



WWW.LARGOCONSUMO.INFO



PUBBLICITÀ ON LINE

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-1105-016.pdf

ARGOMENTI CORRELATI:

Sul tema correlato del **COMMERCIO ELETTRONICO, VENDITE DIRETTE E A DISTANZA**, è disponibile
il **Percorso di lettura** [PL-1005-006.pdf](http://www.largoconsumo.info/112005/PL-1005-006.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.

I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 126, lunghezza 1/5 di pagina

Investimenti pubblicitari su Internet

Il progetto comune, partito lo scorso anno tra Nielsen media research Italy, Iab Italia e AssoInternet, è sfociato nell'inserimento nella banca dati AdEx degli investimenti pubblicitari su Internet. La creazione di un gruppo di lavoro congiunto ha portato alla definizione delle metodologie e delle regole di rilevazione e produzione, con le quali i dati sono resi disponibili al mercato. Le informazioni ...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 11/2005, n° pagina 126, lunghezza 1/4 di pagina

Summer card da Vodafone

Pubblicità ingannevole: L'Autorità ha sentenziato che sono da considerarsi ingannevoli le comunicazioni pubblicitarie dell'azienda relativamente la promozione della Summer card, diffuse mediante cartellonistica e Tv. Non è invece ingannevole il messaggio diffuso sul sito internet www.areaprivati.190.it...continua...

Notizia

Largo Consumo, fascicolo 10/2005, n° pagina 138, lunghezza 1/5 di pagina

Opportunità con Ginger Generation

Ginger Generation, progetto di comunicazione rivolto a ragazze dai 12 ai 20 anni, ritorna con la Ginger Bag, una borsa ricca di regali, campioni, sconti, informazioni di prodotto, inviata periodicamente alla community di ragazze che navigano sul sito...continua...

Notizia

Largo Consumo 9/2005 pg 100

La pubblicità va in Rete

Internet: Orientamenti, filosofie, scelte, offerte e richieste dell'advertising su Internet. Emerge un interesse profondo che, se non è ancora maturo, si dimostra almeno vivace.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Il mercato dei mezzi a settembre 2004: internet all'...% \(in %\)](#)

- [Internet: i pesi delle tipologie \(in %\)](#)

Articolo

Largo Consumo 9/2005 pg 111

Dentifricio sbiancante Blanx

Pubblicità ingannevole: La società Keraunos, in liquidazione ha segnalato in qualità di concorrente la presunta ingannevolezza di alcuni messaggi diffusi a partire dai primi mesi del 2004 da Guaber a mezzo stampa e Internet, e da Farmacia Ghiselli e Azienda speciale farmacie comunali riunite, attraverso i rispettivi siti Internet e volti a promuovere il dentifricio Blanx...Continua...

Notizia

Largo Consumo 9/2005 pg 107

Fra i media tradizionali si fa largo l'on-line

Internet: la società di ricerche di mercato a livello mondiale Millward Brown Delfo ha svolto uno studio, "Euro Media Trends 2005", intervistando i key decision maker di marketing e media di diverse società, operanti in diversi settori. Dalla ricerca, che ha analizzato gli orientamenti nella scelta dei diversi media, la percezione su..., è emerso...continua...

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [I decision maker che si aspettano un aumento di budget per il 2005 \(in %\)](#)

Notizia

Largo Consumo 7-8/2005 pg 113

Foxy in campagna con Msn.it

Le Industrie cartarie Tronchetti, hanno scelto in esclusiva Msn.it per promuovere on-line i fazzoletti ipoallergenici del proprio marchio Foxy. La campagna si fondava su un sistema di crediti musicali...Continua...

Articolo

Largo Consumo 7-8/2005 pg 115

Di che cosa parlano gli italiani sul web

Digital Pr, agenzia di relazioni pubbliche del gruppo Hill & Knowlton specializzata nell'utilizzo e nello studio delle forme più avanzate di comunicazione Internet, ha pubblicato l'edizione 2004 della ricerca "Dall'abbigliamento allo zapping: di cosa parlano gli italiani in Rete", che prende in esame forum e newsgroup italiani per costruire una mappa completa di questo mondo virtuale. In questa nuova e più completa edizione dello studio spicca tra gli argomenti più discussi quello...Continuo...

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Il numero totale di messaggi postati per categoria](#)

Notizia

Largo Consumo 6/2005 pg 102

Creatività in rete

Pubblicità: L'advertising on-line va affermandosi man mano che le aziende prendono confidenza con Internet. E si esplica in forme diverse, che si fanno sempre più raffinate e mirate a target ben delineati.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [I pesi di tipologie di pubblicità on-line in Italia: settembre 2004](#)

- [Il trend degli investimenti pubblicitari su Internet in Italia per settore: settembre 2004](#)

Articolo

Largo Consumo 3/2005 pg 116

L'influenza del trade

Presentazione del rapporto previsionale sui prezzi medi della pubblicità e degli investimenti a cura dell'Istituto di economia d'impresa dell'Università di Milano-Bicocca.

Notizia

Largo Consumo 3/2005 pg 126

Tra multimedialità e creatività

Servizi multimediali: un mondo variegato, in crescita, ma anche molto eclettico, con la capacità di occuparsi di molteplici aspetti del business, dalla consulenza al marketing allo sviluppo web e le nuove tecnologie. Per questo uno dei principali motivi di Asseprim è quello di...continua...

Notizia

Largo Consumo 11/2004 pg 137

Crescono gli investimenti pubblicitari

Comunicazione: secondo la stima Nielsen, gli investimenti pubblicitari nel primo semestre del 2004 hanno raggiunto...milioni di euro (...% rispetto allo scorso anno). A guidare la ripresa è stata la televisione, anche se valori in crescita hanno fatto registrare sia la stampa, sia in generale tutti gli altri mezzi. 25 i settori merceologici in questione...continua...

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La classifica dei primi dieci top spender

Notizia

Largo Consumo 9/2004 pg 138

Indagine sul rapporto fra minori e Internet

Per valutare i comportamenti in Rete dei minori e i rischi che possono correre, è stata realizzata una ricerca sulla percezione del rischio dei minori durante la navigazione in Internet. Condotta fra un campione di bambini italiani di età compresa fra gli 8 e i 13 anni, la ricerca ha raccolto i dati tramite questionario e interviste. Quattro le direttive su cui vertono le domande...continua...

Notizia

Largo Consumo 5/2004 pg 145

Advertising a misura di click

Relation marketing: Il boom e lo sboom della net economy hanno insegnato qualcosa a tutti: la rete è un mezzo con regole particolari. L'utente è signore e il mouse è molto di più di un banale telecomando.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- La pubblicità in Internet (banner, sms, e-mail...): 2002-2003 (in .000 di euro e in %)

- Box: Ascoltare il web

Articolo

Largo Consumo 5/2004 pg 152

Pay for performance per l'advertising in Rete

Overture, società che agisce in qualità di intermediario tra i portali web e i motori di ricerca e i clienti, ha costruito il suo successo intorno alla formula pay for performance. Ciò ha rivoluzionato i canoni del messaggio promozionale. Infatti, il modello P4p consente di...ed è caratterizzato dal fatto di...continua...

Notizia

Largo Consumo 4/2004 pg 152

Se il marketing va in rete

Internet: Sapere quali sono i prodotti giusti da pubblicizzare o vendere in Rete non è un'impresa facile. Occorrono molte riflessioni, molto impegno e la capacità di comprendere pregi, difetti e regole di Internet.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- Box: La tv in azienda

- Gli strumenti del marketing communication

Articolo

LA PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo 6/2005 pg 116

CT - Consulttechnology

1/1 Qc- Eye Tracking Test: l'efficacia della comunicazione è finalmente misurabile attraverso la registrazione dei movimenti dell'occhio e dei punti di attenzione di fronte ad un'immagine pubblicitaria, a uno spot televisivo, a un packaging rivelando se il prodotto o il claim ricevono la dovuta attenzione. Un punto di forza del laboratorio di User Experience di CT per valutare l'usabilità e l'efficacia di un sito web.

Pubblicità –“**Tabellare**”

Largo Consumo 4/2005 pg 103

Cafè do Brasil - Caffè Kimbo si aggiudica i Virgilio Spot Awards

Estensione: Spot: Il caffè Kimbo con lo spot "Il tirchio" si è aggiudicato il primo posto ai Virgilio Spot Awards, premi per gli spot tv del 2004 più votati dai visitatori del portale Virgilio, assegnati a Milano lo scorso 7 marzo

Comunicazione d'impresa –Serie “**Gli Spot**”

Largo Consumo 3/2005 pg 128

Imperiali Comunicazione- Agenzia di pubblicità

1/1Qc - Siamo uomini o multinazionali? No, non siamo una multinazionale. Siamo consulenti creativi in carne e ossa, con nome e cognome. Alcuni si limitano a commissionarci idee originali ed efficaci, altri trovano in noi professionisti capaci di affiancarli in ogni fase e aspetto della comunicazione integrata. Chiedete di Andrea Imperiali, risponderà in prima persona.

Pubblicità –“**Tabellare**”

Largo Consumo 1/2005 pg 168

Register.it

1/1Qc - Abbiamo clienti che non rinuncerebbero alla loro marca di caffè per nulla al mondo. Cafè do Brasil S.p.A. ha scelto "Online Brand Protection" per registrare e proteggere il suo marchio online in tutto il mondo.

Pubblicità –“**Tabellare**”

Largo Consumo 12/2004 pg 102

Cma Italia: Lucull incontra Internet

1/1Qc- La connessione al food business- il nuovo strumento Internet della CMA: la connessione più veloce all'industria agro-alimentare tedesca, in cinque lingue, dettagliata e con un chiaro layout.

Pubblicità –“**Tabellare**”

Largo Consumo 12/2004 pg 129

Komkids

Focus: l'agenzia è l'unica presenza nel settore della comunicazione a rivolgersi a kids e teen, fornendo alle aziende dei servizi specializzati attraverso specifiche strategie di marketing.

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

Largo Consumo 7/2004 pg 20

[Montangero e Montangero](#)

1/1Qc - dopo 30 anni Advema lascia, Montangero raddoppia. Di fianco ad Enrico Montangero, schiera il figlio Marco Montangero, con una squadra di professionisti giovani e preparati. Un'agenzia al vertice di un gruppo di imprese guidate da specialisti affermati, che si affiancano alla pubblicità per offrire un servizio completo: Gemini, Customer Centric, Web in progress.

Pubblicità –"[Tabellare](#)"