



Documento in **versione interattiva**:
www.largoconsumo.info/102006/PL-1006-002.Pdf

FRANCHISING

Costi del Percorso di lettura:

€ 308,00 (comprensivo iva) - non abbonati

€ 233,00 (comprensivo iva) - abbonati

Costi dei singoli titoli:

<http://www.largoconsumo.info/Largoconsumo/fixed/largoconsumo/pagine/diffusione.asp#Costi>

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo 10/2006 e supplementi

Rif: PL-1006-012

RIFERIMENTI:

Il sommario di tutti i Percorsi di lettura di Largo Consumo
è **scaricabile** all'indirizzo WWW.LARGOCONSUMO.INFO/PERCORSI

LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA

E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

Largo Consumo

Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo

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

Pianeta Distribuzione

Rapporto annuale sul grande dettaglio internazionale

Un'analisi ragionata delle **politiche** e delle strategie di sviluppo dei **grandi gruppi distributivi internazionali**, food e non food e di come competono con la **distribuzione locale** a livello di singolo Paese. **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.

Mercato Italia Tessile-Abbigliamento-Calzature

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

**OSSERVATORIO
D'IMPRESA:**

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

I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 95, lunghezza 4 pagine

Franchising: a che punto siamo?

Consuntivi: nel 2005 l'Italia ha superato la Germania, attestandosi leader in Europa con oltre .. punti vendita affiliati, cresciuti in un anno del ..%. Il comparto in Italia conta .. addetti. Tra .. insegne censite da Assofranchising i settori più rappresentativi sono: +..% nell'abbigliamento e +..% nel creditizio-immobiliare; la distribuzione organizzata con .. insegne conta più di .. punti vendita, e vale il +..% del fatturato totale. L'affiliazione commerciale si sviluppa nei Paesi asiatici.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Box: arriverci in fiera
- I numeri del franchising: 2005 (in % e in unità)
- Il franchising in varie nazioni europee: 2004-2005 (in unità e in miliardi di euro)

Citati:

Assofranchising, Athletes World, Autogrill, Barbieri Massimo, Bata, Bata city, Bata factory store, Bata superstore, Bimbus, Blockbuster, Bnl, Brums, Calliope, Calliope-Kids, Canino Giorgio, Carrefour, Castiglioni Paolo, Cii, Compar spa, Confimprese, Corti Massimo, Dipedi, Edicolé, Euronics, Expo Cts, F.lli Fontana Casanova, Fif (Federazione italiana franchising), Franchising&Trade, Fuser Giorgio, Game Rush, Gavazza, Get, Ghidelli Maurizio, Gs, H&M, Kasanova, Kipoint, Mail Boxes, Marinelli Pierluigi, McDonald's, Mondadori franchising, Penati Paolo, Pirelli RE franchising, Preca Brummel, Rai Trade, Salmoiraghi&Viganò, Schinaia Pasquale, Shop Project, Sonata Albino, Sviluppo Italia, Teddy, Terranova, Unicredit, Vettore Bruno, Vistasi, Zara

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/3 di pagina

Gli obiettivi di Alcott

Franchisor & Franchisee: L'ingresso nel mercato tedesco rappresenta un ulteriore passo del percorso di internazionalizzazione intrapreso dall'azienda del gruppo Capri. Il brand partenopeo di abbigliamento per tutta la famiglia ha avviato un piano di espansione che interesserà, nel prossimo biennio, il mercato nazionale ed estero, in particolare il Medio Oriente.

Citati:

Alcott, Capri
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/3 di pagina

Fill-up a ritmo costante

Franchisor & Franchisee: Il progetto franchising di Fill-Up procede a ritmo costante, grazie alla duplice specializzazione dell'azienda attiva nel settore della rigenerazione e ricarica di cartucce per stampanti e, contemporaneamente, produttrice di macchinari tecnologicamente all'avanguardia. Dal dicembre 2005 a oggi il numero dei punti di vendita affiliati è passato da ... a ...; l'obiettivo è di raggiungere la soglia delle ... aperture in Italia e avviare l'espansione all'estero.

Citati:

Fill-Up
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/3 di pagina

Naracamicie cresce a Milano

Franchisor & Franchisee: Salgono a ... i punti di vendita in franchising dell'insegna, ... dei quali operativi in Italia e la quota residua nel resto del mondo. Il nuovo opening dà impulso alla strategia di espansione dell'insegna.

Citati:

NaraCamicie
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/3 di pagina

Fila investe nel retail

Franchisor & Franchisee: Il negozio inaugurato recentemente nel centro commerciale di Limbiate, nei pressi di Milano, è il terzo aperto dall'insegna nel corso degli ultimi mesi, preceduti dagli opening di San Marino e Fiorenzuola d'Adda (Pc). Dotato di una superficie di 100 mq, il nuovo Fila store propone, oltre alle usuali collezioni di abbigliamento sportivo, il cosiddetto modello "Fila adatto".

Citati:

Fila
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/3 di pagina

Proposte editoriali sullo stesso argomento:



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



Titolo INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL RETAIL - Percorso di lettura
Codice [PL-0306-018.pdf](#)
Edizione 03/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo RISTORAZIONE COMMERCIALE
- Percorso di lettura
Codice [PL-0606-017.pdf](#)
Edizione 01/2006
Editore Editoriale Largo Consumo

Il comparto si consolida

Franchisor & Franchisee: Il 2005 si conclude con un ulteriore aumento del ...% del giro d'affari, pari a oltre ... miliardi di euro, dei franchisor (... , +...%), dei franchisee (... , +...%) e del personale occupato (... , +...%).

Citati:

Assofranchising, Quadrante
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 69, lunghezza 2 pagine

I passi in avanti delle catene

Se nel mondo delle scarpe il grosso della canalizzazione appartiene ancora agli indipendenti, le insegne organizzate progrediscono. Ma quale velocità procede il loro cammino? I punti di vendita che propongono calzature e pelletteria sono, a fine 2004, ... nella sola categoria delle "attività principali. Mentre il ...% dei punti di vendita censiti dal Map appartiene a catene e a altre forme organizzative.

Citati:

Anci, Athletes world, Bata, Bata city, Bata factory store, Bata superstore, Cinti, Compar, ComparBata, Family shop, Filando store, Filanto, Filograna, Filograna Antonio, Map (Ministero delle attività produttive), Mega shop, Pittarello, Reno, Sandy lane, Scarpe&Scarpe, Shop, Tosca Ilaria, Wto
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 70, lunghezza 2,3 pagine

La competitività va in rete

L'affiliazione ha grandi elementi strategici per conquistare il mercato: dal know-how, alla ricerca. Oggi più che mai questa formula commerciale deve essere attentamente studiata a priori. La vera forza del franchising è nel filo invisibile che lega franchisor e franchisee e gli stessi clienti, forza che solo parzialmente è attribuibile al brand, ma molto di più alla coerenza dell'offerta commerciale e al mantenimento delle promesse relative al prodotto/servizio.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Il modello input-output di riferimento
- Una case-history del settore alimentare

Citati:

Conad, Còndina & Associati, Coop, Illy, Sainbury's
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

Trudi investe nel retail

Franchisor & Franchisee: dopo il successo del primo monomarca inaugurato nell'aeroporto di Orio al Serio (Bg) la società friulana, leader nel settore dei peluche di alta gamma, ha acquisito in blocco .. negozi di altri marchi in franchising e si appresta ad inaugurare .. punti di vendita entro il 2008, di cui .. nell'anno in corso.

Citati:

Allison, Bain & Co.Italia, Binda, Elisabetriali, Gabel, Paladin Capital Partners, Trudi
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

Missis attenta agli affiliati

Franchisor & Franchisee: il settore di competenza è quello della pelletteria, in particolare calzature, borse e accessori rigorosamente di tendenza. Missis, il marchio della società Toni2, si rivolge alle giovani donne con collezioni pronto moda che abbinano la qualità alla competitività dei prezzi.

Citati:

Missis, Toni2
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

Gli obiettivi di Kipoint

Franchisor & Franchisee: è particolarmente ambizioso il progetto lanciato da Sda Express courier. La società del gruppo Poste Italiane intende infatti aprire .. negozi in franchising con insegna Kipoint, specializzata nella fornitura di servizi alle spedizioni, fotocopisteria, domiciliazione postale e nella rivendita di polizze assicurative, articoli di telefonia, cancelleria e cartoleria.

Citati:

Poste Italiane, Sda Express courier
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

Mail Boxex etc. cresce in Puglia



Titolo ABBIGLIAMENTO GIOVANE E PRONTO MODA
- Percorso di lettura
Codice [PL-0906-016.pdf](#)
Edizione 09/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo ABBIGLIAMENTO INTIMO
- Percorso di lettura
Codice [PL-1006-002.pdf](#)
Edizione 01/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo ABBIGLIAMENTO JUNIOR
- Percorso di lettura
Codice [PL-0905-022.pdf](#)
Edizione 09/2005
Editore Editoriale Largo Consumo

Franchisor & Franchisee: con i nuovi centri di Bari e Capurso (Ba), la principale rete italiana specializzata nel settore dei servizi postali, di comunicazione e di supporto alle attività di aziende e privati rafforza la sua presenza. I nuovi negozi presentano le caratteristiche tipiche della formula franchising di Mbe.

Citati:

Mail boxes etc.
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

Brico io più forte in Veneto

Franchisor & Franchisee: Marketing Trend, la catena di Coop Lombardia attiva nel settore del bricolage con l'insegna Brico Io, ha inaugurato un nuovo punto di vendita affiliato a Rubano, il secondo nella provincia di Padova e l'ottavo nella regione Veneto. La nuova unità si presenta con una superficie di .. mq e un assortimento di oltre .. referenze.

Citati:

Brico Io, Marketing Trend
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 169, lunghezza 1/5 di pagina

New entry nel direttivo di Assofranchising

Il Consiglio direttivo di Assofranchising accoglie tre nuovi rappresentanti: Massimo Barbieri (responsabile franchising Italia di McDonald's development Italy), Filippo Cartareggia (amministratore delegato di Gabetti property solution agency spa), Fabio Guglielmi (amministratore delegato di Rexfin spa).

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 182, lunghezza 1/5 di pagina

Calzedonia-Intimo 3

Operazioni di concentrazione: l'operazione consiste nell'acquisto da parte di Calzedonia dell'intero capitale di Intimo 3. L'operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione. L'autorità delibera.....

Citati:

Calzedonia, Intimo3
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 81, lunghezza 1 pagina

Agenzie viaggi nella rete

Il comparto turistico conta oggi ...brand in franchising. Le reti presenti nel comparto dichiarano un investimento medio iniziale di ...euro, con un diritto di entrata (entry fee) medio di ...euro; il fatturato annuo dichiarato dalle reti ha valore medio di ...euro.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Franchising e turismo \(numero marchi, investimento, fatturato...\)](#)

Citati:

Assofranchising, Corso Como 10, Viaggi del Ventaglio
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 87, lunghezza 1/5 di pagina

Un sostegno da Confimprese e BNL

Franchisor & Franchisee: L'accordo siglato da Confimprese del lavoro consentirà di finanziare, fino all'...% dell'investimento, l'avvio di nuove attività commerciali o lo sviluppo di quelle esistenti.

Citati:

BNL (Banca Nazionale del Lavoro), Confimprese
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 87, lunghezza 1/5 di pagina

Bimbus rafforza la rete

Franchisor & Franchisee: Il marchio di Preca Brummel, il gruppo specializzato nell'abbigliamento infantile, ha inaugurato il suo ...negozio in franchising. Il network, composto attualmente da ...negozi, sarà rafforzato da altre ...unità il cui network, composto attualmente da ...negozi, sarà rafforzato da altre ...unità.

Citati:

Bimbus, Preca Brummel
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 87, lunghezza 1/5 di pagina

Puntelegno presenta Bricosmall



Titolo Il manuale del franchising. La disciplina normativa, la giurisprudenza, i modelli contrattuali. Con CD-ROM
Autori Pierpaolo Iannozzi; Valerio Pandolfini; Enzo M. Tripodi
Editore Giuffrè
Pagine 1085
Anno 2005
Prezzo € 80,00



Titolo Franchising e impresa sociale
Curatore F. De Toma
Editore Franco Angeli
Pagine 176
Anno 2005
Prezzo € 19,00



Titolo Il contratto di franchising
Autore Anna Dessi
Editore Cedam
Pagine 218
Anno 2006
Prezzo € 20,00

Franchisor & Franchisee: Il consorzio italiano del bricolage ha lanciato il progetto BricoSmall, una nuova formula creata per sviluppare la rete con superfici comprese fra i ... e i ...metri quadrati. Puntolegno riunisce punti di vendita indipendenti.

Citati:

Brico Group, Bricoalliance, Bricosmall, Consorzio Italiano del Bricolage, Puntolegno
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n°pagina 87, lunghezza 1/5 di pagina

Bottega Verde cerca il raddoppio

Franchisor & Franchisee: I ...i punti di vendita monomarca, di cui ...in franchising, rappresentano il punto di partenza del piano di ampliamento della rete commerciale lanciato dall'azienda, destinato a raggiungere le ...unità su tutto il territorio nazionale.

Citati:

Bottega Verde
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n°pagina 87, lunghezza 1/5 di pagina

Salmoiraghi & Viganò in salita

Franchisor & Franchisee: Negli ultimi ...mesi la rete di affiliati dell'insegna si è arricchita di ...nuove unità, raggiungendo così i ...punti di vendita e un fatturato di ...milioni di euro, pari a oltre il ...% del giro d'affari aziendale.

Citati:

Salmoiraghi e Viganò, Salmoiraghi e Viganò: 53 V, Salmoiraghi e Viganò: Eklè, Salmoiraghi e Viganò: Ixplit, Sviluppo Italia, Unicredit
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n°pagina 144, lunghezza 2 pagine

Franchising: istruzioni per l'uso

Alcuni consigli pratici a chi intende sottoscrivere un contratto di affiliazione. Il titolare del marchio deve assicurare tutto l'appoggio necessario allo sviluppo di una sana attività di carattere imprenditoriale. L'adesione al sistema di franchising permette all'affiliato di usufruire della competenza e dell'esperienza del franchisor, che metterà a disposizione dell'affiliato tutto il suo patrimonio di conoscenze tecniche e commerciali relative alla gestione del punto di vendita.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Gli elementi da valutare da parte dell'affiliato](#)
- [I vantaggi del franchising per l'affiliato](#)

Articolo

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n°pagina 6, lunghezza 1 pagina

I canali distributivi dell'abbigliamento

Nelle filiere della moda il dettaglio tradizionale cede terreno. Continua lo sviluppo delle catene di punti vendita diretti o in franchising. Anche la grande distribuzione organizzata continua a guadagnare quote. Il canale dei grandi magazzini non gode buona salute, mentre gli ambulanti perdono leggermente terreno con una quota scesa al ...%.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I consumi di abbigliamento e calzature in Italia: 1998-2004 (in mln di euro costanti 2000)
- Indice dei prezzi al consumo: 1980-2004

Citati:

Burberry, Calzedonia, Coin, Ermenegildo Zegna, Ferragamo, Geox, Giorgio Armani, H&M, Inditex, Intimissimo, Intimo3, Louis Vuitton, Mango, Miroglio, Oviessè, Ralph Lauren, Rinascente, Tezenis, Upim
Articolo

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n°pagina 9, lunghezza 1/10 di pagina

I principali gruppi statunitensi: Levi's Strauss e Jones Apparel

Per Levi's Strauss dopo otto anni di declino, le vendite nette del 2005 sono aumentate dell'...% a ...miliardi di dollari (zero incremento a cambi costanti). Jones Apparel, forte di numerosi marchi, nel 2005 ha fatturato ...miliardi di dollari (+...%), In marzo di quest'anno l'azienda ha annunciato l'intenzione di cedere tutte o parte delle proprie attività.

Citati:

Jones Apparel, Levi's Strauss
Notizia

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n°pagina 11, lunghezza 1/10 di pagina

I principali gruppi statunitensi: Timberland

Timberland ha rallentato il suo sviluppo. Nel 2005 le vendite sono state di ...miliardi dollari (+...%), di cui ...milioni negli Stati Uniti (-...%) e ...milioni all'estero (+...%). Le vendite attraverso la rete di negozi monomarca sono state di ...milioni (...punti di vendita negli Stati Uniti, ...in Europa e ...in Asia).

Citati:

Timberland
Notizia

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n°pagina 12, lunghezza 1/10 di pagina

I principali gruppi europei: Mango

Per Mango nel 2005 il giro d'affari del dettaglio diretto più l'ingrosso agli affiliati è aumentato a ...milioni di euro (+...%), opera con ...punti di vendita in ...Paesi. Per il 2006 è previsto un ulteriore incremento delle vendite a ...milioni (+...%).

Citati:

Mango
Notizia

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n°pagina 12, lunghezza 1/10 di pagina

I principali gruppi europei: Inditex

Inditex continua la sua corsa, grazie all'ampliamento della rete di vendita e alla velocità di rinnovare in continuazione la sua offerta. Nel 2005 il giro d'affari è raddoppiato rispetto a quello del 2001 arrivando a ...miliardi di euro (+...% rispetto al 2004, a pari perimetro +...%). La rete di vendita è arrivata a ...unità in 60 Paesi, con otto insegne, a fronte dei 1.280 negozi del 2001.

Citati:

Inditex, Zara
Notizia

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n°pagina 12, lunghezza 1/10 di pagina

I principali gruppi europei: Escada

Il giro d'affari del gruppo tedesco Escada è stato di ...milioni di euro (+...%), con utili netti di ...milioni. Opera attraverso ...punti di vendita diretti e ...affiliati in ...Paesi del mondo.

Citati:

Escada
Notizia

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n°pagina 14, lunghezza 1/10 di pagina

I principali gruppi italiani: Miroglio

Il gruppo Miroglio nel 2005 ha aumentato il giro d'affari consolidato a ...milioni di euro (+...%), di cui il ...% in Italia. La divisione tessuti (...% delle vendite totali) ha diminuito i ricavi del ...%.

Citati:

Miroglio
Notizia

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 7/2006, n°pagina 16, lunghezza 1/10 di pagina

I principali gruppi del settore vestiario esterno donna: Teddy

Nel 2005 Teddy ha aumentato le vendite a ...milioni di euro (+...%), grazie anche allo sviluppo della rete di punti di vendita a insegna Terranova, arrivati a ...unità in ...Paesi. Liolà con un giro d'affari di ...milioni di euro, opera attraverso ...negozi monomarca di cui ...diretti.

Citati:

Liolà, Teddy, Terranova
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n°pagina 10, lunghezza 1/2 pagina

Miroglio scommette sul retail

Miroglio sta spingendo sull'abbigliamento. Se la prima divisione rappresenta il ...% del fatturato complessivo, il fashion retail Vestebene vanta una rete di ... punti di vendita, destinata a crescere di circa ... unità nel prossimo triennio. Il gruppo ha avviato un piano di rafforzamento dell'espansione, concretizzatosi recentemente con la firma della terza joint venture in Cina del valore di ... milioni di euro.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Alcune cifre chiave di Gruppo Miroglio: 2005](#)

Citati:

Caractère, C'est Comme Ca, Elegant Prosper, Elena mirò, Inditex, Miroglio, Miroglio Carlo, Miroglio Franco, Miroglio Giuseppe, Motivi, Oltre, Sym, Vestebene
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 42, lunghezza 2,3 pagine

Catene più robuste per l'abbigliamento

La lettura di questo articolo, scaricabile liberamente, vi è offerta da Reno

Si può notare come i punti di vendita siano complessivamente in calo del ...% nel 2004 rispetto all'anno precedente. Un altro dato di notevole interesse che fornisce il Ministero è che nel periodo 2003-2004 sono stati soprattutto gli esercizi "sede" ad avere registrato un calo significativo, pari al ...%, mentre i punti di vendita "unità locale" sono al contrario aumentati del ...%. Il Map censisce... tra le gss, nel settore tessile/abbigliamento e pellicceria.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Box: Bernardi guarda ad Est

Citati:

Balestra Aurelio, Bear, Bellini Pier Giorgio, Belmonte, Bernardi, Berska, Camiceria Montegrappa, Cannella, Catherine Klee, Clayton, Costa Andrea, DeN, Di Tommaso Riccardo, Forpen, Gb Sportelli, GoKids, H&M, Ids, Inditex, Inverso, Le Barche, Malcom, Massimo Dutti, Ministero delle Attività produttive, Motivi, Postalmarket, Pull and Bear, Reno, Sirmoney, Sugar Club, Tank, Tosca Ilaria, Vestebene-Miroglio, Wings, WR Consulting, Zara, Zuiki
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 56, lunghezza 1/4 di di pagina

Emilia Romagna allo sportello

Franchisor & Franchisee: n collaborazione con Assofranchising, "Sportello franchising" offre assistenza e consulenza nell'avvio e nella gestione dei punti di vendita affiliati. In Emilia-Romagna opera infatti l'...% dei franchisor italiani, dato che posiziona la regione al terzo posto in Italia, alle spalle di Lombardia e Lazio.

Citati:

Ascom, Assofranchising, Confcommercio
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 57, lunghezza 1/4 di di pagina

McDonald's lancia il tfm

Franchisor & Franchisee: I Il big del fast food e Pramerica life, la compagnia Ramo vita del gruppo statunitense Prudential financial inc, hanno sviluppato una soluzione assicurativo-previdenziale per i franchisee. La soluzione si basa sul tfm (trattamento di fine mandato).

Citati:

Barbieri Massimo, Giuliana Massimo, McDonald's Italia, Pranamerica life, Prudential financial inc.
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 58, lunghezza 1/4 di di pagina

La formula di Naturasi

Franchisor & Franchisee: La catena specializzata nella distribuzione di prodotti biologici ha inaugurato a Palermo il primo punto di vendita del Meridione A oggi la rete franchising di Naturasi conta ... punti di vendita.

Citati:

Naturasi, Sviluppo Italia
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 59, lunghezza 1/4 di di pagina

Mail Boxes Etc. e le sue regole

Franchisor & Franchisee: Il più grande network italiano specializzato nei servizi postali di comunicazione e di supporto alle attività di aziende e privati ha aperto a Milano il suo ...° negozio, portando a ... il numero dei centri sul territorio nazionale.

Citati:

Fiorelli Graziano, Mbe (Mail boxes etc.), Mbe Italia
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 6/2006, n° pagina 91, lunghezza 1/5 di pagina

Il franchising è su Monster.it

Monster.it, leader nel recruiting on-line (oltre ... milioni di pagine viste al mese, più di ... milioni di visite mensili, ... utenti registrati e ...curricula) lancia un nuovo canale interamente dedicato alle offerte di lavoro nel mondo del franchising.

Citati:

BeTheBoss Italia, Monster.it

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 79, lunghezza 2 pagine

Notizie dalla rete

L'aspirante affiliato trova oggi nel web un formidabile alleato per raccogliere spunti molto utili a intraprendere la propria nuova attività: punto di partenza, i portali dedicati, ma anche ai siti delle Camere di commercio, delle aziende per la formazione delle imprese, delle strutture di consulenza. Vince la struttura che offre un'informazione a "griglia" con tutti i dati essenziali cioè un'informazione comparabile, interattiva, che sappia adeguarsi ai tempi della Rete.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I siti dedicati al franchising
- La ricerca circolare delle informazioni nella Rete

Citati:

Assofranchising, Còndina & Associati, Confcommercio, McDonald's
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 85, lunghezza 0,5 di di pagina

Sisa più internazionale

Sisa ha comunicato il nuovo accordo di cooperazione tra Ei.Et.A e la centrale di acquisto greca Mesis, partner di Sisa Hellas. Attualmente Mesis conta ... punti di vendita diretti e ... affiliati, per un fatturato complessivo di ... milioni di euro; il nuovo partner, Ei.Et.A annovera ... esercizi commerciali e sviluppa un giro d'affari di ... milioni di euro.

Citati:

Ei.Et.A, Fida-Confcommercio, Mesis, Preto Danilo, Sisa, Sisa Hellas
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 86, lunghezza 0,6 di di pagina

Prontospesa Crai approda a Roma

Nato nel punto di vendita Nato torinese Futura, appartenente all'impresa associata Codè, il servizio di spesa on-line di Crai sbarca a Roma grazie a un accordo di affiliazione commerciale siglato con La Capitale Crai centro. Il progetto è stato adottato da ... dei ... punti di vendita La capitale.

Citati:

Codè, Crai, Futura, La Capitale Crai centro, Prontospesa
Notizia

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

Levi Strauss sbarca a Torino

Franchisor & Franchisee: Il leader mondiale del jeanswear ha scelto il capoluogo piemontese per lanciare il progetto franchising multimarca, da tempo oggetto della politica espansiva del marchio.

Citati:

Cappelletti Luca, Levi Strauss, Levi Strauss Italia, Levi's
Notizia

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

Le strategie di Keys

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

Citati:

Keys, Miber Group
Notizia

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

La scommessa di Brico Io

Franchisor & Franchisee: Marketing Trend, società del gruppo Coop Lombardia depositaria del marchio Brico Io, ha avviato un piano di sviluppo della rete in franchising, attualmente formata da ... punti di vendita affiliati e ... a gestione diretta.

Notizia

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

Alla conquista della Sicilia

Franchisor & Franchisee: Record di presenze alla nona edizione del Salone del franchising e del commercio innovativo, svoltosi a Catania a conferma dell'elevato potenziale offerto dal mercato siciliano Gli investimenti effettuati da ... catene (circa

il ...% dei franchisor rilevati in Italia) ha portato a... il numero delle unità affiliate e a un fatturato di ... miliardi di euro.

Citati:

Crai, Ecopoint, Pentapolis, Premio Consumabile, Salone del franchising e del commercio innovativo
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 85, lunghezza 3 pagine

Punti di vendita come prodotti

Uno degli aspetti poco discussi relativamente alle reti in partnership è quello relativo alla qualità dei partner franchisee e al turnover della rete. In realtà i partner franchisee vengono allontanati dalla rete dalla stessa casa-madre per ragioni principalmente riconducibili alla scarsa integrazione nel sistema organizzativo della rete – dalla mancata collaborazione con gli altri franchisee della catena allo scarso rispetto delle procedure, fino al parziale rifiuto delle regole della rete.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Il processo collaborativo integrato](#)
- [Il retail integrato come leva di competitività](#)
- [L'evoluzione organizzativa delle reti distributive](#)

Citati:

Ambrosetti, As You wish, Camper, Còndina & Associati, Home Depot, Inditex, Li-Ning, Mango, Muji, Urban Outfitters, Wal-Mart, Zara
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

Domea, progetto in ascesa

Franchisor & Franchisee: Con la recente apertura dei punti di vendita di Catania, Agrigento, Lampedusa, Catanzaro e Campobasso salgono a ... gli affiliati Domea, l'insegna lanciata dalla società Sidea di Voghera, specializzata in arredamento e oggettistica per la casa.

Citati:

Domea, Sidea
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

Le opportunità di Cannella

Franchisor & Franchisee: L'offerta è tarata sulle esigenze specifiche della clientela femminile di taglia cosiddetta comoda, cioè caratterizzata da una particolare vestibilità unita allo stile e alla raffinatezza. La formula franchising messa a punto dall'azienda, sul mercato nazionale con una rete di ... punti di vendita diretti e... in affiliazione.

Citati:

Cannella
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

Pixel scommette sui bambini

Franchisor & Franchisee: Il franchising Pixel gravita nel mondo dell'abbigliamento per il bambino da ... a ... anni, la cui offerta, composta da tre linee total look Baby, Kid e Junior, è focalizzata sul contenuto stilistico e sulla competitività del prezzo.

Citati:

Pixel, Pixel linea Baby, Pixel linea Junior, Pixel linea Kid, Tss (Total selling systems)
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

Alla conquista della Cina

Franchisor & Franchisee: Approdata in tempi recenti sul mercato cinese, la formula dell'affiliazione commerciale sta registrando una crescita del ...% annuo. I dati relativi all'inizio del 2006 parlano di catene e di una rete di punti di vendita. Il franchising cinese è ancora sostanzialmente immaturo, come dimostra la scarsa consistenza dei network (la media è di ... unità affiliate per ogni catena).

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

Clichè si afferma negli accessori

Franchisor & Franchisee: Il marchio si sta progressivamente affermando nel variegato settore dell'accessorio moda, grazie a una proposta merceologica che abbraccia una pluralità di categorie, cioè bigiotteria, articoli per capelli, make-up, orologi e occhiali da sole ecc. Sono ... i punti di vendita sul territorio nazionale, di cui ... a gestione diretta.

Citati:

Clichè, Ferrante Raffaele
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 28, lunghezza 1/2 pagina

Original Marines: pronto allo sbarco un piano di investimenti

Il 2005, si è concluso con un fatturato di oltre ... milioni di euro e un risultato ante imposte di milioni, in progresso, rispettivamente, del ... e del ...% rispetto al 2004. I ... punti di vendita (...dei quali in franchising) attualmente operativi sul territorio nazionale saliranno a ... entro il 2008. Ha come principali target di riferimento neonati, bambini e ragazzi, dai quali deriva ... % del giro d'affari totale. partnership commerciali con Warner Bros e Wwe (World wrestling entertainment.)

Citati:

Imap export, Looney Tunes, Original Marines, Warner Bros, World wrestling entertainment (Wwe)

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 91, lunghezza 1 Pagina

I driver dell'internazionalizzazione

Franchising: il franchising italiano all'estero conta ... player e ... negozi. Gli stranieri da noi sono il...%. Per cui l'ostacolo è culturale. Secondo i dati emersi dalla ricerca realizzata da Eff in ... Paesi europei, il mercato dell'affiliazione coinvolge attualmente ... imprese franchisor e circa ... punti di vendita, per un fatturato complessivo di ... miliardi di euro. Negli ultimi 7 anni...

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [Il franchising nei principali Paesi europei: 2005](#)

Citati:

Assofranchising, Eff, European franchising federation, Fiorelli Graziano, Hopra Carol, World franchising council

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 96, lunghezza 1 Pagina

Le prospettive dopo la legge

Franchising: la legge che regola il comparto, la 129/2004, è stata pubblicata il 24 maggio 2004 ed è entrata in vigore il giorno successivo. Regola le due diverse fasi del rapporto franchisee-franchisor: quella di conoscenza e di valutazione della proposta di business. La nuova legge più severa produrrà una selezione naturale. Maggiori certezze attireranno nuovi franchisor.

Box, Tabelle e Grafici a corredo

- [Franchising: la normativa in Europa](#)

Citati:

Assofranchising, Còndina & Associati

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 98, lunghezza 2 Pagine

Spagnoli alla conquista

Distribuzione: dal Paese iberico arrivano alcune delle più interessanti formule di distribuzione specializzata. I nomi di punta sono quelli di Zara e Mango... Ma c'è di più. In Spagna il franchising rappresenta oltre il ...% del commercio al dettaglio, con un fatturato nel 2004 che sfioramilioni di euro. Ci sono catene, franchisor e attualmente gli affiliati sono passati a fine 2004 ai

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [Il franchising spagnolo: 1998-2004 \(in milioni di euro e in unità\)](#)

Citati:

Asociación española de franquiciadores, Associazione spagnola del franchising, Bershka, Camper, Fiera di Vigo, Fluxà Antonio, Inditex, Kiddy's Class, Mango, Massimo Dutti, Oysho, Pull and Bear, Sif&Co, Stardivarius, Zara, Zara Home

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

Naturhouse alla conquista dell'Italia

Franchisor & Franchisee: già presente in Europa e in America con oltre ... centri, la catena spagnola di prodotti dietetici è arrivata anche nel nostro Paese, dove conta di replicare i risultati ottenuti all'estero. Dopo l'apertura del negozio pilota di Bologna e le successive inaugurazioni a Padova e Modena, la società è intenzionata a proseguire l'espansione, per raggiungere i ... punti di vendita entro il 2010.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

Il progetto Tucano

Franchisor & Franchisee: Tucano si distingue per la sua accessibilità ad ampie fasce di potenziali affiliati, in funzione della loro capacità di investimento e dello spazio

disponibile. L'azienda offre infatti la possibilità di scegliere fra tre diverse formule commerciali, classica, beauty-agency e bottega delle occasioni, opportunamente strutturare per la vendita di mobili e arredi per la casa, oggettistica e prodotti di artigianato etnico.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

Maxi Zoo approda in Italia

Franchisor & Franchisee: la società tedesca Fressnapf Tiernahrungs, cui fa capo la più grande catena europea nel settore degli alimenti e degli articoli per animali domestici con ... partner di franchising e oltre ... negozi, espanderà la propria rete commerciale in Italia con il marchio Maxi Zoo. L'apertura del punto di vendita di Treviso è la prima di un nutrito programma di sviluppo, destinato a coprire l'intero territorio nazionale con ... unità di proprietà e in franchising.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

Euroshop: tutto a 1 euro

Franchisor & Franchisee: vasta offerta di prodotti venduti al prezzo unico di 1 euro. Obiettivo: rendere lo shopping piacevole e vantaggioso; consentire al consumatore di concentrarsi sulla scelta degli oggetti da acquistare senza preoccuparsi del loro costo. Lanciato nel 2001, ha superato il traguardo dei ... negozi. Nuova sede gestionale a Peschiera del Garda (Vr), alla quale si affiancherà il nuovo magazzino automatizzato di ... mq a Castelminio di Resena (Tv).

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

Il remodeling giova a Bricocenter

Franchisor & Franchisee: Bricocenter chiude il 2005 con un giro d'affari di circa ... milioni di euro. Il network degli affiliati è passato da ...agli attuali ... punti di vendita. Particolarmente brillanti le performance realizzate dal cluster di franchisee Bricocenter che hanno partecipato al piano rilancio attraverso l'intervento di "remodeling". Nel corso del 2005 i primi dieci negozi aderenti all'iniziativa hanno registrato un aumento medio delle vendite...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n°pagina 83, lunghezza 1/5 di pagina

Maggiore punta alla crescita

Franchisor & Franchisee: Attraverso "Maggiore Rent", società attiva nel settore dei servizi di noleggio di vetture e furgoni a breve e medio termine, gruppo Maggiore ha avviato un programma triennale di sviluppo per portare la propria rete dalle attuali ... a ... agenzie entro il 2008.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n°pagina 83, lunghezza 1/5 di pagina

Green Sun: cartucce e business

Franchisor & Franchisee: Presente sul mercato dal 1990, l'azienda si inserisce nel segmento innovativo della rigenerazione di cartucce per stampanti laser ink-jet. Nel 1999 lancia un progetto di sviluppo in franchising basato sulla completezza di servizi e prodotti nell'ambito di un settore di nicchia, destinato a diventare un vero e proprio mercato.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n°pagina 83, lunghezza 1/5 di pagina

Il Caffé di Roma

Franchisor & Franchisee: L'ingresso di Lavazza nel settore del retailing risale al 1999, con l'acquisizione del marchio Il Caffé di Roma, la catena di coffee shop in franchising costituita in Spagna nel 1994. Attualmente il network conta ... locali, operativi soprattutto in Spagna (...) e Portogallo (...). L'insegna approda in Italia nel 2003 con un'unità pilota a Torino....

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n°pagina 83, lunghezza 1/5 di pagina

Carpisa si presenta

Franchisor & Franchisee: Di proprietà della società Kuvera, il marchio Carpisa firma un'ampia gamma di borse, valige e accessori moda, creata da un team di giovani stilisti fortemente orientati al lancio di nuove tendenze. Oltre alle ... strutture gestite direttamente, la catena conta ... negozi affiliati, situati prevalentemente nei centri commerciali. La superficie minima....

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 83, lunghezza 1/5 di pagina

Eco House: l'ambiente in catena

Franchisor & Franchisee: È la prima catena di arredamento ecologico in franchising, Eco House è composta da mobili e complementi di arredo realizzati con materiali naturali, senza l'utilizzo di componenti chimici, nel pieno rispetto dell'eco-compatibilità.

Notizia

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

L'espansione di Ambrosio Group

I fratelli campani Ciro e Pasquale Ambrosio (titolari di Ambrosio Group, la holding che produce e commercializza i marchi Extyn, Bloom e Georgia & Johns) si apprestano a conquistare il mercato del pronto moda femminile con un piano di investimenti da ... milioni di euro per l'apertura di ... punti di vendita diretti e ... affiliati...continua..

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 77, lunghezza 2 Pagine

Soluzioni da passeggio

Ristorazione: il prodotto alimentare "da strada" sarà la sfida del futuro, a patto che rispetti la tradizione e la qualità. Buone le opportunità di vendita in franchising. Intorno a questo nuovo sistema di fast and street food sono stati studiati diversi format di locale. Lo street style è la frontiera dei prossimi anni. Le esperienze di Firenze, Bologna e Palermo.

Box, Tabelle e Grafici a corredo

- [I fattori critici di successo per la ristorazione da passeggio](#)

- [Un nuovo modello di consumo: la "ristorazione da passeggio"](#)

Citati:

Konopizza.com, Pikono, Boscolo, Panificio inglese-Factory bakery, AZ Franchising, Sir Sandwich

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 89, lunghezza 1/6 di pagine

Intimissimi alla conquista degli Usa

Franchisor & Franchisee: Il brand italiano di abbigliamento intimo entra in grande stile nel mercato americano grazie all'accordo siglato con Victoria's Secret, divisione di per la commercializzazione delle sue collezioni sul mercato americano. Alla prima boutique, inaugurata nell'ottobre scorso all'..., seguiranno altre ... aperture tra la fine del 2005 e l'estate 2007...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 89, lunghezza 1/5 di pagine

Il progetto Camomilla in Italia

Franchisor & Franchisee: Il know how proviene dalla Compagnia Manifatture Tessili, attiva da circa trent'anni nel settore dell'abbigliamento e degli accessori femminili. Lanciato nel 1997 il progetto di sviluppo del marchio mediante affiliazione punta sulla competitività della formula. Dovevano avere una superficie minima di 85 mq ed essere ubicati in centri urbani di almeno 50.000 abitanti.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

Outliving sbarca a Milano

Franchisor & Franchisee: Künzi ha aperto in via Agnello, nel cuore del capoluogo lombardo, Outliving swiss style equipment, il primo monomarca dedicato agli appassionati di viaggi, sport, vita all'aria aperta e collezionismo, ai quali propone un'articolata offerta proveniente dal mercato elvetico.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

Didattica in Bricocenter

Franchisor & Franchisee: vendite in crescita del ... , eliminazione delle rotture di stock, rese al mq oltre i ... euro. Questi gli incoraggianti risultati ottenuti dal punto di vendita affiliato Bricocenter di Nuoro, dopo l'intervento formativo di affiancamento al direttore del negozio.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n° pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

Sfizeria da passeggio

Franchisor & Franchisee: Il marchio introduce una nuova forma di ristorazione da passeggio. Il progetto ha contenuti particolarmente innovativi, che lo rendono accessibile a ogni tipo di potenziale affiliato. Il menù offre mozzarelline, olive ascolane, bocconcini ai funghi porcini, al salmone e all'ananas, pannocchie arrostiti, hot dog, cialdoni con cioccolato, zucchero filato, pop corn e altro ancora, serviti in un apposito e comodo "cono".

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n°pagina 159, lunghezza 1/5 di pagina

Gli strumenti contrattuali per le reti di vendita (edito da Ipsoa)

Segnalazione del volume: Suddiviso in sezioni, ciascuna delle quali strutturata per fornire un quadro completo delle diverse tipologie di contratto (agenzia, procacciamento d'affari, concessione di vendita, nuovo franchising), utilizzabili in una rete di vendita.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n°pagina 82, lunghezza 1 pagina

Gli affiliati dell'industria

Franchising: Un produttore, il franchisor, esternalizza l'ultima fase della produzione, concentrandosi sulla core technology (molto spesso tutelata da brevetti), avvalendosi di un partner locale e specializzato nelle lavorazioni a valore aggiunto. Il franchisee, a fronte della entry fee e di un investimento in macchinari per la finitura del semi-lavorato o del montaggio del kit fornito dal franchisor, accede alla tecnologia della casa madre, spesso con l'obbligo di vendere un certo quantitativo.

Box, Tabelle e Grafici a corredo

- [Modello del franchising industriale e lifreding](#)

Citati:

Schweppes, Coca-Cola, Fersina, Panto

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n°pagina 89, lunghezza 1/6 di pagina

Sign-A-Rama sbarca in Italia

Franchisor & Franchisee: Il primo franchisor al mondo nel settore della comunicazione visiva con oltre ... centri in ... Paesi, ha inaugurato in via Donizetti, a Milano, il primo punto di vendita affiliato in Italia. Gli obiettivi della società in Italia sono ambiziosi (la stima è infatti di ... aperture nel medio periodo), ma sostenuti dalle considerevoli potenzialità del settore.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n°pagina 89, lunghezza 1/6 di pagina

Il progetto Melo e Grano

Franchisor & Franchisee: Lanciato dal gruppo industriale Vimatex, operante nel settore della moda da circa 40 anni, il marchio Melo e Grano sta procedendo rapidamente in direzione della crescita della rete attraverso un progetto franchising focalizzato sulla creazione di una solida partnership commerciale con gli affiliati. Gli aspetti innovativi della formula prevedono...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n°pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

Trudi apre il primo monomarca

La nota azienda produttrice di peluche ha inaugurato il suo primo punto di vendita monomarca nel centro commerciale [...]. L'analisi di fattibilità e lo studio della formula commerciale sono stati realizzati dalla società di consulenza Reno, alla quale è stato affidato anche lo sviluppo dell'intero piano di aperture dirette e in franchising. Il progetto si caratterizza...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n°pagina 90, lunghezza 1/5 di pagine

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 10/2005, n°pagina 91, lunghezza 1/6 di pagina

Prink scommette sull'Europa

Franchisor & Franchisee: La sua specializzazione è la distribuzione di prodotti di consumo per la stampa da computer o in digitale. Nata a Bologna nel 2001, Prink ha chiuso il 2004 con un fatturato di ... mln, sviluppato da una rete commerciale di ... punti di vendita in Italia e circa ... all'estero [...] la struttura aziendale comprende

anche le succursali PrinkIberia e PrinkFrance, operanti rispettivamente in Spagna e Francia.
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n°pagina 91, lunghezza 1/6 di pagina

Il progetto plurimarca di Levi Strass

Franchisor & Franchisee: L'idea di Benoit de Crane d'Heysselaer direttore generale di Levi Strauss Italia, è diventata realtà. Nel secondo semestre dell'anno in corso apriranno a Milano i primi ... negozi multimarca in franchising, caratterizzati da una nuova immagine per quanto riguarda l'offerta e l'ambientazione ...continua...
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n°pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

Il potenziale di porcellana bianca

Franchisor & Franchisee: Decine di oggetti per la tavola e per la casa tutti rigorosamente bianchi. È questa la peculiarità dell'offerta e del marchio Porcellana Bianca, trasferita nel progetto di sviluppo in franchising avviato nel 1985. Le location più idonee sono inserite nelle aree urbane e commerciali con ... abitanti, preferibilmente non presidiate da punti di vendita similari. La progettazione dei nuovi negozi è affidata ai tecnici e ai designer dell'azienda, i quali ...continua...
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n°pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

Le opportunità Infiore

Franchisor & Franchisee: Nata nel 1963 come azienda produttrice di corsetteria, Infiore approda nel mondo del franchising nel 1998 con la catena Infiore Store, distributrice di abbigliamento intimo e moda mare. L'insegna conta attualmente su ... punti di vendita diretti e circa ... in franchising, situati nei centri storici con almeno ... abitanti e nei principali centri commerciali. La superficie minima richiesta è di circa ... mq, con almeno ...mq di magazzino...continua...
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n°pagina 89, lunghezza 1/5 di pagina

Professionecasa oltre le aspettative

Franchisor & Franchisee: Il giro d'affari delle reti in franchising del gruppo immobiliare, inteso come monte globale provvigioni di tutte le agenzie a marchio Professionecasa e Rexfin, ha superato le più rosee previsioni attestandosi a ... milioni di euro, con un incremento del ...% rispetto al 2003. Attraverso i punti Professionecasa sono transitati circa ... miliardi di euro di immobili intermediati, per un totale di ... compravendite.
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n°pagina 89, lunghezza 1/5 di pagine

Il progetto Zoo Placet

Franchisor & Franchisee: la proposta di Zoo Planet si sviluppa intorno al vasto mondo degli animali domestici con un assortimento altrettanto ampio, composto da oltre 6000 prodotti delle più note marche. Il progetto di affiliazione dell'azienda, garantisce al franchisee...Tra gli aspetti peculiari del contratto si segnalano...continua...
Notizia

Largo Consumo 9/2005

La vitalità dell'affiliazione

Franchising: Il barometro del settore continua a segnare bel tempo, con un aumento delle insegne e delle prospettive. Qualcuno già pensa di esportare questa formula in Cina, ma non sarà facile. La nuova legge sta contribuendo alla qualificazione del comparto.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [I numeri del franchising: 2004 \(insegne, affiliati, giro di affari, impiegati\)](#)
- [Modello: Il progetto estero del franchising](#)
- [Modello: Nuovi canali per il partner matching franchisor/franchisee](#)

Articolo

Largo Consumo 9/2005

Cresce la rete di Camicissima

Franchisor&Franchisee: Con le aperture di Treviso e Salerno salgono a ... i negozi Camicissima in Italia. L'insegna nasce dall'esperienza della palermitana Fenicia (già titolare dell'insegna Feni Uomo, con ... pdv), che firma una formula innovativa a pacchetto: 4 camicie a 99 euro, scelte tra numerose varianti. Per entrare nel network è necessario una superficie di almeno ... Continua...
Notizia

Largo Consumo 9/2005

Professionecasa

Franchisor&Franchisee: Il fatturato delle agenzie a insegna Professionecasa e Rexfin ha superato le più rosee previsioni assestandosi sui ... milioni di euro, con un incremento di ... % sul 2003. Dall'inizio del 2004 il numero di agenzie è passato da ... a ..., con un incremento del ... %.. Continua...

Notizia

Largo Consumo 9/2005

Il progetto Zoo planet

Franchisor&Franchisee: Il progetto Zoo planet nasce nel 1996 intorno all'idea di un negozio per animali domestici in grado di distribuire fino a 6.000 referenze delle più note marche. Il punto di vendita deve avere una superficie minima di ... mq, l'affiliato viene affiancato in ogni momento del progetto, dalla formazione al layout e attrezzature. ...Continua...

Notizia

Largo Consumo 9/2005

Le opportunità in fiore

Franchisor&Franchisee : L'azienda di corsetteria Infiores approda al franchising nel 1998 con la catena Infiores store, distribuendo capi di abbigliamento intimo e moda mare caratterizzati da uno stile di tendenza e un buon rapporto qualità prezzo. Attualmente vi aderiscono ... negozi con una superficie minima di ... mq, e collocati in centri abitati di almeno ... mila abitanti ...Continua...

Notizia

Largo Consumo 9/2005

Il potenziale di Porcellana bianca

Franchisor&Franchisee: Decine di oggetti per la tavola e per la casa tutti rigorosamente bianchi. Questa è la peculiarità dell'offerta del marchio Porcellana bianca, franchising avviato nel 1985. La licenza è concessa per l'apertura di negozi in centri abitati di almeno ... mila abitanti in aree non presidiate da concorrenti ...Continua...

Notizia

Largo Consumo 7-8/2005 pg 75

Cresce il progetto Fila

Franchisor&Franchisee: Continua la crescita del progetto Fila in Italia. Le recenti aperture di Milano Marittima (Ra), Porto Recanati (Mc) e Cesano Boscone (Mi) hanno portato il numero dei Fila store a ..., solo ... dei quali a gestione diretta. L'obiettivo è il raggiungimento di ... negozi entro il 2007...Continua...

Notizia

Largo Consumo 7-8/2005 pg 75

Bricocenter apre a Sassoferrato

Franchisor&Franchisee: Il ...° negozio italiano di Bricocenter ha recentemente aperto a Sassoferrato (An), e si tratta della seconda apertura di quest'anno. Questa superficie rappresenta la prima grande apertura di bricolage multispecialista nell'entroterra anconetano, rivolto a un bacino di utenza di circa ... mila abitanti. Il negozio è grande ... mq, e propone un assortimento di ... mila referenze, ad esclusione solo del reparto serra ...Continua...

Notizia

Largo Consumo 7-8/2005 pg 75

Mail boxes etc rafforza la rete

Franchisor&Franchisee: Tre nuove aperture Mail boxes etc in Italia. La prima a San Donato Milanese, e due centri in Calabria (Scalea e Catanzaro). Oltre ai tradizionali servizi dell'insegna come la gestione postale e articoli per ufficio, i 3 nuovi negozi metteranno a disposizione anche il servizio di comunicazione, grafica e stampa "Direfarestampare"...Continua...

Notizia

Largo Consumo 7-8/2005 pg 75

Il franchising sfugge alla crisi

Franchisor&Franchisee: In controtendenza rispetto all'attuale contesto economico, il settore mantiene un buon ritmo di crescita chiudendo il 2004 con un giro di affari pari a .. milioni di euro e un incremento del ... %. Il commercio despecializzato è quello che ha espresso un maggiore contributo al settore, con un peso relativo del ... % sul totale, seguono i servizi con ...Continua...

Notizia

Largo Consumo 7-8/2005 pg 75

Più visibilità con Ref Italy

Franchisor&Franchisee: In un mercato in trasformazione, l'internazionalizzazione dei brand è divenuta una esigenza prioritaria per le aziende franchisor. Su questo presupposto si fonda il recente accordo tra Publievent (partner di Roma Expo franchising) ed Expofar (organizzatore del Salone internazionale dedicato al franchising in Russia). In questo quadro si inserisce il progetto Ref Italy, per aiutare le aziende italiane a esportare i propri progetti...Continua...

Notizia

Largo Consumo 6/2005 pg 79

Nuovi concept dai centri storici

Franchising: Il consumatore chiede alla Gdo la varietà e convenienza, al dettaglio tradizionale un rapporto più umano, riconoscendo la complementarietà di entrambi. Uno dei problemi del nostro sistema distributivo è la difficoltà ad utilizzare format diversi a seconda dei contesti. Se dotati di format commerciali adeguati, i centri storici hanno l'appel necessario per far vivere esperienze di acquisto coerenti con la domanda di oggi.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I nessi causali tra concept dedicato e creazione di valore
- Un nuovo posizionamento per l'insegna in centro storico

Articolo

Largo Consumo 6/2005 pg 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. Continua...

Notizia

Largo Consumo 6/2005 pg 89

Salmoiraghi e Viganò punta sul franchising

Franchisor&Franchisee: con un fatturato 2004 di 110 milioni del gruppo che controlla 200 pdv S&V, 50 VistaSi (Premium), l'Ottico e punta ai 300 negozi nei prossimi tre anni. Continua...

Notizia

Largo Consumo 6/2005 pg 89

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 6/2005 pg 89

McDonald's entra in Assofranchising

Franchisor&Franchisee: Il 75% dei ristoranti della catena è in franchising, 145 i licenziatari... Continua...

Notizia

Largo Consumo 5/2005 pg 95

Le opportunità di Kasanova

Franchisor&Franchisee: Nata nel 1994 dalla società F.lli Fontana di Arcore, operante nel settore delle porcellane, cristallerie, casalinghi, liste nozze e regalo), l'insegna Kasanova esprime la... Continua...

Notizia

Largo Consumo 5/2005 pg 95

Il progetto Yamamay

Franchisor&Franchisee: Yamamay è un progetto franchising monomarca ideato dalle famiglie Garda e Cimmino per la vendita di pigiama, abbigliamento intimo e mare per la famiglia giovane Continua...

Notizia

Largo Consumo 5/2005 pg 95

Lovable Virtuale

Franchisor&Franchisee: L'insegna in franchising Lovable entra nel mondo virtuale con il nuovo sito www.intimolo.com particolarmente facile da utilizzare per gli acquisti e adatto a un pubblico gi ... Continua...

Notizia

Largo Consumo 5/2005 pg 95

L'innovazione di Pirelli Re

Franchisor&Franchisee: Pirelli Re Franchising prevede di raggiungere il break even alla fine del 2005. Uno dei plus a vantaggio della propria rete è il legame con istituti bancari e assicurativi ... Continua...

Notizia

Largo Consumo 5/2005 pg 95

Beghelli Point in ogni provincia

Franchisor&Franchisee: Gruppo Beghelli, produttore e distributore di sistemi elettronici per la sicurezza industriale e domestica ha firmato una convenzione di accreditamento presso Sviluppo Italia... Continua...

Notizia

Largo Consumo 5/2005 pg 25

Una strategia per Vobis

Diario della distribuzione: U-company, nata nel 2004 per opera di manager provenienti da Tecnodiffusione, ha ottenuto per 2 anni la licenza d'uso delle insegne Vobis e Strabilia, in difficoltà ma ... Continua...

Notizia

Largo Consumo 5/2005 pg 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. Continua...

Notizia

Largo Consumo 4/2005 pg 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. Continua...

Notizia

Largo Consumo 4/2005 pg 83

Calzedonia mette il turbo

Franchisor&Franchisee: Con 3 marchi (Calzedonia, Intimissimi e Tezenis) e 1.703 negozi al mondo, il gruppo di Sandro Veronesi ha letteralmente scalato il mercato dell'intimo e della calzetteria. Continua...

Notizia

Largo Consumo 4/2005 pg 83

Un portale delle Ccie

Franchisor&Franchisee: È nato www.franchising-net.org, il portale realizzato dalla camere di commercio italiane all'estero (Ccie) con sede a Barcellona, Francoforte, Londra, Stoccolma, Vienna. Continua...

Notizia

Largo Consumo 4/2005 pg 83

Benetton prepara al rilancio

Franchisor&Franchisee: Il rilancio del marchio sarà sostenuto da un investimento di circa 70 milioni di euro, per consentire agli affiliati di fronteggiare la stasi delle vendite. Continua...

Notizia

Largo Consumo 4/2005 pg 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. Continua...

Notizia

Largo Consumo 9/2004 pg 182

Il franchising in aula

Formazione: E fuori, perché la sola lezione non è più sufficiente. A essa vanno affiancati nuovi strumenti, che possono identificarsi con i club di eccellenza, le consulte di affiliati.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Modello: Formazione e...in-formazione nel franchising

(ruolo/competenze/definizione/sviluppo)

- Modello: Il percorso evolutivo nella formazione del franchisee (dal primo approccio alla condivisione di strategie)

Articolo

Largo Consumo 7/2004 pg 68

Al servizio del food

Franchising: Un mercato sempre pi selettivo richiede modifiche che vanno oltre la mera vendita, verso la consulenza di acquisto. Si cerca l'atmosfera dell'antica bottega, unita però alla certezza della qualità

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I punti di vendita affiliati dell'agroalimentare specializzato per regione (in %)

- I punti di vendita affiliati nel commercio alimentare specializzato

Articolo

Largo Consumo 5/2004 pg 97

La preziosa alleanza con la logistica

Franchising: La condivisione operativa dei diversi processi con i partner dislocati sul territorio e l'adozione di piattaforme comuni, contribuiscono a rendere la formula vincente e a soddisfare i clienti.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Modello: Il processo collaborativi integrato (casa madre-franchisor/pdv-franchisee/fornitori/cliente finale)

- Modello: Le differenti interpretazioni della funzione logistica

Articolo

Largo Consumo 4/2004 pg 101

Francia: una vita in rete

Franchising: Sì, perché di fatto oggi l'affiliazione è un modello così diffuso da soddisfare ogni esigenza dei consumatori. Diffuso e ben regolamentato, grazie anche all'opera della Federazione di riferimento.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Il franchising in Francia: 2001-2004 (in unità e in mld di euro)

Articolo

comunicazione di impresa:

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 96, lunghezza 2 pagine

[Assofranchising - Le strategie di sviluppo al centro della prima Conferenza Nazionale del Franchising](#)

Gli eventi: Assofranchising ha promosso la prima Conferenza Nazionale del Franchising, in collaborazione con la Camera di Commercio di Milano e la Rappresentanza della Commissione Europea a Milano. Il mondo delle istituzioni e gli attori del mercato sono stati informati e coinvolti per un comune percorso. Competizione, libertà di commercio, eliminazione dei vincoli, sostegno al settore sono le molle per lo sviluppo dell'imprenditoria giovanile e dell'attenta localizzazione delle imprese.

Citati:

AG&P Immagine, Assofranchising, AZ Franchising, Barbieri Massimo, BeTheBoss.it, Blanc Luis, Bottega Verde erboristeria, Bussoli Italo, Calzedonia, Camera di Commercio di Milano, Cartareggia Filippo, Chierchia Vincenzo, Confcommercio Emilia Romagna, Doorandwindow by Fsserramenti, F. Franchising Point, Fiera del Sud, Fiorelli Graziano, Gabetti Property Solutions Franchising Agency, Gs Insieme A, H3G-Learning Lab-Ogilvy, INDIS Istituto Nazionale Distribuzione e Servizi, Infofranchising.it, Intimissimi, Ka International, Kiron, Legge n.129/2004, Mail Boxes etc, McDonald's, Nevio Gabriele, Nicoletto Maurizio, Odeon, Pasquali Fabio, Pirelli RE franchising, Pramerica Financial, Prima Conferenza Nazionale del Franchising, Professionecasa, Quadrante Franchising & Management Services, Rappresentanza della Commissione Europea, Seritecno, Sigital, Sistemi, Storm open solutions, Tecnorete, Tezenis, UniCredit Banca, Uniprestit, Upim Franchising, Vertical Vision Network, WSC.net

Comunicazione di impresa – Serie "[Gli Eventi](#)"

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 71, lunghezza 2/3 di pagina

[Reno - Sono già 80 le catene che hanno affidato a Reno il loro progetto retail](#)

Focus - Grazie all'esperienza di settore e all'ampiezza dei servizi offerti, Reno si conferma negli anni interlocutore qualificato per tutti gli operatori di settore: retailer diretti e franchisor, produttori e grossisti, imprenditori indipendenti, rappresentanti, promotori, commercializzatori.

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

Largo Consumo, fascicolo 9/2006, n° pagina 73, lunghezza 1 pagina

[ExpoCts – Dal 20 al 23 ottobre a Milano Franchising & Trade promuove l'affiliazione commerciale](#)

Focus - Dal 20 al 23 ottobre nel nuovo quartiere di Fieramilano avrà luogo Franchising & Trade, il più importante salone del Franchising, licensing e partnership distributive in Italia e punto di riferimento per gli operatori europei dell'affiliazione commerciale. Franchising & Trade è organizzato da EXPOCTS, società del gruppo Fiera Milano. Su circa 10.000 mq netti esporranno circa 360 aziende, con i principali brand del mondo dell'affiliazione commerciale. Sono attesi oltre 25.000 visitatori.

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

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 79, lunghezza 2/3 di pagina

[Profumerie Douglas - ha festeggiato il 100° punto di vendita all'Arena di Verona](#)

Focus: Un risultato di grande importanza che, dopo la chiusura del 2005 con un fatturato di ...milioni di euro, dimostra l'impegno della filiale italiana della multinazionale d'oltralpe a rafforzare la propria presenza sul mercato nazionale.

Citati:

Autogerma, Concorso Nazionale "Entra in Douglas, esci in Cabrio", Douglas, Ferraro Corrado, Fondazione Arena, Gruppo Volkswagen Italia, Limbach Ralf-Otto, Mingers Jörg, negozi Luxuri oriented, negozi Premium Store

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

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n° pagina 71, lunghezza 2/3 di Pagina

[Centostazioni - Nuove opportunità negli spazi riqualificati delle stazioni ferroviarie](#)

Centostazioni, con un investimento di 200 milioni di euro, è impegnata in un ampio programma di valorizzazione e gestione di 103 complessi di stazione su tutto il territorio italiano, orientato alla soddisfazione degli utenti e dei cittadini. Marchi presenti: Airport Elite, Cremonini, McDonald's, Colors & Beauty, Feltrinelli, Calzedonia, Tezenis, Accessorize, Yamamay, Elleword, San Paolo IMI, Poste Italiane, Despar.

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

Largo Consumo 9/2005 pg 88

[Despar – La convention 2005 esalta le opportunità di un retailer vicino al cliente/consumatore](#)

I casi aziendali: L'insegna protagonista della do ha tenuto, dal 25 giugno al 2 luglio scorsi, la sua Convention 2005: nel convegno, dei risultati aziendali, di private label e delle opportunità di sviluppo e l'importanza strategica dell'affiliazione.

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

Largo Consumo 9/2005 pg 98

[Sigma – la Convention 2005 celebra il valore e le potenzialità della prossimità](#)

I casi aziendali: Il Gruppo Sigma ha celebrato lo scorso 28 giugno a Bologna la sua Convention 2005, organizzando per l'occasione un interessante convegno intitolato "I valori cooperativi e il valore della prossimità". L'azienda ha chiarito il propria posizione rispetto al valore delle promozioni, la concorrenza dei discount e l'impegno etico.

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

Largo Consumo 2/2005 pg 76

[Crai – Il meeting di Lisbona celebra una crescita sempre più all'insegna dell'integrazione](#)

Gli eventi aziendali: Si è svolta dal 25 al 28 novembre scorsi a Lisbona la Convention 2004 di Crai, grande realtà della distribuzione moderna italiana. Il retailer ha festeggiato così un anno all'insegna dello sviluppo su tutti i fronti.

Comunicazione di impresa – Serie "[Gli eventi aziendali](#)"

Largo Consumo 1/2005 pg 100

[Euronics - Le idee e i progetti per crescere in un mercato sempre più competitivo](#)

Gli eventi aziendali: Si è svolto il 24 novembre 2005 a Verona, nel prestigioso Palazzo della Guardia, il tradizionale "Supplier´s day" del gruppo Euronics, catena specializzata negli elettrodomestici e nell'elettronica di consumo

Comunicazione di impresa – Serie "[Gli eventi aziendali](#)"

Largo Consumo 10/2004 pg 92

[Despar – "Pensare global e agire locale" per crescere sempre al servizio del mercato](#)

Gli eventi aziendali: Si è svolta presso il villaggio Valtur di Sieri (Cz) dal 19 al 26 giugno scorsi, la Convention 2004 di Despar, tra i leader storici della distribuzione moderna. Il tema di fondo della manifestazione è stato "pensare globale, agire locale".

Comunicazione di impresa – Serie "[Gli eventi aziendali](#)"

PUBBLICITÀ TABELLARE:

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2006, n° pagina 70, lunghezza 1 Pagina

[Iale Informatica - Business solutions for retail](#)

Soluzioni integrate per la sede e per il punto vendita. Applicazioni innovative per la Distribuzione grocery, la Ristorazione commerciale, i grandi magazzini non food e fashion, le catene dirette e in franchising.

Pubblicità – **[“Tabellare”](#)**

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 90, lunghezza 1/2 pagina

[Reno: quando la consulenza è un'arte](#)

15 anni di esperienza al fianco di retailer diretti, franchisor e produttori per lo start-up, lo sviluppo e la gestione di catene di punti di vendita. Strategia e operatività. Consulenza e azione. Create con noi il vostro successo. Sarà un capolavoro

Pubblicità – **[“Tabellare”](#)**