



Documento in **versione interattiva**:
www.largoconsumo.info/102006/PL-1006-016.Pdf

VIAGGI E INCENTIVAZIONI



Costi del Percorso di lettura:

€ 136,50 (comprensivo iva) - non abbonati

€ 136,50 (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-1006-016

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.

**OSSERVATORIO
D'IMPRESA:**

Leggi le case history
di [COMUNICAZIONI
D'IMPRESA](#) di
Aziende e Organismi
attivi nei mercati
considerati in questo
Percorso di lettura
selezionati da
Largo Consumo

I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 137, lunghezza 1/3 di pagina

Proposte firma la comunicazione di Globe

Proposte ha realizzato il progetto di comunicazione (above e below the line) per il lancio di Globe, la nuova grande fiera internazionale del turismo che si terrà a Roma il 22, 23 e 24 marzo 2007. Il programma prevede la pianificazione sui principali quotidiani, periodici e riviste di settore.

Citati:

Globe, Proposte
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2006, n° pagina 176, lunghezza 1/3 di pagina

Michele Amari/Ciga

Operazioni di concentrazione: oggetto della concentrazione è l'azienda comprendente l'attività alberghiera corrente in Venezia corrispondente all'albergo a cinque stelle categoria lusso "Hotel Danieli", posseduto da Ciga (gruppo Starwood) e gestito dalla sua controllata Ciga Gestioni. L'operazione si compone di due parti. L'autorità delibera....

Citati:

Amari, Ciga (gruppo Starwood), Ciga Gestioni, Hotel Danieli, Sheraton
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 7/2006, n° pagina 15, lunghezza 1 pagina

Più concorrenza per competere

McKinsey Italia, ha presentato i risultati di un'analisi condotta dal suo gruppo in relazione ai "mali italiani", con l'obiettivo di individuare le priorità del rilancio della nostra economia. McKinsey invita a puntare sul rilancio della produttività nel settore dei servizi, che includono il commercio, l'edilizia e il turismo. Questi infatti sono responsabili del 97% della crescita del Pil nel nostro Paese, mentre l'industria ha un basso contributo.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

Il ciclo virtuoso dell'efficienza dei servizi

Citati:

AcNielsen, Boltho Andrea, Convegno: "Convergenze competitive", Gutgeld Yoram, Magdalen College Oxford, McKinsey Italia, Wal-Mart
Articolo

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 96, lunghezza 2 pagine

Fidelizzare con la soddisfazione

Aziende e utenti dimostrano una certa divergenza nella percezione della qualità dei servizi erogati e fruiti. In generale, maggiore è la concorrenza nel mercato di riferimento, più alta è la soddisfazione. Tra i comparti analizzati che suscitano il gradimento maggiore, spiccano il turismo (...% degli apprezzamenti, +...% sul 2002), il commercio al dettaglio (...%, +...%), l'area della cultura e del wellness (...%) e la grande distribuzione (...%, ma in calo dello ...%).

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Le aree di miglioramento: due diversi punti di vista \(in%\)](#)

- La fedeltà dichiarata dai consumatori è molto inferiore a quella attesa dalle Aziende

- La soddisfazione complessiva nei 9 comparti
- La soddisfazione dei singoli settori
- La valutazione della soddisfazione: opinioni a confronto
- La valutazione delle componenti: opinioni a confronto
- Le valutazioni complessive
- Mappa di posizionamento dei comparti

Citati:

Cfi Group & Gpf, Cfmt (Centro di formazione management del terziario), Enel, Pasini Claudio, Rapporto "La customer satisfaction nei servizi in Italia"

Proposte editoriali sullo stesso argomento:



Titolo COMMERCIO IN TRANSITO

- Percorso di lettura

Codice [PL-0606-004.pdf](#)

Edizione 06/2006

Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo TEMPO LIBERO E INTRATTENIMENTO

- Percorso di lettura

Codice [PL-0406-010.pdf](#)

Edizione 04/2006

Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo PROMOZIONI, FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE, DIRECT MARKETING

- Percorso di lettura

Codice [PL-0506-016.pdf](#)

Edizione 05/2006

Editore Editoriale Largo Consumo

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 165, lunghezza 1/6 di pagina

Acquisizioni: abbigliamento in testa

Hanno interessato in il ...% delle aziende italiane, mentre al secondo posto sono le tecnologie (...%), al terzo l'automotive (...%), al quarto il **turismo** e il tempo libero (...%) e infine l'alimentare, al ...%.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Le regioni italiane in cui si concentrano le acquisizioni \(in%\)](#)

Citati:

Pkf Italia
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 96, lunghezza 1 pagina

Il Piemonte scommette sul commercio

Il futuro non dipende più solo dall'andamento delle industrie storiche, ma da altri fattori quali il territorio e il turismo, strettamente legati alla crescita di offerta commerciale. La regione ha conosciuto, a partire dalla riforma del commercio risalente al 1999, un incremento del ...% di attività di dettaglio tradizionale, pari a ... esercizi. Nel quinquennio sono nate, in totale, ... piccole imprese commerciali, pari al terzo del totale regionale ... imprese per ... milioni di metri quadrati.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [La dislocazione territoriale di tutte le strutture commerciali nei comuni piemontesi: 2003](#)

Citati:

Atlante commerciale di Barcellona, Carregas y Verdaguer Carles, Fiat, Generals Motors, Giochi olimpico estivi del 1992, Osservatorio regionale del commercio, Politecnico di Torino, Quaderni di ricerca per la programmazione commerciale in Piemonte, Regione Piemonte, Università di Barcellona, Università di Sassari
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 113, lunghezza 1/5 di pagina

Le attese dei turisti

Renato Mannheimer ha realizzato una ricerca con lo scopo di comprendere le tendenze e i gusti dei turisti italiani e stranieri. La struttura ricettiva rappresenta il fulcro del gradimento, ma si chiede anche che l'ambiente circostante soddisfi le esigenze e rappresenti un luogo ospitale, gradevole e sicuro.

Citati:

Mannheimer Renato, Osservatorio Bitlab
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 133, lunghezza 1/3 di pagina

Msc Crociere e Trasmissioni Mediaset

Pubblicità ingannevole e comparativa: Msc Crociere spa, in qualità di concorrente, ha segnalato il programma Il viaggiatore, trasmesso su Rete 4 il 12 luglio 2004. La richiesta lamenta che il programma costituirebbe una fattispecie di pubblicità non trasparente in favore di Costa Crociere spa. L'Autorità delibera...

Citati:

Costa Crociere, Mediaset, Msc Crociere
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 4/2006, n° pagina 175, lunghezza 1/5 di pagina

E' maschile lo shopping in aeroporto

Rassegna stampa internazionale: Studio sul comportamento degli acquirenti delle boutique degli aeroporti parigini di Roissy Charles-de-Gaulle e Orly, dove la media delle spese è del ...% superiore per gli uomini rispetto agli acquisti effettuati da donne. E' vero anche che circa i due terzi dei ... milioni di viaggiatori di passaggio ogni anno sono individui di sesso maschile. Rappresentano il% del giro di affari dei ... punti di vendita presenti nei due scali.

Citati:

Bitoun Olivier, Cartier Pascale, Lsa
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n° pagina 59, lunghezza 1/6 di pagina

L'e-business index nei diversi settori

L'indicatore ponderato dell'adozione dell'Ict e dell'intensità dell'e-business, basato su 16 componenti indicizzate con massimo uguale a 100 relativamente i comparti: Servizi It, Automotive, Farmaceutico, Aeronautica, Meccanica, Editoria, Alimentare, Tessile, **Turismo**, Costruzioni.

Tabella o Grafico



Titolo MERCATO FIERISTICO
- Percorso di lettura
Codice [PL-1006-006.pdf](#)
Edizione 10/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo CARTE DI PAGAMENTO E CREDITO AL CONSUMO
- Percorso di lettura
Codice [PL-0406-007.pdf](#)
Edizione 04/2006
Editore Editoriale Largo Consumo



Titolo Economia del turismo sostenibile. Analisi teorica e casi di studio
Curatore C. Bizzarri, G. Querini
Editore Franco Angeli
Anno 2006
Pagine 224
Prezzo € 24,00

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 132, lunghezza 2 Pagine

Meeting sotto tono

Turismo congressuale: cresce moderatamente il numero di incontri e di partecipanti ospitati nelle strutture italiane, ma calano le giornate di presenza e il fatturato del settore. Le città d'arte restano protagoniste. Italia del turismo congressuale raccolta in un'unica offerta, per affrontare in maniera più incisiva i mercati internazionali e permettere il rilancio di tutto il settore.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [L'andamento della domanda per promotore e per tipologia di sede congressuale \(1° semestre 2005\)](#)

- [L'attività congressuale in Italia \(in unità e in %\) 1° semestre 2005](#)

Citati:

Bramerini Anna Rita, Enit, Federcongressi, Ministero delle Attività produttive, Osservatorio congressuale italiano
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 3/2006, n°pagina 164, lunghezza 1/5 di pagina

Una nuova figura in Mondial assistance

Controlla il rispetto delle procedure, delle norme interne e delle attività di audit. Misura le performance delle diverse mansioni. Crea valore per tutti i soggetti coinvolti nell'attività aziendale (clienti, dipendenti, fornitori, azionisti). Sono le funzioni del "compliance", nuova figura professionale all'interno di Mondial assistance Italia (nata dalla fusione fra Elvia Italia e Cea), appartenente al gruppo Mondial assistance.

Citati:

Allianz, Assurance générale de France, Cea, Elvia Italia, Iso 9002, Mondial assistance, Porro Monica, Ras
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n°pagina 68, lunghezza 3,3 Pagine

Lo shopping dei viaggiatori

Il crescente numero di viaggiatori è in grado di vivificare le attività commerciali che nascono nei luoghi di transito: solo per il trasporto aereo, fino al 2008 si calcola un aumento del +..% del tasso di passeggeri su scala mondiale. Tra le opportunità offerte dalle nuove localizzazioni, la possibilità per le imprese di diversificare offerta e servizio, rafforzare l'identità di marca, accrescere in modo significativo il giro d'affari.

Citati:

A2C, Adp, Adr, Aelia, Air France, Altarea, Baa, Babcook and Brown, Bally, Boots, British Museum, Bruno Magli, Bulgari, Burberry, Cartier, Caviar House, Centostazioni, Chanel, Church, Conad, Costa Coffee, Dfs, Dior, Dixons, Dunhill, Edizione Holding, Emporio Armani, Escada, Feltrinelli Village, Ferragamo, Gemina, Grandi Stazioni, Gucci, Hachette Distribution Service, Harrods, Hermès, Hochtief Airport, Hugo Boss, I Santi, Iata, Klépierre, Lagardère, Lvmh, McDonald's, Monoprix, Montblanc, Nike, Royal Air Maroc, Save, Sea, Ségécé, Sephora, Sigma, Starbucks, Swiss, Tesco Express, Valentino, Versace, VH Smith, Virgin, Zegna
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 2/2006, n°pagina 104, lunghezza 1/3 di pagina

Msc Crociere e trasmissioni Mediaset

Pubblicità ingannevole: La Msc Crociere ha segnalato come pubblicità non trasparente il programma "Fornelli in crociera", andato in onda sulla rete televisiva Rete4 il 10/14/23/27 luglio 2004, lamentando che il programma avrebbe costituito una fattispecie di pubblicità non trasparente in favore di Costa Crociere spa. L'Autorità, pertanto, delibera...

Citati:

Costa Crociere, Mediaset, Msc Crociere
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.

Citati:

Andujar, Böker, Camera di commercio svizzera, Chef's Choice, Cobra, Garmin, Inova, Japan Swords, Keen, Künzi, Minox, Opti Logic, Outliving swiss style equipment, Pinceton, Rect, Sigg, Surefire, Svizzera Turismo, TFA, Victorinox, Wolf-Eyes
Notizia

COPERTINA
NON
DISPONIBILE

Titolo Diritto del turismo e tutele
Autore Mariangela Cistaro
Editore Halley Editrice
Anno 2006
Pagine 272
Prezzo € 26,00



Titolo Manuale del turismo sportivo
Autore G. D'Intino, M. Di Marco, S. Oranzo
Editore Franco Angeli
Anno 2006
Pagine 368
Prezzo € 26,00

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n°pagina 157, lunghezza 1/6 di pagina

Parametri Ue sugli ecocampeggi

La Commissione europea ha stabilito i criteri per assegnare il marchio comunitario di qualità ecologica ai servizi di campeggio. I parametri da monitorare riguardano la fornitura a pagamento di piazzole attrezzate per mezzi mobili, la ristorazione e le attività sportive e ricreative.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2006, n°pagina 157, lunghezza 1/6 di pagina

Imes, l'imbarcazione che non inquina

Imes (Imbarcazione mobilità sostenibile) è il primo prototipo di imbarcazione per il trasporto di persone che non inquina, fortemente voluto dall'amministrazione veneziana. Un motore a propulsione elettrica, asincrono e trifase, alimentato da pannelli solari, oltre a non essere inquinante, non provoca il moto ondoso (grazie allo scafo a catamarano a onde convergenti).

Citati:

- Imes (Imbarcazione mobilità sostenibile)

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 12/2005, n°pagina 135, lunghezza 1/5 di pagina

Più corte le vacanze dei dirigenti

Le ferie dei manager italiani rispecchiano il momento difficile dell'economia: vacanze più brevi, cellulari e pc accessi, un po' di tempo dedicato ai libri, riviste e documenti di lavoro. Le ferieregistrano anche il sorpasso del pc portatile. La precedente indagine rilevava che il ...% lo portava in valigia, e il ...% lo lasciava a casa; mentre quest'anno chi preferisce il pc appresso è il%.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Le vacanze dei dirigenti e quadri italiani (in %)

Citati:

Gioia Gianluca, Mcs

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n°pagina 129, lunghezza 1/6 di pagina

Bellezze padovane in promozione

Campagne pubblicitarie: per promuovere le bellezze naturali del proprio territorio, la Provincia di Padova, la Camera di commercio, i Consorzi di promozione turistica Giotto e Terme Euganee, l'Azienda turismo Padova Terme Euganee e i Comuni di Padova, Abano e Montegrotto Terme hanno dato il via al progetto di sviluppo "Padova, terra madre di...", un articolato piano di comunicazione.

Citati:

Azienda turismo Padova, Comune di Abano Terme, Comune di Montegrotto Terme, Comune di Padova, Consorzi di promozione turistica Giotto e Terme Euganee, Tend, Terme Euganee

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n°pagina 140, lunghezza 1/5 di pagina

Dieci anni di crescita per il portale Greenplanet.net

Ha festeggiato il decimo compleanno Greenplanet.net, il portale dedicato alla promozione dell'agricoltura biologica e biodinamica, all'alimentazione naturale, alla salute e all'ambiente, al turismo consapevole e alle tematiche connesse allo sviluppo sostenibile.

Citati:

Greenplanet.net

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2005, n°pagina 15, lunghezza 2 pagine

Il retail esteso: una nuova frontiera?

Cambiamenti e opportunità: La competizione sta portando le logiche tipiche del largo consumo (come la competizione territoriale e le difficoltà di gestire numerose referenze) all'interno di mercati che mai le avevano conosciute. E' il caso delle stazioni di rifornimento carburante, delle farmacie e profumerie, dei prodotti media e telecomunicazione, delle banche, delle assicurazioni, degli operatori turistici e del lavoro temporaneo. Il largo consumo può insegnare qualcosa a questi new comer?

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Modello: I retailer hanno sviluppato soluzioni operative in grado di gestire la competizione](#)

- [Modello: Il modello retail si basa su 3 fondamentali \(gestione categoria, format, store operations\)](#)

- [Modello: Il modello retail si sviluppa in contesti altamente dinamici e competitivi](#)

Citati:

Bernardo Trujillo, Carrefour, Leclerc, Marc Augé
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 7/2005, n° pagina 57, lunghezza 1/5 di pagina

I turisti ritornano all'albergo di qualità

L'alberghiero di qualità è al centro di un'indagine di Jones Lang LaSalle che ne ha fotografato la situazione. Gli alberghi a 4 e 5 stelle appaiono in ripresa nel 2004 dopo le difficoltà attraversate dal 2001 in poi. L'Italia ha registrato nel 2003 la performance peggiore degli ultimi 10 anni, con un reddito medio per camera del ...%. In recupero Firenze, Torino e Roma con percentuali superiori al...

Citati:

Jones Lang LaSalle
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 7/2005, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di Pagina

AcNielsen fotografa le spese degli italiani

AcNielsen con un'indagine su oltre...mln di famiglie, risponde agli interrogativi riguardanti le spese degli italiani. Da ... anni, infatti, la spesa incide più di prima su alcune categorie di prodotti quali: consumo di carburante (..% degli intervistati), generi alimentari/bevande (..%), traffico telefonico (..%), salute (..%), automobili/motociclette (..%), casa (..%), abbigliamento/scarpe (..%), arredamento casa/ristrutturazioni (..%), **viaggi/vacanze** (..%), ristorazione fuori casa (..%).

Citati:

AcNielsen
Notizia

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 85, lunghezza 2 Pagine

Tutti in crociera

Servizi turistici: Dalla vacanza per nababbi anzianotti, a viaggio per tutti: coppie, famiglie e single. Con la diversificazione del target è nato un vero fenomeno, che macina tassi di incremento che fanno dimenticare la crisi.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

L'espansione della domanda europea di crociere: 1993-2014

Citati:

Aida cruises, Carnival Corporation & plc, Cemar, Chris Hayman, Costa Crociere, Fabrizia Greppi, Festival Crociere, Greppi Fabrizia, Hayman Chris, Mediterranean shipping company, Msc crociere, Pellegrino Domenico, Royal Olympic Cruises, Seatrade, Starlauro, Stazioni marittime
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 108, lunghezza 1/5 di pagina

Turismo: più arrivi meno presenze

Istat ha rilevato che i flussi nelle strutture ricettive (alberghi e strutture complementari) per il 2004 mostrano che, a fronte di un aumento degli arrivi si registra un calo delle presenze (-..%) e, dunque, negli alberghi e strutture complementari operanti in Italia si sono registrati poco meno di .. mln di arrivi per un totale di .. mln di presenze. Per contro, Gli italiani hanno effettuato ..mln di viaggi a cui sono corrisposte .. milioni di notti... continua...

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [L'andamento delle presenze dei turisti in Italia: 2004 \(nazionalità in %\)](#)

Citati:

Istat
Articolo

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 116

Con Tigre la Family fun card di Viviparchi

Tigre ripropone insieme a Viviparchi la Family fun card, una tessera che offre ai bambini sotto i 13 anni l'accesso gratuito a centinaia di strutture...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 119

Lufthansa e Men@Work entrano nei centri fitness

Persone attente alle novità, dinamiche con buon potere d'acquisto e appassionate di viaggi. A questo target si rivolge il concorso "Gli sportivi volano con Lufthansa".

Notizia

Largo Consumo 4/2005 pg 105

Certosa Galbani regala il benessere

Campagna promozionale: Incentrata sui valori salutisti di questo formaggio. Il gioco a premi mette in palio viaggi, abbonamenti in palestra e alla rivista Starbene.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 2/2005, n° pagina 113, lunghezza 1/6 di pagina

I tour operator promuovono le vacanze

Campagna promozionale e pubblicitaria.

Citati:

Alpitour, BravoClub, Francorosso, SaffirioTortelliVigoriti

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 1/2005, n° pagina 128

A Ttg Italia la gestione della Btc di Firenze

Società del gruppo Rimini Fiera - Btc = Borsa del turismo commerciale – Exmedia

Citati:

Audino Paolo, Borsa del turismo congressuale (Btc), Exmedia, Ttg Italia

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 11/2004, n° pagina 170

Quando il turismo è sostenibile

Strutture turistiche con l'ecolabel comunitario

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 7/2004, n° pagina 108

La bussola delle promozioni

Recensioni: In un mare agitato e spesso confuso come quello delle attività sul consumatore servono alcuni solidi concetti di base, che permettono di scegliere la giusta direzione.

Citati:

Aidim (Ass. italiana di direct marketing), Buffetti Editore, Confesercenti, Consodata, Conte Gianfranco, Federpubblicità, Iperclub Vacanze, Milanomedia

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 6/2004, n° pagina 95

Viaggi in vendita

Le agenzie viaggi in Italia per regione.

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 1/2004, n° pagina 63

Il commercio elettronico aspetta il moderno

Canali: Da panacea per risolvere il business a corresponsabile dello sboom della new economy, a formula seria, con un preciso target: questa la parabola dell'e-commerce, che oggi attende molte grandi insegne.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I principali comparti dell'e-commerce: 2002 (assicurazioni, informatica, turismo...in %)

Citati:

Osservatorio B2C, Politecnico di Milano, Ssb sistemi innovativi, Vanara Antonella

Articolo

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 5/2006, n° pagina 61, lunghezza 2/3 di pagina

[Pepsico Beverages Italia - Con My Chef, Pepsico "conquista" anche il turismo aeroportuale](#)

Focus: PepsiCo fa il tris: dopo Tirrenia Navigazione e Cremonini (treni), da aprile anche i clienti dei punti ristoro My Chef si dissetano bevendo Pepsi. L'operazione prevede la copertura dei 143 punti ristoro My Chef suddivisi nelle tre aree di business del Gruppo: aeroportuale (14 aeroporti), autostradale (10 aree di servizio) e commerciale (21 centri commerciali).

Citati:

Castelli Sergio, Cremonini, Ferrini Roberto, Gatorade, My Chef, Nielsen Retail, Pepsi Regular, Pepsi Twist, PepsiCo, PepsiCo Beverages Italia, Pepsi Boom, Seven Up, Tirrenia Navigazione

Comunicazione d'impresa – Serie "**[I Focus](#)**"