



Documento in **versione interattiva**:  
[www.largoconsumo.info/112006/PL-1106-010.Pdf](http://www.largoconsumo.info/112006/PL-1106-010.Pdf)

## TEMPO LIBERO E INTRATTENIMENTO

### Costi del Percorso di lettura:

€ 329,00 (comprensivo iva) - non abbonati  
€ 255,00 (comprensivo iva) - abbonati

### Costi dei singoli titoli:

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

Per ordini: [diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it](mailto:diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it)

Aggiornato a: Largo Consumo 11/2006 e supplementi

Rif: PL-1106-010

### RIFERIMENTI:

Il sommario di tutti i Percorsi di lettura di Largo Consumo  
è scaricabile all'indirizzo [WWW.LARGOCONSUMO.INFO/PERCORSI](http://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.

#### Mercato Italia – Grocery non alimentare

#### **Rapporto sullo stato delle imprese**

I **risultati finanziari** delle principali imprese nazionali, la **produzione** industriale e le **esportazioni**, i **consumi** interni e 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.

#### 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 11/2006, lunghezza 3 pagine

**Il digitale paga?**

Home video: Il 2005 del mercato italiano dell'audiovisivo ha visto il consolidarsi dei risultati raggiunti nel 2004, con un fatturato intorno ai ...milioni di euro. Il supporto dvd ha raggiunto un fatturato di ...milioni di euro, continuando il processo di sostituzione del vhs in tutti i canali di consumo, dal noleggio, alla vendita, all'edicola. In crescita la dotazione tecnologica delle famiglie italiane.

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

- Box: famiglie tecnologiche
- Gli acquisti degli italiani di prodotti home video: 2005 (in milioni di pezzi e in %)
- La segmentazione dei prodotti home video immessi nel canale tradizionale: 2004-2005 (in %)
- La spesa degli italiani per prodotti home video: 2005 (in valore e in %)

**Citati:**

Blockbuster, Gfk, Move - Mostra del video entertainment, Prometeia, Rapporto annuale sullo stato dell'editoria audiovisiva in Italia, Univideo (Unione italiana editoria audiovisiva)

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, lunghezza 2 pagine

**Shopping all'ombra delle Torri**

Test sul punto di vendita: Un caso di felice matrimonio fra spesa e divertimento: certo l'abbinata è ormai d'obbligo, ma in questo caso il binomio pare davvero riuscito. Vediamo cosa ne pensa la clientela. La superficie totale e di ...mq. Vi sono 30 punti di vendita, più un cinema multisala. Le maggiori superfici sono... e numerose sono le categorie merceologiche trattate. Il parcheggio è composto di ... posti auto.

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

- La scheda del centro commerciale Torri Bianche di Vimercate

**Citati:**

Aido (Associazione italiana donatori di organi), Avis (Associazione volontari italiani del sangue), Field Service Italia, Il Carosello, Il Gigante, Il Globo, McDonald's, Mondadori multicenter, Pozzini Cesare, Torri Bianche di Vimercate, Warner Villane

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, lunghezza 2 pagine

**Centri commerciali per divertimento**

Strategie: Attività commerciale e intrattenimento, due facce di una stessa medaglia: l'offerta di servizi di entertainment sta diventando sempre più un aspetto diffuso e strategico all'interno dei centri commerciali. La combinazione di vendita e intrattenimento offre al cliente un'immagine del centro commerciale completa e più coinvolgente.

**Citati:**

Aareal asset management, Bardelli Antonio, Boldrin, Casanova Antonio, Città Fiera in Friuli, Cncc (Consiglio nazionale dei centri commerciali), Coopsette, Green planet entertainment, Happy center service, Le Befane di Rimini, Magicabula, Rehorst Arco, Sierra Sonae, Terme di Rimini

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, lunghezza 1/3 di pagina

**Leggere fa crescere il Pil**

Che leggere abbia effetti positivi è chiaro. Non altrettanto noto il fatto che incide sulla salute e sul benessere economico generale di un Paese. A rilevarlo un'indagine commissionata dall'Associazione italiana editori a un gruppo di economisti delle Università di Bologna e di Trento che ha messo a confronto gli indici di acquisto di libri nelle macroaree italiane con i tassi di sviluppo economico, in altre parole con la crescita del Pil.

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

- Associazione italiana editori, Università di Bologna, Università di Trento

**Citati:**

Le aree italiane per incidenza di pil e numero di lettori (in %)

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, lunghezza 1/3 di pagina

**Le biglietterie TicketOne entrano in Finiper**

I clienti della catena Iper potranno acquistare direttamente i biglietti per assistere a tutti gli spettacoli gestiti da TicketOne. L'accordo ha il duplice obiettivo di trasformare supermercati e ipermercati in punti di riferimento per l'entertainment, facilitando e incentivando la partecipazione agli eventi culturali, sportivi e musicali.

Proposte editoriali sullo stesso argomento:



**Titolo EDITORIA LIBRARIA**

- Percorso di lettura  
**Codice** [PL-0506-012.pdf](#)  
**Edizione** 05/2006  
**Editore** Editoriale Largo Consumo



**Titolo GIORNALI QUOTIDIANI E PERIODICI**

- Percorso di lettura  
**Codice** [PL-0606-002.pdf](#)  
**Edizione** 06/2006  
**Editore** Editoriale Largo Consumo



**Titolo VIDEOGIOCHI**

- Percorso di lettura  
**Codice** [PL-0506-006.pdf](#)  
**Edizione** 05/2006  
**Editore** Editoriale Largo Consumo

**Citati:**

Finiper, TicketOne  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, lunghezza 1/3 di pagina

**La vittoria ai Mondiali e le sponsorizzazioni**

In seguito alla vittoria ai Mondiali di Calcio da parte della Nazionale azzurra, StageUp ha rivisto al rialzo le previsioni stilate per il 2006. Il principale evento sportivo dell'anno sembra infatti avere avuto un effetto positivo dell'..% sul mercato delle sponsorizzazioni, che dovrebbero chiudere l'anno a .. milioni di euro.

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

- Gli italiani che hanno seguito la nazionale ai mondiali 2006 (in %)

**Citati:**

Palazzi Giovanni, StageUp  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, lunghezza 1/3 di pagina

**Ottimo il gradimento per Tele.News Metro**

Sono decisamente positivi i risultati della nuova indagine di mercato qualitativa su l'indice di gradimento di Tele.News Metro, l'outdoor tv che trasmette in esclusiva, con un network di .. schermi di grande formato sulle banchine di attesa delle tre linee metropolitane di Milano. Il dato più significativo emerso dalla ricerca è la conferma dell'audience del mezzo (..%).

**Citati:**

Class News, Istituto Unicab  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2006, lunghezza 1/3 di pagina

**Da Nessuno Tv è nata The Blog Tv**

La componente videopartecipativa del palinsesto Nessuno Tv (canale 890 di Sky) che ha contribuito in modo determinante al successo del canale, si separa e viene rafforzata con The Blog Tv per diventare il primo user generated network internazionale.

**Citati:**

Betti Luisa, Cappellini Stefano, Digital magics, Nessuno Tv, Pellegrini Bruno, Sky, Sofri Luca, The Blog Tv, Zanchini Jacopo  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n°pagina 0, lunghezza 1/3 di pagina

Pubblicato on-line

**La chitarra diventa gadget**

Distribuita in occasione di un evento musicale (quelli estivi arrivano a radunare anche ... persone), la "Guitar promotion" può diventare elemento di animazione dello spettacolo, alimentando la comunicazione tra pubblico e palco. La "Guitar Promotion" valorizza il brand anche nel tempo, poiché si presta a essere collezionata e conservata, come un perfetto gadget.

**Citati:**

Coro Marketing  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2006, n°pagina 126, lunghezza 3 pagine

**Le Cenerentole dell'etere**

Mezzi: le televisioni locali sono cresciute, ma rimangono un mezzo poco pianificato. Il comparto è ricco di buone potenzialità, ma si divide una torta pubblicitaria limitata. Il mercato pubblicitario televisivo nazionale vale .. miliardi, ma il comparto delle tv locali, costituito da .. emittenti, si porta a casa .. milioni. Il ..% della torta pubblicitaria quando, però, alla voce "altre" dell'Auditel nazionale l'emittente locale raggiunge il ..% di share.

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

- I plus pubblicitari delle tv locali
- Il posizionamento delle tv locali per genere di età
- La graduatoria delle tv locali per copertura: febbraio 2006

**Citati:**

3Italia, Espansione tv, Eurisko, Frt Tv Locali, Giunco Maurizio, Grasso Aldo, Mediaset, Montone Luca, Mugnai Boris, Rai Trade, Rtv 38, Sic (Sistema integrato della comunicazione), Telenorba, Università di Bari, Upa  
Articolo

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

**Proposte firma la comunicazione di Globe**



**Titolo INFORMATICA ED ELETTRONICA DI CONSUMO**  
- Percorso di lettura  
**Codice** [PL-0606-018.pdf](#)  
**Edizione** 03/2006  
**Editore** Editoriale Largo Consumo

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 137, lunghezza 1/3 di pagina

**Motivi e University.it rilanciano in radio**

È finalizzata a portare Radio Motivi a diventare la radio ufficiale del portale giovanile [www.university.it](http://www.university.it), la partnership stretta tra Motivi, il marchio giovane di Vestebene Miroglio e University.it, una delle più importanti comunità universitarie italiane.

**Citati:**

Motivi, Radio Motivi, University.it, Vestebene Miroglio  
Notizia

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

**Nuova radio/rds**

Operazioni di concentrazione: l'operazione consiste nell'acquisizione, da parte di Nuova radio, dell'impianto Radio dimensione suono con frequenza 89.600 Mhz situato in località Monte Fregona (Tv) e nella contestuale cessione da parte di Nuova radio a Rds di un impianto di sua proprietà con frequenza 102.000 Mhz sempre situato in località Monte Fregona (Tv). L'autorità delibera....

**Citati:**

Impianto Radio dimensione suono, Nuova radio, Rds Consultino  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina

Pubblicato on-line

**Carta del film telematico approvata a Cannes**

In occasione del festival del cinema di Cannes, i principali rappresentanti dell'industria cinematografica e dei contenuti, dei fornitori di servizi Internet e degli operatori del settore delle telecomunicazioni dell'Ue e degli Usa hanno approvato la Carta europea del film on-line.

**Citati:**

Carta europea del film on-line, Festival del cinema di Cannes  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2006, n° pagina 100, lunghezza 2 pagine

**Miliardi in concorso**

Il 2005 è stato un anno straordinario per il mercato italiano dei giochi e delle scommesse, un settore che ha coinvolto – almeno una volta nei passati 12 mesi – oltre ... milioni di italiani, dalle cui tasche sono usciti circa ... miliardi di euro (+...% rispetto al 2004), cifra che sfiora il ...% del nostro Pil. In termini di fatturato, il sistema dei giochi pubblici costituisce la quinta realtà imprenditoriale del Paese.

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

- La raccolta monetaria dei giochi: 2005 (in milioni di euro)
- La spesa sui giochi per famiglia italiana: 2005 (in euro)

**Citati:**

Aams, Agicos, Enel, Eni, Eurisko, Ifi-Fiat, Telecom Italia  
Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2006, n° pagina 12, lunghezza 2 pagine

**Innovazione: cronache dal futuro**

L'innovazione sarà vivacissima negli anni a venire soprattutto nell'information and communication technology (ict) I personal computer, attualmente, sono stati abbandonati dai grandi produttori mondiali perché è il telefonino il personal computer del futuro. Con l'avvento di microprocessori sempre più piccoli e con una capacità di memoria e di interconnessione enorme, il telefonino diventa un tool capace di elaborazioni, di collegamenti, di interventi inimmaginabili.

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

Le caratteristiche dei prodotti del futuro

**Citati:**

Aethra, Artemide, Assolombarda, Cefriel, Cnr, Cobra, Faber, Free-Spot, Fuggetta Alfonso, Hantarex, Ice (Istituto per il commercio con l'estero), Indesit, Microsoft, Olimpiadi di Torino, Progetto Magellano, Prometeia, Russi Vincenzo, Technogym, Wal-Mart  
Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2006, n° pagina 113, lunghezza 1/5 di pagina



**Titolo SPORT:**  
**ABBIGLIAMENTO E ACCESSORI**  
- Percorso di lettura  
**Codice** [PL-1106-002.pdf](#)  
**Edizione** 11/2006  
**Editore** Editoriale Largo Consumo



**Titolo VIAGGI E INCENTIVAZIONE**  
Percorso di lettura  
**Codice** [PL-1006-016.pdf](#)  
**Edizione** 10/2006  
**Editore** Editoriale Largo Consumo



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

### Un telefilm in metropolitana

Sul canale Tele.News Metro che trasmette all'interno delle ... più importanti stazioni metropolitane di Milano, è in onda Franki, che in ...secondi a episodio racconta le vicissitudini quotidiane di un moderno Frankenstein abbandonato dal suo creatore a una fermata della metro.

#### Citati:

D'Abbraccio Vincenzo, Danone, De Laurentiis Gian Luca, Franki, Tele.News Metro  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2006, n°pagina 110, lunghezza 2 pagine

#### La banda della tv

Ancora sinonimo di computer e Internet, la connessione ad alta velocità e in digitale è invece molto flessibile e si adatta a una pluralità di media. Ci sono tutte le premesse per il decollo. In Italia siamo a un ...%, mentre in Svizzera siamo al ...%, in Svezia al ...%, in Danimarca al ...%. Nel Regno Unito il numero di connessioni broadband ha superato quelle via modem e sono circa ... milioni le aziende e gli uffici dotati di connessione veloce.

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

- Arriva l'annullata spot

- [La banda larga in Europa \(% di penetrazione\)](#)

#### Citati:

Adsl, Camera di commercio di Milano, Dvr, Erg (European regulators group), Fastweb, Libero, Mediaset, Nextplora, Procter&Gamble, Rai, Sangalli Carlo, Tele2, Tin.it, Tiscali, TiVo, Umts  
Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n°pagina 77, lunghezza 1/5 di pagina

#### Nascono le librerie Coop

La nuova scommessa del movimento cooperativo punta sul mercato librario. Il piano di sviluppo prevede l'apertura di ... negozi in ... anni. Le librerie potranno contare su un assortimento di ...-... volumi e ...-... sigle editoriali.

#### Citati:

Coop Adriatica, Coop Liguria, Coop NordEst, Eco Umberto, Librerie.coop, Lucchetta Paolo, Montroni Romano, NovaCoop Piemonte, Officine Minganti, Unicoop Tirreno, Università di Bologna  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n°pagina 104, lunghezza 2 pagine

#### Intrattenimento a misura di telefonino

Musica, tv, gossip, servizi di informazione, comunicazione e interattività tutte raccolte in un unico oggetto, da possedere, utilizzare, idolatrare: questa la sfida di un mercato che non conosce la stasi, come quello del telefonino. Il mercato dai ... milioni di euro nel 2003 ha superato la soglia del ... nel 2005.

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

- La dinamica del mercato

- Le piattaforme tecnologiche

#### Citati:

Chin Richard, Gorietti Fabrizio, Mediaset, Microsoft, Motorola, Nokia, Novari Vincenzo, Osservatorio sui Mobile vas della School of management del Politecnico di Milano, Politecnico di Milano, Rai, Ramazzotti Eros, Rimonti Pietro Paolo, Rossini Andrea, Samsung, Sky, Sony Net Services, Telecom Italia, Tim, Vodafone  
Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n°pagina 157, lunghezza 1/5 di pagina

#### Per tuffarsi, togliere i freni ( da Lsa)

Rassegna stampa internazionale: La piscina familiare, vista peraltro come fonte di benessere, incontra ostacoli tra i francesi nei prezzi di acquisto e di manutenzione. Sulle motivazioni che costituiscono un freno al mercato la Federazione dei professionisti delle piscine, Fpp, promuove uno studio qualitativo triennale i cui ultimi risultati escono proprio quest'anno.

#### Citati:

Fpp (Federazione dei professionisti delle piscine), Leboulenger Sylvie, Lsa  
Notizia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2006, n°pagina 49, lunghezza 1/5 di pagina

#### La distribuzione moderna non alimentare in Italia: le imprese rilevate nel 2004 (computer, ottica, giocattoli, musica, libri, home video)

La distribuzione moderna non alimentare in Italia: le imprese rilevate nel 2004 (computer, ottica, giocattoli, **musica**, **libri**, **home video**).

#### Citati:



**Titolo IL MERCATO DEGLI EVENTI**  
- Percorso di lettura  
**Codice** [PL-1106-015.pdf](#)  
**Edizione** 11/2006  
**Editore** Editoriale Largo Consumo



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

**COPERTINA  
NON  
DISPONIBILE**

**Titolo** Non solo media. Scenari, fonti e percorsi di ricerca sul tempo libero  
**Autore** Valentina Martino  
**Editore** Franco Angeli  
**Anno** 2005  
**Pagine** 208  
**Prezzo** € 20,00

Angelo Randazzo, Blockbuster, Buffetti, Bureau Van Dijk, Cdc Point, Datamatic, Disney Store, Esprinet, Fnac, Giochi Preziosi, Grandoptical Italia, Holding dei Giochi, Librerie Feltrinelli, Messaggerie Libri, Messaggerie Musicali, Mondadori Retail, Rocca, Salmoiraghi & Viganò, Strabilia, Tecnodiffusione, Union Fotomarket, Vobis  
Tabella o Grafico

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n°pagina 0, lunghezza 21 Pagine

**2001-2005 Cinque anni di evoluzione e rivoluzione nell'uso dei media**

Documento associato all'articolo "La nuova identità dei mezzi", apparso su *Largo Consumo* 5/2006

Quinto rapporto Censis-Ucsi sulla comunicazione in Italia 2005. In collaborazione con Mediaset, Mondadori, Ordine dei Giornalisti, Rai, Telecom Italia.

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

- Ciò che gli italiani preferiscono fare con il cellulare
  - I programmi radiofonici preferiti, per genere
  - Il profilo degli utenti di Internet che cercano on line informazioni su prodotti da acquistare
  - Il profilo degli utenti di Internet che fanno acquisti on line
  - Il rapporto degli utenti del cellulare con le videochiamate
  - La concorrenza esercitata dalla TV satellitare e dal Web sui mezzi tradizionali
  - Le attività on line predilette dagli italiani, per genere
- Documento

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n°pagina 48, lunghezza 2 pagine

**I due volti dell'mp3**

Un mercato in piena espansione, anche nella grande distribuzione, cui, a oggi, è già destinato il ...% dei prodotti e che, inizialmente attirata soltanto dai player base, con il prezzo più basso, ha di recente iniziato a mostrare interesse anche per prodotti di fascia più alta. Fino a oggi, la società della mela ha venduto ... milioni di iPod, vale a dire circa l'...% di tutti i lettori mp3 del mondo. In seno all'Europa, il nostro Paese è però uno dei fanalini di coda, coprendo il ...% del mercato.

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

[Le vendite di lettori mp3 in Italia: \(in unità e migliaia di euro\)](#)

**Citati:**

Apple, Beduschi Sonia, Dirk Pinamonti, Gfk, Magni Stefano, Packard Bell, Philips, Samsung  
Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n°pagina 110, lunghezza 1 pagina

**Acquisti on-line: crescita senza novità**

Ha acquistato on-line almeno una volta nell'ultimo anno, quasi un ... della popolazione mondiale, pari a... milioni di persone. In tutto il mondo i libri si posizionano al primo posto tra gli articoli maggiormente venduti (...%), quindi i dvd e videogiochi con il ...%; a seguire biglietti e prenotazioni aeree, ...%; abbigliamento, scarpe e accessori al ...%. Le carte di credito sono il metodo di pagamento più diffuso in tutto il mondo. Seguono il trasferimento di denaro, utilizzato per ... acquisti su 100.

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

[Gli ultimi 3 prodotti acquistati on-line: 2005 \(in%\)](#)

**Citati:**

AcNielsen, AcNielsen on-line consumer opinion survey  
Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n°pagina 124, lunghezza 1 pagina

**La nuova identità dei mezzi**

Il web: la più importante rivoluzione mediatica del recente passato. Nel 2005 almeno un computer presente nel ...% delle case degli italiani, ma lo usano effettivamente solo il ...%! Il...% dei giovani naviga su Internet. La Rete diventa un negozio virtuale per il ...% dei navigatori. Il cellulare per il ...% rappresenta un elemento di tranquillità. Passaggio dagli stadi alla pay tv satellitare. Il ...% dei lettori di quotidiani dichiara di leggere giornali gratuiti.

**Citati:**

Censis-Ucsi, Mediaset, Mondadori, Ordine dei giornalisti, Rai, Telecom Italia  
Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n°pagina 135, lunghezza 0,5 di di pagina

**Iou, la free press per gli studenti**

È partita a Bologna alla fine di febbraio scorso, ma punta a una distribuzione nelle principali città italiane. Si tratta di Iou nato dalla partnership tra Editoriale Secondamano, e Studenti Mediagroup.

**Citati:**

Editoriale Secondamano, Iou, Studenti Mediagroup  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n°pagina 135, lunghezza 1/5 di di pagina

#### **Family life tv va in onda**

È in onda, sul canale 873 della piattaforma Sky Family life tv, la prima emittente televisiva il cui esclusivo pubblico di riferimento è la famiglia.

#### **Citati:**

Ansa, Centro televisivo Vaticano, Family media group, Sky Family Life  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n°pagina 140, lunghezza 0,6 di di pagina

#### **Gran Bretagna: la Rete supera il piccolo schermo**

La notizia arriva dal Regno Unito, dove il cittadino medio passerebbe ... minuti ogni giorno a navigare in Rete, contro i 1... minuti trascorsi davanti al piccolo schermo.

#### **Citati:**

Google  
Notizia

*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 5/2006, n°pagina 175, lunghezza 1/5 di pagina

#### **Guida all'emittenza (edito da Annuario G.E.)**

Segnalazione del volume: La nuova edizione della Guida, divisa in 15 sezioni, rappresenta un esaustivo censimento del sistema radiotelevisivo italiano, con l'indicazione di ... televisioni e ... radio private, per ognuna delle quali si forniscono i recapiti e i dettagli sull'assetto societario.

#### **Citati:**

Birra Peroni, Biscaldi, Campati, Conserve Italia, Ferrarelle, GIV Gruppo Italiano Vini, Heineken Italia, Iri Information Resources, Italgrob, Pago, Pepsico International, San Benedetto, San Pellegrino, Università degli Studi di Parma  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2006, n°pagina 68, lunghezza 2 pagine

#### **Videogiochi ad alto potenziale**

Da marzo 2004 a marzo 2005 il mercato italiano dei videogiochi ha raggiunto, nei canali distributivi moderni (ipermercati e specializzati, catene multimediali e consumer electronics), il ...% del totale vendite a volume per un valore complessivo superiore ai ... milioni di euro (+...%). Le vendite di software hanno generato ricavi per ... milioni (il ...%), il restante ...% è rappresentato dall'hardware per un valore di ... milioni.

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

- box: un target in cambiamento (Quello dei videogiocatori)

- [Gaming on-line, gaming su cellulare e profilo dei videogiocatori: 2005](#)

#### **Citati:**

Associazione editori software videoludico italiana (Aesvi), Atari, Bonatti Claudia, Calderoni Pierfederico, Centrale Adriatica, Coop Adriatica, Coop Estense, Coop Nord-Est, Ds, Gameboy micro, Latina Davide, Micallef Marco, Microsoft Italia, Microsoft Xbox, Microsoft Xbox 360, Nintendo, Nintendo Ds, Nintendo Game boy advance, Nintendo Game Cube, Persegati Andrea, Playstation, Playstation portable, Sce Italia, Sony, Sony Ps2 55, Sony Psp, Ubisoft

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 115, lunghezza 1/5 di pagina

**Iva al 4% per i DVD come per i libri**

Tutele e diritti: L'Adoc chiede al Governo di uniformare l'Iva che grava su cd e dvd (20%) a quella dei libri (4%). Ingiusto anche che l'Iva applicata a dvd e cassette vendute allegati a riviste e giornali sia del 4%, mentre per il dettaglio è del 20%.

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2006, n° pagina 165, lunghezza 1/4 di pagina

**Rti/Rtv Campione**

Operazioni di concentrazione: L'operazione consiste nell'acquisizione, da parte di Rti (gruppo Mediaset), di numero 30 impianti radiotelevisivi e relative frequenze di proprietà di Rc. Mediaset raggiungerà una copertura dichiarata di circa ....%. L'Autorità delibera...

**Citati:**

Mediaset, Rc, Rti

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 11, lunghezza 4 Pagine

**Gli orizzonti dell'intrattenimento**

Media: l'industria dell'intrattenimento e dei media sta attraversando il periodo più favorevole dal 2000 con un tasso di crescita del ...%, sono ad arrivare nel 2009 a ... trilioni di dollari. I fattori chiave sono: aumento degli investimenti pubblicitari, una maggiore diffusione on-line di musical, film, libri e videogame. L'area geografica con il più alto tasso di crescita è e rimarrà quella asiatica. Gli Usa.....

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Il mercato dell'intrattenimento e dei media per area geografica: 2000-2009 \(in milioni di dollari\)](#)

- [Il mercato pubblicitario: 2000-2009 \(in milioni di dollari\)](#)

- [La crescita del Pil per area geografica: 2000-2009 \(in %\)](#)

- [La spesa nell'intrattenimento per segmento: 2000-2009 \(in milioni di dollari\)](#)

**Citati:**

Fenez Marcel, Jackson Wayne, Middelweerd John, PricewaterhouseCoopers

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 11, lunghezza 1/2 pagina

**[La spesa nell'intrattenimento per segmento: 2000-2009 \(in milioni di dollari\)](#)**

La spesa globale in attività di intrattenimento e tempo libero relativamente i segmenti: Televisione, Musica, Radio, Internet, Videogiochi, Periodici, Quotidiani, Libri, Parchi divertimento, Casinò e Sport.

Tabella o Grafico

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 138, lunghezza 1 Pagina

**Il testo della discordia**

Legislazione: Ecco il Testo Unico della radiotelevisione. Nato per mettere ordine in un settore confuso e complesso come l'audiovisivo, ha già creato non poche polemiche. Ha un nome pomposo, "Testo Unico della radiotelevisione". Dallo scorso 8 settembre 2005 è diventato legge, ma va detto che era stato già previsto dall'art. 16 della legge 112 del 2004, più nota come legge Gasparri.

**Citati:**

Autorità Garante per la concorrenza, Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, Calabrò Renato, Corecom, Garante per la protezione dei dati personali, La7, Legge Gasparri, Legge Mammi, Mediaset, Ministero delle Comunicazioni, Presidenza del Consiglio dei Ministri

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 143, lunghezza 1/3 di pagina

**"Seminar libri" nei punti di vendita Coop**

Ha preso il via lo scorso 29 dicembre presso il supermercato Coop della Galleria i Portici di Forlì il progetto "Seminar libri". Si tratta di un'iniziativa che consente ai clienti di prelevare e portare a casa, gratuitamente e senza alcuna formalità, uno tra gli oltre 500 libri messi a disposizione all'interno del punto di vendita.

**Citati:**

Coop, Galleria i Portici

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 174, lunghezza 1/5 di pagina

**A. Mondadori/RMI**

Operazioni di concentrazione: l'operazione consiste nell'acquisizione, da parte della società Ame (Arnoldo Mondadori editore), di un ramo d'azienda di proprietà di Radio

Milano International (Rmi) costituito da una concessione per l'esercizio della radiodiffusione commerciale in ambito nazionale. I mercati sono: il mercato nazionale della raccolta pubblicitaria su mezzo radiofonico e il mercato nazionale delle infrastrutture per la trasmissione via etere del segnale radiofonico. L'Autorità....

**Citati:**

Ame, Arnoldo Mondadori Editore, Fininvest, Radio 101, Rmi (Radio Milano International), Voice of America  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 189, lunghezza 1/5 di pagina

**The future of digital entertainment (Business Insights)**

Market report: Il progressivo successo del digitale sull'analogico e della banda larga sulle connessioni tradizionali sta inesorabilmente cambiando il volto dell'home entertainment: basti pensare che entro il 2008 si stima che il 59% degli europei sarà passato alla tv digitale, sia essa fruita attraverso il digitale terrestre, via cavo o via satellite. Si aprono dunque nuovi orizzonti e grandi opportunità per i service provider che meglio comprenderanno una domanda ancora in pieno sviluppo.

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2006, n° pagina 107, lunghezza 1/3 di pagina

**Cresce il numero di agenzie pr**

Si chiama Laboratorio comunicazione ed è la nuova agenzia di pubbliche relazioni fondata da Marco Giannatiempo, già amministratore delegato di Pulsar communication, agenzia specializzata nel mercato dei videogiochi e della tecnologia. Laboratorio comunicazione nasce come punto di riferimento per l'intero mercato del videogioco e dell'intrattenimento in generale.

**Citati:**

Giannatiempo Marco, Laboratorio Comunicazione, Pulsar communication  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2006, n° pagina 135, lunghezza 1/5 di pagina

**Medusa/Giochi del Mediterraneo**

Operazioni di concentrazione: l'operazione consiste nell'affitto, da parte di Medusa Multicinema, del ramo d'azienda costituito dalla multisala cinematografica denominata "Med Multicinema" di Napoli, attualmente in gestione da parte di Giochi del Mediterraneo spa. Il mercato rilevante del prodotto è costituito dall'attività di gestione di sale cinematografiche nella città di Napoli. L'Authority delibera...continua

**Citati:**

Giochi del Mediterraneo, Med Multicinema, Medusa  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n° pagina 65, lunghezza 2 Pagine

**Nuove tecnologie in musica**

Discografia: Internet rappresenta gran parte del futuro del settore, attualmente in difficoltà nella sua formula tradizionale. Il Digital music report 2005 di Ifpi segnala sul web 870 milioni di file musicali "non autorizzati". Nel campo del marketing il passaggio di consegne previsto è tra l'advertising e il direct marketing.

- [Il mercato discografico tradizionale italiano: 2004](#)

- [La produzione e la vendita nel comparto musicale: i cambiamenti previsti](#)

**Citati:**

Assolombarda, Casi umani, Conforti Marco, Elio e le storie tese, Fimi, Hukapan, Ifpi, Leonhard Gerd, Perini Michele, Price WaterhouseCooper  
Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n° pagina 85, lunghezza 5,5 Pagine

**Le vie della lettura**

Editoria libraria: Il caro vecchio libro fatica ancora a entrare nelle case degli italiani, nonostante le molte alternative di vendita oggi possibili. A meno che non sia accompagnato dal quotidiano.

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

- Box: Opportunità in Cina (un mercato in cui il 60% dei consumatori legge un libro al mese)

- Box: Una holding per dieci case (come è nato il Gruppo editoriale Mauri Spagnol - GeMS-)

- [L'evoluzione dei canali di vendita dei libri: 2005 \(in %\)](#)

- [La composizione dei lettori di libri](#)

- [Le quote di mercato dell'editoria italiana\\* \(in %\)](#)

**Citati:**

Aie, Altair, Apogeo, Apone Lino, Arnoldo Mondadori Editori, Bananas, Coop, Corbaccio, Crichton Michael, Demoskopea, Doxa Junior, Edicolè, Edizioni e/o,

Edizioni San Paolo, Eskimosa, Europa editions, Falzea editore, Falzea Paolo, Famiglia Spagnol, Fastbook, Feltrinelli, Ferri Sandro, Fnac, Garzanti, Gazzini Ivo, Giano, Gianotti Tiziano, Gino & Michele, Giunti, Giunti al Punto, Giunti editore, Giunti kids, Gruppo editoriale Mauri Spagnol, Guanda, Harry Potter, Il leonoe verde edizioni, Iperborea, Ispo, Ispo, Istat, Kowalski, Libraccio, Longanesi, Mari Bruno, Melbookstore, Messaggerie italiane, Messaggerie Libri, Micheli Andrea, Moccia Federico, Molino Anita, Mondadori, Mondadori, Mondadori, Mondadori franchising, Montroni Filippo, Nord, Nothomb Amelie, Odifreddi Piergiorgio, Osservatorio del Libro, Oviessa, Paasilinna Arto, Ponte delle Grazie, Porro Alberto, Poste Italiane, Prénatal, Pro libro, Ratzinger Joseph, Rcs, Rizzo Vincenzo, Rizzo Vincenzo, RL libri, Salani, Sanzogni Roberto, Sepulveda Luis, Spagnol Luigi, Tea, Terzani Tiziano , Toy's, Tubertini, Vallardi, Voland,  
Articolo

*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:**

100% Swiss, 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

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2006, n°pagina 121, lunghezza 2 Pagine

#### **Auditel e dintorni**

Mezzi: tv locali, tv satellitari, web, cinema, affissioni: tutti questi canali hanno oggi propri metodi di certificazione che consentono di conoscere gusti, orientamenti e scelte del vasto pubblico.

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

Le prime 10 tv locali più viste per contatti netti nelle 24 ore: 2004

#### **Citati:**

Anec, Anem, AssoComunicazione, Audicinema, Audiposter, Audistar, Auditel, Audiweb, Cinetel, Eurisko, Mediaset, Nielsen-NetRatings, Rai, Rai Cinema, Upa (Utenti pubblicità associati)

Articolo

*Mercato Italia Durevoli*, fascicolo 12/2005, n°pagina 6, lunghezza 2 Pagine

#### **La lenta avanzata delle e-family**

Consumatori & tecnologie: Il 2004 subisce un'inversione di rotta dalla tendenza passata. La piattaforma informatica ha registrato infatti incrementi pari a pochi punti percentuali: la presenza di pc è cresciuta del ...% circa, mentre Internet non è andato oltre il ...%. Benché l'Italia confermi la sua posizione tra i Paesi con il maggior numero di cellulari in Europa, con ... telefoni per famiglia, il tasso di crescita ha anch'esso rallentato il passo nel periodo più recente, ma il fenomeno...continua...

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Gli utilizzatori delle piattaforme digitali: 1995vs2004](#)

- [La diffusione di tecnologia in casa: la posizione italiana \(Cellulari, Pc, Pay-Tv...\): 2003-2004](#)

- [Le piattaforme tecnologiche in casa \(Cellulari, Pc, Pay tv...\): 1999-2004](#)

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n°pagina 123, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

#### **La radio su misura in negozio**

Strumenti: Quella in store acquista sempre più rilevanza mostrando, come risulta da un'indagine di Audinstore su due catene campione, quali grosse potenzialità abbia nel veicolare spot pubblicitari.

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

- [La frequenza dei consumi degli acquirenti di Standa e Diperdi: 2004 \(in unità\)](#)

#### **Citati:**

AcNielsen, Annovazzi Gianluigi, Assocomunicazione, Audinstore, Audipress, Audiradio, Auditel, Audiweb, Cooky Store, DiperDi, Giochi Preziosi, McDonald's , Omd, Popai, Rinascente, Skyrec, Standa, Unicom

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 137, lunghezza 1/5 di pagina

**Fiducia e audience**

Secondo i 100 direttori marketing che hanno risposto all'indagine realizzata da QMark per Richmond Italia, le rilevazioni d'ascolto di tv e radio non sarebbero affidabili. Questa l'evidenza principale emersa dalla ricerca, finalizzata a fotografare il settore della comunicazione attraverso il rapporto tra aziende e fornitori e un'analisi degli strumenti di rilevazione dell'audience. Il campione...continua...

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

- [Il grado di soddisfazione nei confronti delle pianificazioni \(in % sul campione\)](#)

**Citati:**

Q Mark, Richmond Italia  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n° pagina 140, lunghezza 1/6 di pagina

**Shopping e cultura insieme a Zara**

È stato inaugurato lo scorso mese, a seguito di una riqualificazione a opera di Inditex, il torinese Cinema della Vittoria, in via Gramsci, una delle prime sale cinematografiche della città sabauda. La decisione di Inditex è classificabile come progetto di marketing socio-culturale: ...continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2005, n° pagina 115, lunghezza 1/4 di pagina

**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*, fascicolo 7/2005, n° pagina 117, lunghezza 1/5 di pagina

**Il mensile free press per chi ama la lettura**

Leggere Tutti è la prima rivista free press italiana dedicata al piacere della lettura, alle novità editoriali e a tutto ciò che riconduce al mondo dell'editoria. Con periodicità mensile, la testata – edita da Agra – focalizzerà la propria attenzione su tutti i generi di libri: dalla saggistica ai romanzi, dall'economia al marketing, dai libri per ragazzi a quelli di storia, geografia e arte, dai libri per viaggiare a quelli per sognare come i libri di poesia. Continua

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2005, n° pagina 60, lunghezza 1/5 di pagina

**Meno dischi e cd con la musica on-line**

Internet: L'industria discografica sembra doversi rassegnare alla prospettiva di perdere profitti. Ciò è dovuto all'arrivo di piattaforme legali on -line, da cui trasferire comodamente sul proprio pc brani musicali. Fimi, la Federazione delle case discografiche, lamenta infatti cali di...continua...

**Citati:**

Fimi, Forrester research, Huawei, Sirmi, Vion  
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.

**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 119, lunghezza -

**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*, fascicolo 4/2005, n° pagina 65, lunghezza 3 pagine

#### **Flash in discoteca**

Pubblici esercizi: Pochi i giorni di apertura, alti i costi di gestione: calano i fatturati e si cercano soluzioni. L'abbinamento con la ristorazione è forse la più gettonata, anche se richiede cure particolari.

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

- I prezzi medi delle consumazioni nelle discoteche (in euro)
- La ripartizione geografica delle discoteche: 2003
- Le modalità di accesso alle discoteche (combinazioni biglietto+consumazione in %)

#### **Citati:**

Citterio Rodolfo, Fipe, Giacchetto Renato, Sommariva Edi  
Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2005, n° pagina 23, lunghezza 1/2 pagina

#### **Feltrinelli: nozze d'oro con la cultura**

compie 50 anni e festeggia l'evento con ottimi risultati economici. prosegue l'apertura ai contenuti multiemidiali e la partecipazione al progetto Grandi Stazioni.

#### **Citati:**

Antonini Giuseppe, Apogeo, Eskimosa, Feltrinelli, Feltrinelli Carlo, Feltrinelli Village, Giambelli Dario, Grandi Stazioni, Ricordi Mediastore  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2005, n° pagina 66, lunghezza 2 pagine

#### **La moltiplicazione dei cinema**

Intrattenimento: i multiplex, multisala e megaplex si sono diffusi a una velocità esponenziale, con un totale presenze di ... milioni di spettatori a livello europeo e ben ... schermi.

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

- Box: si "gira" con il product placement
- I principali operatori del mercato italiano dei multiplex ( per n di multiplex e schermi gestiti)

#### **Citati:**

Anem, Bastianello-Pam, Cinecity, Cinelandia, Cineplex, Cinestar, Fininvest, Furlan, Media Salles, Medusa, Paramount, Siae, Uci, Ugc, Universal, Vis Pathé, Warner Village  
Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2005, n° pagina 78, lunghezza 3 Pagine

#### **La svolta digitale**

Home video: Crescita a tripla cifra per il business generato dai dvd, sia film sia lettori, negli ipermercati. In continua evoluzione il mix di un'offerta dove sono le vendite promozionali a imporsi.

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

- I film in Dvd negli ipermercati: anno mobile luglio 2003-giugno 2004
- L'hardware Dvd in cifre (in %)

#### **Citati:**

Auchan, Blockbuster, Buena Vista h.e., De Scaglia Paolo, Dnc entertainment, Esselunga, Exa, Gerosa Francesca, GfK, Griffini Carlo, Information Resources, Iri, Leo Rocco, Maccianti Carlo, Manitta Davide, Medusa, Medusa h.e., Mondo, Mondo h.e., Philips, Pioneer, Pioneer Italia, Simmaco management consulting, Sony Italia, Univideo  
Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2005, n° pagina 84

#### **Il mercato tiene il ritmo**

Strumenti musicali: Un settore rimasto stabile su tutti i versanti, pur con qualche scostamento da una merceologia all'altra. Si conferma l'interesse dei giovani. La tecnologia digitale trova spazi anche fra gli amatori.

#### **Citati:**

Dismamusica, Fabrizi Daniele, Galanti Antonio, Galanti Matteo, Generalmusic, Lucarelli Carlo, Monzino Antonio junior, Proel, Roland, Roland Europe  
Notizia

**COMUNICAZIONE DI IMPRESA:**

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2006, n° pagina 54, lunghezza 2 pagine

**[Acer - Un approccio rinnovato e nuovi prodotti per il mercato del Digital Home](#)**

I profili: Una delle sfide che il Gruppo Acer ha raccolto negli ultimi tempi e che gli ha permesso di differenziare la propria gamma di prodotti sul mercato, è quella relativa alla convergenza digitale. La linea Aspire L. è il nuovo desktop per la famiglia. Acer PH112. è un nuovo modello della serie di videoproiettori Value.

**Citati:**

Acer, Acer Aspire, Acer PH 112, Aspire E 650, AT 37050, AT3705W-MGW, Business Unit, CI 8330, Digital Home, Digital Life, Finocchiaro Giuseppe, Intel High Definition, Intel Viiv, MG3001-p

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

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 91, lunghezza 1/3 di pagina

**[Istituto Italiano Sicurezza dei Giocattoli - Operazione Sicurezza Parchi Gioco](#)**

Spot: L'Istituto Italiano Sicurezza dei Giocattoli che si occupa di controllare e verificare la sicurezza di ciò che è destinato ai bambini, compresi i parchi gioco, lancia l'Operazione Sicurezza Parchi Gioco affinché i genitori possano riconoscere e scegliere luoghi sicuri e protetti dove far giocare i propri bambini.

**Citati:**

Istituto Italiano Sicurezza dei Giocattoli, marchio Sicurezza Controllata, Operazione Sicurezza Parchi Gioco

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

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2006, n° pagina 70, lunghezza 1/3 di pagina

**[Nintendo Italia - Arriva il mini free-press Nintendo](#)**

Spot: Dallo scorso lunedì 3 aprile, davanti e all'interno delle scuole superiori e delle università di sei città italiane (Milano, Roma, Bologna, Napoli, Torino e Firenze) è in distribuzione Nintendo Project, il mini free-press di Nintendo in collaborazione con Cream Magazine. Il progetto è stato concepito da Idea Manager e Nintendo Italia. IF Comunicazione ha curato lo sviluppo editoriale, mentre Enfants Terribles ha realizzato il progetto grafico.

**Citati:**

Brain Training, Cream magazine, Electroplankton, Enfants Terribles, Idea Manager, IF Comunicazione, Nintendo, Nintendo Italia, Nintendo Project

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

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 142, lunghezza 1 pagina

**[Tiscali Italia - www.tiscali.it: il portale come strumento di fidelizzazione e sviluppo del business](#)**

Le interviste: Massimo Crotti, direttore media Tiscali Italia, ci illustra la filosofia, i contenuti, il target e gli obiettivi del portale [www.tiscali.it](http://www.tiscali.it), parlandoci delle sue potenzialità, da un lato come medium pubblicitario, dall'altro come erogatore di servizi. Tre grandi direttrici: completi nell'offerta, rendere la navigazione facile, forte senso di responsabilità e autoregolamentazione per i contenuti. Messa a punto di progetti di comunicazione strutturati e duraturi.

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

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 143, lunghezza 1/3 di pagina

**[Chiquita Italia - Con Chiquita i Tropici a "Cartoons on the Bay"](#)**

Spot: Chiquita torna come sponsor ufficiale a Cartoons on the Bay, portando sulla Costiera Amalfitana, dal 5 al 9 aprile, colori, profumi e ritmi dei Tropici. Giungeranno con Chiquita mango, papaia, ananas, frutto della passione e l'immane banana.

**Citati:**

Cartoons on the Bay, Chiquita, Festival Internazionale dell'Animazione Televisiva, Rai Trade, Yusaki Fusako

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

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n° pagina 11, lunghezza 1/5 di pagina

**[Arena Carosello, un'innovazione di successo](#)**

E' uno dei 19 finalisti del CNCC Awards 2005 nella categoria "Excellence Awards-Area marketing". Il Carosello è uno dei centri storici dell'area milanese, attivo da 8 anni. Nel 2005, dopo una approfondita analisi di mercato si sono poste le basi per l'avvio di un progetto innovativo denominato Arena Carosello, un'area multimediale di forte impatto scenico che ha contribuito a incrementare i visitatori del 7,41% tra il 2004 e il 2005, in particolare preso i 18-25enni.

Comunicazione di impresa – Serie "**[I Finalisti Awards](#)**"

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n° pagina 11, lunghezza 1/5 di pagina

**[Borgo FaxHall: la Galleria delle idee](#)**

E' uno dei 19 finalisti del CNCC Awards 2005 nella categoria "Excellence Awards-Area marketing". La Galleria commerciale "Borgo FaxHall" è ubicata nel centro storico di Piacenza, e si contraddistingue per l'essere attraversata al suo interno dalle mura farnesiane. Rappresenta un esempio da manuale di come si possa trasformare un momento di crisi per i budget pubblicitari in un insieme di manifestazioni in sintonia col territorio.

Comunicazione di impresa – Serie "**[I Finalisti Awards](#)**"

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n° pagina 11, lunghezza 1/5 di pagina

**[I portali: Asta la fiesta!](#)**

E' uno dei 19 finalisti del CNCC Awards 2005 nella categoria "Excellence Awards-Area marketing". Il Centro commerciale i Portali ha centrato gli obiettivi che si era posto per i primi 4 mesi del 2005.: creare un'iniziativa di fidelizzazione per contenere eventuali cali di affluenza nel centro, dovuti a una importante attività di ristrutturazione, ma anche organizzare un concorso a premi per sostenere il momento post-saldi, e creare momenti di animazione e intrattenimento.

Comunicazione di impresa – Serie "**[I Finalisti Awards](#)**"

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

**[Tuscia: "Canto & Disincanto"](#)**

E' uno dei 19 finalisti del CNCC Awards 2005 nella categoria "Excellence Awards-Area marketing". "Canto & Disincanto" è un concorso letterario rivolto a tutte le donne della Tuscia (vasta area dove convivono militari di tutta Italia, e quindi valori non uniformi e caratterizzato da una scarsa presenza femminile). Giunto alla terza edizione, oggi il concorso è aperto anche al contributo maschile, 42 scuole partecipanti e 1.600 studenti.

Comunicazione di impresa – Serie "**[I Finalisti Awards](#)**"