducarouge, responsabile commerciale di Lollipops](#)**

Franchising e dintorni (accessori moda e bigiotteria):

- Quali sono i più significativi tratti della domanda e della distribuzione nel vostro settore e quali tendenze prevedete a medio termine?
- Quali sono i tratti peculiari del vostro format distributivo e i principali elementi di innovazione?
- Quali principali difficoltà avete incontrate per lo sviluppo internazionale? Come vi siete adeguati per tenere conto delle specificità dei differenti mercati?

Articolo

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 39

**[Intimo da export. Intervista all'ufficio marketing di Goldenpoint](#)**

Franchising e dintorni (calzetteria):

- Quali sono le caratteristiche peculiari del vostro format distributivo e i principali elementi di innovazione?
- La vostra impresa è presente anche all'estero, in quali Paesi? Quali sono le principali difficoltà incontrate per lo sviluppo internazionale?
- La vostra azienda si è sviluppata molto rapidamente nel nostro Paese, quali sono le principali caratteristiche ricercate nei nuovi franchisee?

Articolo

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 40

**[Fashion oltre la moda. Intervista ad Aniello Rosa, titolare di Inverso-Gruppo Maha spa](#)**

Franchising e dintorni:

- Quali sono le caratteristiche della domanda e della struttura distributiva più significative nel settore abbigliamento e quali tendenze prevedete a medio termine?
- Può descrivere sinteticamente le caratteristiche peculiari del vostro format distributivo e i principali elementi di innovazione?
- La vostra impresa è presente anche all'estero? Quali modifiche sono state apportate alla formula o all'organizzazione per tenere conto delle specificità dei differenti mercati?

Articolo

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 41

**[Le opportunità del bricolage. Intervista a Paolo Alemagna, amministratore delegato di Obi Italia](#)**

Distribuzione specializzata:

- Ritieni che l'Italia abbia recuperato il ritardo con altri Paesi nel settore del bricolage?
- Quali sono le tendenze più importanti che prevede per il nostro Paese? Come procede lo sviluppo in Italia di Obi dopo l'accordo con Coop?
- Alcune delle principali imprese del settore a livello europeo stanno diversificando le formule distributive, con l'introduzione di un format discount; anche Obi sta operando in tale direzione in Italia?

Articolo

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 43

**[L'Italia degli shopping center preme sull'acceleratore. Intervista a Rita Fiori, segretario generale Cncc \(Consiglio nazionale dei centri commerciali\)](#)**

Centri commerciali:

- Anche per il 2005, il nostro Paese appare in prima linea a livello europeo per quanto riguarda lo sviluppo. Quali sono secondo lei le ragioni di questo dinamismo italiano a fronte di trend molto più lenti in altri Paesi europei?
- Le attività dell'Associazione stanno ormai diventando un appuntamento fisso per capire lo stato del settore e le sue dinamiche, quali sono le principali manifestazioni programmate per il 2005?

Articolo

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 44

**[Largo ai developer professionali. Intervista a Gaetano Lepore, senior portfolio manager Europe di Henderson](#)**

Centri commerciali:

- L'arrivo degli investitori istituzionali in Italia è relativamente recente. Quali ragioni hanno spinto la sua società a questo ingresso?
- Spesso gli investitori istituzionali nel nostro Paese acquistano Centri già affermati, ma non s'impegnano in progetti di nuova creazione a causa delle incertezze amministrative; è così anche per la sua azienda?
- Ci può descrivere quali caratteristiche deve possedere il centro commerciale "ideale" per la sua azienda?

Articolo

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 74

[Calma piatta con qualche faro](#)

Lo stato distributivo dei Paesi dell'Europa Occidentale: Francia, Germania, Gran Bretagna, Olanda, Belgio, Spagna, Svizzera, Finlandia.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- I punti di vendita al dettaglio alimentari: 1999-2003 (numero)
- I punti di vendita al dettaglio non alimentari: 1999-2003 (numero)
- Le prime 20 imprese europee della distribuzione grocery: 2003 (numero pdv per paese e per insegna)
- Le variazioni del pil, dei consumi e dei prezzi: 2003-2005 (in % su totale)
- Polazione, pil, consumi: 2003

Articolo

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 15

**La distribuzione moderna non alimentare in Italia: Abbigliamento**

I grandi magazzini continuano a soffrire, stretti tra ipermercati, catene specializzate e factory outlet. Coin e Benetton hanno perso nel 2004 ... e ... milioni rispettivamente[...] Le catene della moda italiana, come Prada, Giorgio Armani e Versace hanno subito un rallentamento [...] Aumenta la presenza delle insegne Louis Vuitton, Brooks Brothers, Burberry e delle spagnole Zara e Mango. [...]In forte sviluppo la formula dei "factory outlet centre" [...] continua...

Notizia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 18

**La distribuzione moderna non alimentare in Italia: Bricolage/Fai da te**

Il settore del bricolage gode di eccellente vitalità. In testa vi sono le due catene del gruppo Auchan, Bricocenter e Leroy Merlin, che nel 2003 hanno totalizzato ricavi complessivi di ... milioni di euro (+...%). Nel 2004 Castorama (gruppo Kingfisher) con ... punti di vendita ha realizzato un giro d'affari di ... milioni di euro (+...%). La catena di ... punti di vendita a insegna Obi (Tengelmann) ha registrato un giro d'affari lordo di ... milioni di euro (+...%). – Fine notizia breve-

Notizia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 18

**La distribuzione moderna non alimentare in Italia: Profumerie**

Nel settore delle profumerie dominano la tedesca Douglas (ricavi 2003-2004 di ... milioni di euro, con ... dipendenti) e le francesi Marionnaud e Sephora, seguite dall'italiana Limoni con ... punti di vendita. - Fine notizia –

Notizia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 18

**La distribuzione moderna non alimentare in Italia: Arredamento**

In prima posizione c'è Mercatone Uno, con ricavi 2003 di ... milioni euro (+...%).[...]Ikea Italia dispone di ... punti di vendita con ricavi 2003 di ... milioni di euro (+...%).[...]Conforama, che controlla già Emmezeta (... milioni di euro (+...% nel 2003), ha aperto in Italia[...] Il gruppo Semeraro con vendite di...mln, attraverso ... unità di vendita. [...] L'insegna Muji (oggettistica e abbigliamento) ha aperto a Milano, e fa capo al gruppo Ryohin Keikaku (giro d'affari totale di ... mln di euro nel 2003....continua...

Notizia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 18

**La distribuzione moderna non alimentare in Italia: Articoli sportivi**

Nel segmento degli articoli sportivi, si è conclusa la vicenda Giacomelli Sport [...] Banca Profilo e gruppo Camuzzi hanno rilevato ... negozi, con ... dipendenti. Nel 2004 le vendite sono state di ... milioni di euro [...] Cisalfa Sport nel 2003 ha registrato vendite per ... milioni di euro (+...%) con ... punti di vendita[...] I ricavi italiani della francese Decathlon Sport nel 2003 sono arrivati a quasi ... milioni di euro (+...%) con ... unità di vendita...continua...

Notizia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 85

[Lo stato distributivo dei Paesi dell'Europa Occidentale](#)

I principali accadimenti nel mondo del retail, le principali imprese della distribuzione grocery e le principali imprese della distribuzione non alimentare (vendite e pdv) relative a: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Gran Bretagna, Grecia, Irlanda, Lussemburgo, Norvegia, Olanda, Portogallo, Spagna, Svezia, Svizzera.

Tabella

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 80

[Le imprese della grande distribuzione alimentare in Europa Occidentale: 2003 \(Italia esclusa\)](#)

I gruppi attivi in Europa Occidentale per Paese di attività, Vendite e Profitti e variaz. % sull'anno, n addetti e variaz. % sull'anno, vendite per addetto.

Tabella

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 82

[Le imprese della grande distribuzione non alimentare in Europa Occidentale: 2003 \(Italia esclusa\)](#)

I gruppi attivi in Europa Occidentale per Paese di attività, vendite e profitti e variaz. % sull'anno, n addetti e variaz. % sull'anno, vendite per addetto.

Tabella

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 93

[Piovono investimenti, ma il cammino è lungo: Lo stato distributivo dei Paesi dell'Europa Orientale](#)

I principali accadimenti nel mondo del retail, le principali imprese della distribuzione grocery e le principali imprese della distribuzione non alimentare (vendite e pdv) relative a: Bulgaria, Repubblica ceca, Estonia, Lettonia, Lituania, Polonia, Romania, Russia, Repubblica Slovacca, Slovenia, Turchia e Ungheria.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Evoluzione dei punti di vendita alimentari: 1999-2003 (numero) nell'Europa Orientale
- Le variazioni del pil, dei consumi e dei prezzi: 2003-2005 (in % su totale) nell'Europa Orientale
- Popolazione, pil, consumi: 2003 nell'Europa Orientale

Articolo

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 98

**Le imprese della grande distribuzione alimentare e non alimentare in Europa Orientale: 2003**

I gruppi attivi in Europa Orientale per Paese di attività, Vendite e Profitti e variaz. % sull'anno, n addetti e variaz. % sull'anno, vendite per addetto. L'evoluzione dei punti di vendita non alimentari nei Paesi dell'Europa Orientale: 1999-2003

Tabella

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 100

**Crescita continua con qualche intoppo: Lo stato distributivo di Stati Uniti e Canada**

I principali accadimenti nel mondo del retail, le principali imprese della distribuzione grocery e le principali imprese della distribuzione non alimentare (vendite e pdv) relative a: Stati Uniti e Canada

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Le imprese della GD non food negli Usa: 2003 (numero pdv per paese e per insegna)
- Le imprese della grande distribuzione grocery negli stati uniti d'america: 2003
- Le imprese estere presenti: 2003 di Stati Uniti e Canada
- Le prime 50 imprese di supermercati: 2003 di Stati Uniti e Canada
- Popolazione, Pil: 2003-2004 di Stati Uniti e Canada
- Punti di vendita al dettaglio alimentari: 1999-2003 (numero) di Stati Uniti e Canada
- Punti di vendita al dettaglio non alimentari: 1999-2003 (numero) di Stati Uniti e Canada
- Variazione pil, prezzi al consumo di Stati Uniti e Canada

Articolo

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 106

**Una lenta ripresa: Lo stato distributivo dei Paesi del Centro e Sud America**

I principali accadimenti nel mondo del retail, le principali imprese della distribuzione grocery e le principali imprese della distribuzione non alimentare (vendite e pdv) relative a: Argentina, Brasile, Cile, Colombia, Messico, Perù, Venezuela

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Le imprese europee ed extraeuropee presenti (numero pdv per Paese e per insegna)
- Le principali imprese distributive dei principali Paesi del Centro e Sud America
- Le vendite al dettaglio dei principali Paesi del Centro e Sud America
- Pdv al dettaglio non alimentari n: 1999-2003 (numero) dei principali Paesi del Centro e Sud America
- Popolazione, Pil dei principali Paesi del Centro e Sud America
- Punti di vendita al dettaglio alimentari: 1999-2003 (numero) dei principali Paesi del Centro e Sud A.
- Variazione Pil e prezzi al consumo dei principali Paesi del Centro e Sud America

Articolo

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 118

**Segnali di modernizzazione: Lo stato distributivo dei Paesi di Medio Oriente e Africa**

I principali accadimenti nel mondo del retail, le principali imprese della distribuzione grocery e le principali imprese della distribuzione non alimentare (vendite e pdv) relative a: Arabia Saudita, Egitto, Marocco, Sud Africa.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Le imprese europee ed extraeuropee in Medio Oriente e Africa (numero pdv per Paese e per insegna)
- Pdv al dettaglio alimentari: 1999-2003 (numero) dei principali Paesi di Medio Oriente e Africa
- Pdv al dettaglio non alimentari n: 1999-2003 (numero) dei principali Paesi di Medio Oriente e Africa
- Popolazione, Pil dei principali Paesi di Medio Oriente e Africa
- Variazione Pil e prezzi al consumo dei principali Paesi di Medio Oriente e Africa

Articolo

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 111

**Sviluppo a tutta forza: Lo stato distributivo dei Paesi di Asia e Oceania**

I principali accadimenti nel mondo del retail, le principali imprese della distribuzione grocery e le principali imprese della distribuzione non alimentare (vendite e pdv) relative a: Cina, Corea del Sud, Filippine, Giappone, Hong Kong, India, Indonesia, Malesia, Singapore, Taiwan, Thailandia, Vietnam, Australia, Nuova Zelanda.

**Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Pdv al dettaglio non alimentari n: 1999-2003 (numero) dei principali Paesi di Asia e Oceania
- Popolazione, Pil dei principali Paesi di Asia e Oceania
- Punti di vendita al dettaglio alimentari: 1999-2003 (numero) dei principali Paesi di Asia e Oceania
- Variazione Pil e prezzi al consumo dei principali Paesi di Asia e Oceania
- [Le imprese della grande distribuzione in Asia e Oceania: 2003](#)

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2005, n° pagina 89

**Le nuove sfide di Segafredo Zanetti**

Franchisor&Franchisee: dopo l'apertura della prima caffetteria a Parigi 20 anni fa, oggi il gruppo controlla 350 pdv, e punta a 500 entro il 2007.

Notizia

*Largo Consumo, fascicolo 6/2005, n° pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina*

#### **Crescita costante per Mail boxes**

Franchisor&Franchisee: +...% il fatturato nell'area di competenza di Mbe Italia: Italia, Spagna, Germania, Austria e Ungheria. La convenzione con Sviluppo Italia porterà a nuove aperture. Ormai il network ha raggiunto la significativa dimensione di ... punti affiliati e la recente convenzione con sviluppo Italia porterà all'apertura di altri ... centri, di cui 7 già aperti... Continua...

Notizia

*Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 91*

#### **Teddy guarda a Est**

Il 2004 si chiude nel migliore dei modi per il network italiano di pronto moda proprietario della catena Terranova

Notizia

*Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 95*

#### **La Cina sceglie un partner italiano**

Franchisor&Franchisee: Made in It, titolare del portale infofranchise.com è diventata media partner dell'Associazione cinese del franchising per introdurre le imprese del settore nel mercato cinese.

Notizia

*Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n° pagina 83*

#### **Mexx scommette sull'Italia**

Franchisor&Franchisee: Mexx, insegna di abbigliamento in franchising del gruppo Liz Claiborne (365 milioni di euro nel 2003) entrerà in Italia con tre negozi a Milano, Cagliari e Palermo.

Notizia

*Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n° pagina 83*

#### **Lino's Coffee cresce all'estero**

Franchisor&Franchisee: La catena nata a Parma da una idea di Lino Alberini punta ad espandersi in Europa dell'Est e nei Paesi Arabi con partner locali.

Notizia

*Largo Consumo, fascicolo 4/2005, n° pagina 21, lunghezza 1/2 di pagina*

#### **L'avanzata di Obi in Italia**

Con ... milioni di euro di fatturato nel 2004 contro i ... dell'anno precedente, Obi è a quota ... negozi nel nostro Paese. La strategicità del nostro Paese per questa insegna è testimoniata anche dalla...Continua...

Notizia

*Largo Consumo, fascicolo 1/2005, n° pagina 18*

#### **Locale, multicanale e sviluppo internazionale**

Globalizzazione e concorrenza: l'evoluzione della gdo nazionale e internazionale può essere letta e interpretata analizzando i fenomeni di concentrazione e revisione dei format, sviluppo dei discount e forte utilizzo della leva promozionale; processo di internazionalizzazione che stanno caratterizzando i principali Paesi europei.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- La pressione promozionale nella GDO
- Modello: lo scenario evolutivo della distribuzione italiana e internazionale

Articolo

*Largo Consumo, fascicolo 2/2004, n° pagina 69*

#### **Dodici mesi di grandi manovre**

Panorama distributivo internazionale: E' stato un anno dinamico, quasi memorabile: razionalizzazioni, concentrazioni, riconsiderazione delle strategie. Non sono mancate però clamorose cadute e altrettanto clamorosi ribaltoni.

#### **Box, Tabelle e Grafici a corredo:**

- Box: Il discount ci riprova. Il 2003 è stato l'anno che ha confermato e rafforzato questo format
- I 10 big della distribuzione internazionale e il numero dei loro punti di vendita: 2000-2002
- La top ten della distribuzione internazionale a seconda delle vendite: 2000-2002 (in .000 di euro)

#### **Citati nell'articolo:**

Ahold, Aldi, Asda, Au Marché Vrac, Auchan, B&Q Warehouse, Bernardi, Bon Appetit, Brico Depot, Bricoman, But, C&A, Carrefour, Casino, Castorama, Centrale Adriatica, Choyo, Coin, Comet, Conad, Coop, Darty, Dixon, Edeka, Famiglia Agnelli, Fiat, Giacomelli Sport, H&M, Home Depot, Hyparlo, Ica, Intermarché, Ipercoop, Italia Distribuzione, Itm, Kesa, Kingfisher, La Rinascente, Laurus, Leclerc, Leroy Merlin, Longoni Sport, Marks & Spencer, Metro, Mintel, Morrison, Norgesgruppen, Parti prix, Postalmarket, Promodès, Rewe, Safeway, Sainsbury, Schwartz, Seiyu, Superdrug, Tesco, Us Food Service, Vet Affaire, Wal-Mart, Woolworth

Articolo

*Largo Consumo, fascicolo 2/2004, n° pagina 103*

#### **Nuance all'aeroporto Pearson**

Specialista nel retail aeroportuale, il gruppo Nuance (jv paritetica Gecos-Stefanel) ha ottenuto la concessione duty free per lo scale internazionale Lester B. Pearson di Toronto. La concessione, della durata di ... anni prorogabili di altri ..., è

valevole per ... locazioni per una superficie totale di ... mila mq. Il fatturato complessivo stimato per il prossimo decennio è di ...continua...

**Citati nell'articolo:**

Gecos, Nuance, Stefanel  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2004, n° pagina 102

**Sisa si espande**

Grecia: Sisa, in partnership con un gruppo di operatori greci, ha costituito Sisa Hellas, società a capitale misto che sancisce l'ingresso della catena italiana nel mercato ellenico. La strategia del nuovo gruppo di acquisto prevede ...continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2004, n° pagina 97

**Nord Ingros entra in Despar**

Con l'ingresso di Nord Ingros (...punti di vendita, ... cash & carry e ... piattaforme logistiche) nella compagine associativa, Despar Italia completa il presidio dell'insegna sul territorio nazionale. I programmi di sviluppo prevedono l'apertura di ... unità di circa ... mq l'una. Nord Ingros ha chiuso il 2002 con ricavi per ... milioni (+...) e un'attesa per il 2003 a quota ... milioni.

**Citati nell'articolo:**

Despar, Despar Market, Eurocash, Nord Ingros  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2004, n° pagina 69

**Carrefour cresce in Piemonte e Toscana**

Carrefour apre inaugura il CC "Il Parco" di Cadenzano (FI) con una superficie pari a ... mq,m nel quale è insediato il proprio quarto Iper in Toscana, sviluppato su una superficie di ... mila mq ospitante ... esercizi. Un'altra grande superficie è stata inaugurata anche a Collegno (To) portando così a ... il numero di Iper sul territorio nazionale, nell'ambito del CC "La Certosa", collocato su un'area di ... mila mq, ospitante ... esercizi e ... attività di servizio ...Continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2004, n° pagina 70

**Sonae Immobiliaria scommette sull'Italia**

Il gruppo portoghese di progettazione, realizzazione e gestione di centri commerciali consolida la propria posizione sul mercato italiano, definendo investimenti per circa ... milioni relativamente due investimenti a Brescia e a Pavia. Nei prossimi ... anni l'azienda intende sviluppare altre ... strutture per le quali dovrebbero essere stanziati ... milioni di euro. L'azienda è controllata per il ...% da Sonae Sgps e dagli inglesi di Grosvnor...Continua...

**Citati nell'articolo:**

Espansione Commerciale, Grosvenor, Orio Center, OrioGest, Sonae Immobiliaria, Sonae Sgps  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2004, n° pagina 70

**Partner d'oltreoceano per gruppo Rinascente**

Simon Property Group, big statunitense nel settore dell'immobiliare commerciale ha siglato un accordo con la Rinascente per una joint venture nello sviluppo di gallerie commerciali per un accordo valutati ... milioni di euro che ha portato alla costituzione di Gallerie commerciali Italia nelle quali sono confluite le attività di Rinascente relative al settore. Il ...% è stato invece ceduto agli americani per una cifra pari a milioni ...Continua...

**Citati nell'articolo:**

Chiomenti, Gallerie Commerciali Italia, Grande Stevens, JP Morgan, La Rinascente, Mediobanca, Simon property  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2004, n° pagina 71

**Terranova sbarca a Narbonne**

Francia: La catena del pronto moda appartenente al gruppo Teddy ha inaugurato a Narbonne il primo punto di vendita monomarca d'oltralpe. Come sottolinea il condirettore generale del network Pierluigi Marinelli[...]. Recentemente, Terranova ha aperto nuovi esercizi a Stettino, Odessa, Madera, e Ashdod [...]. Con le ultime aperture, salgono a ... i pdv terranova nel mondo...continua...

**Citati nell'articolo:**

Marinelli Pierluigi, Orsay, Pimkie, Promod, Teddy, Terranova  
Notizia

**LA PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE DI IMPRESA:**

*Largo Consumo* 9/2005 pg 126

**[Retailp.com è l'unico servizio indipendente che fornisce informazioni sui mercati immobiliari commerciali di tutta Europa.](#)**

I nostri soci: Aareal bank, Adidas, Altarea promogerec, Apsys,Armand Thiery, Beg/Cefic, Benetton group, Camaieu, Carrefour, Claire's, Casino, Claire's, Douglas, Esprit, Fnac, Fornarina, Footlocker, Gescom Coop adriatica, Geox, Grandoptical, Groupe Zannier, Hammerson, Plc, Ikea, Immochan, Jones Lang lasalle, Nike, L'Occitane, Lvmh, Sephora, Upim, Unibail/Espace expansion, Yves Rocher...

Pubblicità – "[Tabellare](#)"

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2005, n° pagina 88

**Sisa - Strumenti e strategie per affrontare le sfide del mercato italiano e internazionale**

Le interviste: Il presidente Sergio Cassingena ci parla dei più importanti progetti di Sisa, in Italia e in Europa, in una fase congiunturale non facile per il mercato, confermando che l'internazionalizzazione è un forte obiettivo della società.  
Comunicazione d'impresa- Serie "**Le interviste**"

*Largo Consumo* 4/2005 pg 129

**Sonae Sierra - Il 2004, l'anno del consolidamento per Sonae Sierra**

Focus: Nel 2004 la società - allora ancora chiamata Sonae Immobiliaria - ha consolidato la propria posizione in Europa come società leader specialista di centri commerciali e leisure, aprendo cinque nuove strutture in Spagna e Brasile  
Comunicazione di impresa – Serie "**I Focus**"