



WWW.LARGOCONSUMO.INFO



CALZATURE

Percorso di lettura aggiornato al n. 11/05 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

Il presente documento può essere scaricato in versione **elettronica** e **interattiva** all'indirizzo:
www.largoconsumo.info/112005/PL-1105-006.pdf

ARGOMENTI CORRELATI:

sul tema della **CALZETTERIA** è disponibile
il **Percorso di lettura** [PL-1005-021.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 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.

Mercato Italia Tessile-Abbigliamento-Calzature

Rapporto sullo stato delle imprese

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

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.

I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo 11/2005 pg.79

Sandali e pantofole in equilibrio

Calzature: come tutti i comparti del settore, anche queste tipologie stanno subendo gli effetti dell'aggressione cinese. Le aziende leader reagiscono innovando e rafforzando l'immagine del marchio.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [L'industria calzaturiera italiana: 2004 \(in mln di paia, in mln di euro e in %\)](#)
- [L'esportazione di sandali, zoccoli, pantofole: 2003-2004 \(in numero di paia e in % sul volume\)](#)

Citati nel servizio

Anci, Battistin Mauro, Birkenstock, Defonseca, Imac, Inps, Istat, Mazzocconi Renato, Sita, Soana Leonardo, Timberland
Articolo

Largo Consumo 11/2005 pg.30

Protagonisti in tuta- Adidas e Reebok

Fusioni e acquisizioni: Grosso colpo nel mercato dell'abbigliamento e degli articoli sportivi. Il colosso tedesco Adidas ha acquistato Reebok per ... mld di euro e ora punta direttamente a contrastare il primato mondiale di Nike. Grazie all'acquisto di Reebok, il gruppo Adidas raggiungerà...continua...

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Le principali operazioni del
Notizia

Largo Consumo 11/2005 pg.105

Le scarpe italiane alla conquista della Russia

Lanciato dall'Ance per sostenere e promuovere le calzature made in Italy, il marchio "I love Italian shoes", avrà una vetrina di rilievo nel centro di Mosca. L'apertura del nuovo spazio di ...mq, prevista per i primi mesi del 2006, è frutto di ... continua...

Notizia

Largo Consumo 11/2005 pg.129

Fila sceglie la stampa

Campagne pubblicitarie: Fila ha scelto Iniziative media per la pianificazione- sulla stampa quotidiana e periodica, specializzata e generalista- del proprio ritorno invernale in pubblicità. La campagna istituzionale, on air fino a Natale, sarà affiancata a breve da una di prodotto, destinate a....continua...

Notizia

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 7

Le importazioni dalla Cina nel 2003

Abbigliamento: Vestiario esterno donna e uomo, maglieria esterna donna e uomo, abbigliamento junior, intimo donna, biancheria casa, e tessile arredo, calze donna, confezioni in pelle, camiceria uomo, intimo uomo, calze uomo, costumi da bagno, scialli, sciarpe e foulard, cravatte, bottoni. **Calzature:** con tomaia in pelle, con tomaia in sintetico, pantofole, con tomaia in gomma, con tomaia in altro materiale.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 13

Le calzature e i prodotti di abbigliamento: 2003. Struttura della distribuzione.

Abbigliamento: vestiario esterno donna e uomo, maglieria esterna donna e uomo, abbigliamento in pelle, camiceria uomo e donna, abbigliamento junior, intimo uomo, intimo donna, costumi da bagno, calzetteria maschile, calzetteria femminile, biancheria casa, scialli, sciarpe e foulard, cravatte.

Calzature: calzature in pelle, in sintetico plastica, pantofole, calzature in gomma, calzature in tessuto.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 23

Gli investimenti pubblicitari dell'abbigliamento in Italia: 2003-2004: i Top Spender

Tra le prime dieci imprese maggiori spenditrici, Calzedonia si conferma in prima posizione, con accanto Golden Lady e Pompea Calze. Poi vi sono tre imprese di calzature (**Geox, Puma e Tod's**). Jeans e abbigliamento casual sono rappresentati da Levi Strauss (con una spesa in forte aumento) e Benetton. Il nome più prestigioso è quello di Giorgio Armani, che ha aumentato la spesa in comunicazione rispetto all'anno precedente.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 24

Le prime 50 imprese italiane dell'abbigliamento per ROI: 2003 (in %)

Tivoli Group srl, Diesel Rags srl, Soave Pelli spa, Simint spa, Diesel Service spa, **Puma Italia srl**, Mico Sport spa, Corporate srl, Lialsport spa, Vestire srl, Pantytex spa, **Graffiti srl**, Passaggio Obbligato spa, Rubens srl, A.B. Florence srl, Xanthia srl, Blue Line International, Jeanswear spa, Initaly srl, **Calzaturificio Manas spa**, Selmart srl, Faenza Stile srl, Ingrosso Confezioni Santini srl, Centex spa, Eldo srl, Pelletterie Palazzolesi srl, Diesel, Industria Confezioni Filottrano, **La Sportiva spa**, **Corrado Maretto srl**, Omniapiega srl, Dama spa, **De Fonseca spa**, Comet Corsetteria e Biancheria Intima srl, Piquadro spa, **Bav Shoes spa**, Ittierre spa, **Sergio Natalini srl**, Alias spa, Piazza Sempione srl, Max Mara srl, Ann Max Export srl, Manifattura Panda srl, Mardi spa, P & F Group srl, **Formentini srl**, Mauli spa, **Calzaturificio Monterosa spa**, **Calzaturificio Jumbo spa**, **Maxima srl**, Foster spa.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 24

Il ROI nel mercato dell'abbigliamento: 2003

I settori considerati: Cravatte, foulard e accessori, Jeans e casual, Pelletteria e valigeria, **Calzature sportive**/sci, Vestiario uomo, Vestiario bambino, Vestiario in pelle, Corsetteria e costumi da bagno, Vestiario donna, Calzature, Calze, Abbigliamento sportivo, Biancheria casa, Camice, Maglieria esterna, Maglieria intima e notte.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 25

La durata media dei crediti clienti nell'abbigliamento: 2003 (in giorni)

I settori considerati: **Calzature sportive**/sci, Calzature, Cravatte, foulard e accessori, Pelletteria e valigeria, Vestiario donna, Maglieria esterna, Corsetteria e costumi da bagno, Camice, Vestiario in pelle, Calze, Vestiario uomo, Jeans e casual, Abbigliamento sportivo, Vestiario bambino, Biancheria casa, Maglieria intima e notte.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 25

Le prime 50 imprese italiane dell'abbigliamento per durata crediti clienti: 2003 (in giorni)

Marche Design srl, Mandarina Necotium srl, Jammy srl, Pantytex spa, Borgo 21 spa, Italedil srl, Confezioni Gioielli spa, Martina srl, Fila Sport spa, Tonali spa, **Artisans Shoes srl**, Calzaturificio Giovanni, **Fabiani srl**, **Compar spa**, Vestire srl, **Gino Cori srl**, **Calzaturificio Lori srl**, Denver srl, Zanella Confezioni spa, Genny Moda spa, Paris Mode spa, Musani Srl srl, Deimos spa, Gi.De.Co. srl, 2M spa, Jeanserie Del Nord srl, **Calzaturificio Alexandria spa**, **Calzaturificio Chinco srl**, **Trag srl**, **Calzaturificio Chiana spa**, **Baldinini srl**, Camiceria Montegrappa srl, Ittierre spa, Focus Europe srl, Con Fra srl, **Calzaturificio Mario Cerutti srl**, **Annabella spa**, Dks Confezioni srl, **Unique srl**, **Calzaturificio Vittorio**, Liccardo srl, Erlivia srl, **Calzaturificio Ma.Fra srl**, Eurostil srl, Alessandra spa, Rem'S srl, Linestyle Italia srl, Lanificio Guasti srl, Simint spa, Calzificio Rover spa, **Calzaturificio Brunate spa**, **Lones spa**.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 25

Le prime 50 imprese italiane dell'abbigliamento per durata debiti fornitori: 2003 (in giorni)

Salomon Italia spa, Hugo Boss Italia spa, Levi Strauss Italia, Focus Europe srl, Fgf srl, **Ras 2000 srl**, **Calzaturificio Andreani**, **Lorena srl**, Ddm Italia spa, **Uvex Cagi srl**, Sartorie Riunite spa, Maglificio B.M. srl, Knit Box srl, Xanthia srl, Alex spa, Samar spa, Santacroce srl, Louis Vuitton Italia spa, **Canguro spa**, **Bav Shoes spa**, **Calzaturificio Maxi srl**, Escada Italia srl, Calzaturificio Fontana srl, Nuova Generoso srl, Ingrosso Confezioni Santini srl, Triumph International Rome spa, Garpell srl, Jeanserie Del Nord srl, Cronert Italiana spa, Adrilon spa, **Puma Italia srl**, Montebello srl, Infiore srl, Acon spa, **Reebok Italia srl**, Torcitura di Atri srl, **Calzaturificio Monterosa spa**, Talenti srl, **Calzaturificio Manas spa**, **Calzaturificio Pucci srl**, Dks Confezioni srl, Trever Weipper Jeanswear spa, Centex spa, **Calzaturificio Chinco srl**, Confezioni Dik srl, **Calzaturificio San Giorgio srl**, Roncato srl, Samsonite spa, Pelletterie 2F di Marenzi, e Cirillo spa, Limberti srl, Deck Marine spa.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 6

Andamento delle imprese italiane delle calzature: consumi e prezzi

Nel 2004 la spesa delle famiglie italiane per abbigliamento e calzature, in base a dati Istat, ha registrato una certa ripresa, con un valore complessivo di ...mld di euro, a prezzi correnti. C'è stato un aumento del valore dei consumi del ...%, nettamente superiore all'...% del 2003. **Le calzature** con ...mld sono aumentate del...%...continua...

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- I consumi di abbigliamento e calzature in Italia 1998- 2004(in milioni di euro correnti)
- I consumi di abbigliamento e calzature in Italia 1998- 2004 (in milioni di euro costanti 1995)

Notizia

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 10

La quota di mercato sulle importazioni mondiali: 1997 – 2003 (in%)

Comparti tessile e maglieria, abbigliamento, pelli e **calzature** dal 1997 al 2003 relativamente a Italia, Francia, Germania, Regno Unito, USA, Giappone, altre economie avanzate, resto del mondo.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 10

Le principali imprese dell'abbigliamento e calzature di USA ed Europa: 2003 (Italia esclusa)

Vendite/ mgl di euro; var % 2003-02. Profitti netti/ mgl di euro; var % 2003-02; % su vendite. Addetti (numero), vendite add.(mgl di euro)

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 12

Il fatturato dei comparti delle filiere tessile e pelle: 1996- 2003 (in milioni di euro)

Industria tessile, Ind. Abbigliamento, Ind.conciaria, **Ind.calzature**, Ind.pelletteria. anni 1996 – 2003; var.% 2003 – 2002.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 12

L'evoluzione dell'industria dell'abbigliamento, calzature, e pelletteria in Italia (in milioni di euro)

Cifra d'affari, export, import, saldo commerciale, dipendenti, dal 1996 al 2003; var.%, % su tot. relativamente ai comparti abbigliamento, maglieria e calzetteria, **calzature**, pelletteria.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 26

Intervista a Rossano Soldini, presidente di Anci (Associazione nazionale calzaturieri)

Le domande: 1) È stato messo in discussione il modello produttivo italiano: in quali direzioni dovrebbe cambiare? 2) Il sistema pubblico e privato sta facendo tutto quanto è necessario per fornire risorse (finanziarie, organizzative, manageriali ecc.) per sostenere un adeguato processo di cambiamento? 3) Quali sono le priorità delle imprese per riposizionare la loro offerta?

Articolo

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 42

Calzature: I risultati delle principali imprese del sistema moda in Italia: 2002-2003

Fatturato, Valore aggiunto, Utili/perdite, n. dipendenti relativamente ad imprese produttrici di calzature con fatturato compreso tra i 371 milioni e i 5 milioni.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 26

Le operazioni M&A nell'abbigliamento, calzature, pelletteria: 2004

Società acquirente, società acquisita o partecipata per Paese e settore relativamente ai comparti: abbigliamento, sportswear, tessile e filati, **calzature**, pelletteria, distribuzione.

Tabella

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 47

Calzature sportive: I risultati delle principali imprese del sistema moda in Italia: 2002-2003

Fatturato, Valore aggiunto, Utili/perdite, n. dipendenti relativamente ad imprese produttrici di calzature sportive con fatturato compreso tra i 247 milioni e i 7 milioni.

Tabella

Pianeta Distribuzione, fascicolo 6/2005, n° pagina 25, lunghezza 2 pagine

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

Largo Consumo, fascicolo 5/2005, n° pagina 53

Sportive al passo

Calzature: I consumi interni ristagnano, anche se il segmento registra una lieve crescita, soprattutto in valore. Occorre rafforzare la politica di marchio per contrastare una concorrenza sempre più agguerrita.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Gli acquisti di calzature sportive in Italia 2003-2004](#)

- [L'interscambio di calzature sportive in Italia per voce merceologica: gennaio-settembre 2004](#)

- [Le variazioni di import-export di calzature sportive in Italia per voce merceologica: 2003-2004](#)

Articolo

Largo Consumo, fascicolo 12/2004, n° pagina 81

In crisi la calzatura italiana anche all'estero

Le calzature segnano il...% di vendite semestrali in uno stato di difficoltà del settore, che ha perso...posti di lavoro. Meno competitiva anche all'estero, con l'export al...% in quantità e ...% in valore, la scarpa italiana subisce le importazioni, ...% in quantità a fronte di un valore in calo del...%. Per i prezzi gli aumenti sono...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2004, n° pagina 71

Conti in rosso per la scarpa italiana

L'industria calzaturiera ha attraversato nel 2003 uno degli anni più difficili. Ancì indica in ...mln di paia di scarpe la produzione dell'anno scorso, con un calo del...% sul 2002, per un corrispettivo valore di...mln di euro. E' diminuito anche l'export, del ...% in quantità e del...% in valore. Tutti di segno negativo i risultati dei primi 4 tradizionali mercati di sbocco:...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 9/2004, n° pagina 71

Le prospettive ottimiste del calzaturiero

Malgrado il difficile 2003, prevale oggi l'ottimismo tra le aziende calzaturiere italiane. Lo indica un sondaggio Mcs fra 200 direttori del personale di imprese del settore. Tra i mercati esteri più interessanti, specie per delocalizzazioni, in testa Estremo Oriente e in particolare India e Brasile.

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 6/2004, n° pagina 97

Un percorso a ostacoli per i grossisti

Schiacciato fra il mass merchandising e le catene di negozi monomarca, che vanno direttamente alla fonte, questo tipo di operatore ha però ancora qualche asso nella manica.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- L'import- export di calzature: gennaio- novembre 2003

Largo Consumo, fascicolo 5/2004, n° pagina 104

Gli obiettivi di Pittarello

Dopo aver chiuso il 2003 con un fatturato di ...milioni di euro, Pittarello calzature guarda con crescente interesse ai mercati europei, in particolare Germania e Francia. Tra i principali competitor...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 3/2004, n° pagina 56

Scarpe sportive: frenata con brio

Calzature: Se il mercato rallenta sul fronte dei volumi, questo articolo conserva prezzi brillanti. Il consumatore è interessato, compra meno, ma meglio, e vuole aderenza con i dettami della moda.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Box: Il settore lancia un grido d'allarme (Anci su crisi export e ristagno interno)

- I caratteri del mercato e il trend delle calzature sportive in Italia

- Il trend delle calzature sportive in Italia: 2002-2003 (volume e spesa corrente e varia. %)

Articolo

LA PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo 10/2005 pg.59

[Lotto Sport Italia - Si rafforzano le attività e le prospettive di sviluppo nel mercato cinese](#)

I Casi Aziendali: Lotto Sport Italia decide di sfruttare le grandissime potenzialità del mercato cinese, attraverso il decentramento produttivo - con la controllata Lotto Sport Hong Kong - e distributivo, tramite contratti di licenza.

Comunicazione di impresa - **["I casi aziendali"](#)**

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 54

[De Fonseca](#)

Le schede aziendali: La società, leader nel mercato della pantofoleria e delle calzature leggere da esterno e da mare, produce e distribuisce in più di 40 Paesi circa 16 milioni di paia l'anno di calzature per il relax e il tempo libero. Attiva da oltre 30 anni nel mercato domestico e internazionale la società ha realizzato nel 2004 un fatturato di oltre 46 milioni di euro: circa l'80% realizzato in Italia e circa il 64% con articoli di pantofoleria.

Comunicazione di impresa – Serie **["Le schede aziendali"](#)**

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 55

[Imac](#)

Le schede aziendali: Imac spa opera da circa trent'anni nel settore calzaturiero e oggi è uno dei cinque maggiori gruppi italiani produttori di calzature per uomo, donna e bambino, utilizzando sia la tradizionale tecnologia del fondo "montato", sia l'iniezione diretta su tomaia del fondo in poliuretano espanso. Imac è stata fondata nel 1974 dai fratelli David e Renato Mazzocconi come laboratorio per l'ortolatura delle tomaie in conto terzi.

Comunicazione di impresa – Serie **["Le schede aziendali"](#)**

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 57

[Lones](#)

Le schede aziendali: Un'attività ormai ventennale: è quella che può vantare Lones spa, l'azienda calzaturiera titolare del marchio Fly Flot, che contrassegna le note linee di zoccoli, ciabatte, pantofole e calzature comode, realizzate con lo speciale sistema dell'iniezione diretta della suola in poliuretano e che è sinonimo delle calzature italiane più vendute ed esportate in tutto il mondo.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La suddivisione del fatturato

Comunicazione di impresa – Serie **["Le schede aziendali"](#)**

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 58

[Lotto Sport Italia](#)

Le schede aziendali: Il marchio Lotto nasce nel 1973 nel mondo della calzatura da tennis; nel successivo decennio, il business si allarga a discipline diverse (in primis il calcio) e a prodotti diversi: abbigliamento e accessori sportivi. Nei primi 10 anni, Lotto si concentra sul mercato italiano, diventando un punto di riferimento nel settore sportivo e uno dei leader nel tennis.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La suddivisione del fatturato 2004

Comunicazione di impresa – Serie **["Le schede aziendali"](#)**

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 59

[M&H](#)

Le schede aziendali: M&H ha risposto alla forte crisi che investe tutto il settore tessile, sia a livello nazionale sia a livello europeo, puntando sulla ricerca, sull'innovazione e sullo sviluppo di nuove tecnologie. Il risultato di questa scommessa, che ha il sapore di una sfida già vinta, si chiama Plasmaterial, una lavorazione tecnica che applica il plasma ai materiali tessili, agendo a livello nanometrico.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La segmentazione del fatturato

Comunicazione di impresa – Serie **["Le schede aziendali"](#)**

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 60

[MBT Italia](#)

Le schede aziendali - La MBT (Masai Barefoot Technology) è stata fondata nel 1997 in Svizzera dall'ingegnere Karl Muller, con l'obiettivo di offrire un prodotto innovativo in grado di facilitare la vita degli sportivi o di chi è affetto da patologie ortopediche. Ci sono voluti sei anni di studi medici sul movimento umano, di realizzazione di prototipi e un brevetto, ottenuto nel 1998, per trasformare l'idea dell'ingegner Muller in un marchio.

Comunicazione di impresa – Serie **["Le schede aziendali"](#)**

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 61

[NewCom](#)

Le schede aziendali - NewCom spa, nata a Padova nel 2002, è un'azienda giovane, fatta di giovani, agile e dinamica, capace di muoversi fuori dagli schemi formali delle grandi realtà aziendali. Ogni anno Atlanta Game, divisione di NewCom spa, distribuisce un milione di paia di sneakers in 1.200 punti vendita sparsi su tutto il territorio nazionale. NewCom ha chiuso il 2004 con un fatturato di 25 milioni di euro, realizzato per il 90% sul territorio italiano e per il 10% all'estero.

Comunicazione di impresa – Serie **["Le schede aziendali"](#)**

Mercato Italia – Tessile-Abbigliamento-Calzature 2005 pag 63

[Toscana Calzature](#)

Le schede aziendali - Toscana Calzature spa è l'azienda fiorentina, fondata nel 1992, che produce e commercializza il marchio CafèNoir. Fin dai primi anni di attività, l'azienda ha dimostrato una forte propensione commerciale: in 13 anni il fatturato è cresciuto in modo costante, passando dai 700 milioni di vecchie lire del primo anno a una previsione di fatturato 2005, sulla base degli ordini acquisiti, che sfiora i 28 milioni di euro.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Il trend di crescita di Cafènoir

Comunicazione di impresa – Serie "[Le schede aziendali](#)"

Largo Consumo 5/2005 pg.52

[Bata](#)

Franchising Bata – 25 anni di esperienza nel franchising in Italia e all'estero.

Pubblicità – "[Tabellare](#)"

Largo Consumo 3/2004 pg.59

[Visual Display vince il P.o.p.a.i Europe Award 2003](#)

Focus: l'ultima edizione di P.o.p.a.i. Europe Awards 2003 ha visto come vincitore l'italiana Visual design con l'innovativo espositore "Zero Gravity" prodotto per Diadora.

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