

Percorsi di lettura
 Periodico di economia a marketing sulla filiera dei beni di consumo
 Reg. Trib. Mi. n. 268 del 24/04/08
Tamburino - www.largoconsumo.info



Documento in **versione interattiva**:
www.largoconsumo.info/112008/PL-1108-002.pdf

CARTOLERIA, CANCELLERIA, ARTICOLI PER LA SCUOLA



Costi del Percorso di lettura:

€ 213,50 (comprensivo iva) - non abbonati
 € 120,00 (comprensivo iva) - abbonati

[Clicca qui per i costi dei singoli titoli](#)

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo 11/08 e supplementi

Rif: PL-1108-002

Aggiornamenti:

Verifica la disponibilità di un'[edizione più aggiornata](#) di questo Percorso di lettura.

Se non sai cosa sia un Percorso di lettura, trovi una spiegazione alla pagina www.largoconsumo.info/percorsi

LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

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. **Tablette, grafici, commenti** giornalistici, **interviste** ai più accreditati esponenti del retail nazionale e internazionale, la rappresentazione **fotografica** delle più importanti e recenti **strutture commerciali** in Italia e all'estero su Pianeta Distribuzione.

Mercato & Imprese

Opinioni e prospettive dall'industria del largo consumo

Ogni anno, Mercato & Imprese ospita interviste ad alcuni fra i più accreditati esponenti di aziende di primo piano dell'industria alimentare e grocery non food.

I contenuti giornalistici sono sviluppati in forma di interviste, tante quanti sono i settori merceologici presi in esame nel fascicolo.

Largo Consumo

Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo

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

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.

I CONTENUTI EDITORIALI:

Pianeta Distribuzione, fascicolo 7/2008, n° pagina 20, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

I leader della distribuzione di elettronica di consumo e articoli per ufficio in alcuni paesi: 2006 (fatturati in miliardi di euro)

Marchi della distribuzione elettronica e consumo il miliardi di euro per paese (USA, Francia, Gran Bretagna, Italia, Spagna).

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Best Buy, Circuit City, Office Depot, Office Max, Staples

Pianeta Distribuzione, fascicolo 7/2008, n° pagina 53, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti pubblicitari netti nel retail: 2006-2007

La spesa dei canali: cash & Carry, discount, Gd, Do; Bricolage; Profumeria; Elettronica di consumo/elettrodomestici; Grandi magazzini; Articoli sportivi; Giocattoli e puericoltura; Audio-Video e Libri; Mercatoni; Pubblicità.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Adex, Conad, Conad cons.naz.dett., Coop Italia, Decathlon, Esselunga, Euronics it., Eurospin it., Expert Italy, Finiper-Ipermontebello, Grancasa, Grossisti Riuniti Elet., La Rinascente, Lidl, Media Market, Mercatone uno, Metro, Nielsen Media Research, Penny Market, Ssc soc. svil.com., Tlc, Unieuro, Upim

Pianeta Distribuzione, fascicolo 7/2008, n° pagina 55, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Le principali imprese di vendita per corrispondenza e vendita diretta

Giordano (vini), F.Ili Carli (olio), Mondoffice (ufficio) Mondolibri (libri), Euronova (Abbigliamento), Kaiser Kraft (b2b) e Vorwerk Folletto (elettrodomestici), Bofrost (Surgelati), Avon (Cosmesi), Stanhome (cosmesi, toiletries), Eismann (alimentare).

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Amway Italia, Avon Cosmetics, Bofrost Italia, Eismann, Euronova, F. Giordano, F.Ili Carli, Kaiser Kraft, Mondoffice, Mondolibri, Stanhome, Tupperware Italia, Vorwerk Contempora, Vorwerk Folletto

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Filiere del recupero: Carta e Cartone - Codice PL-0707-004

Edizione: 7/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/072007/PL-0707-004.pdf



Titolo: Editoria libraria - Codice PL-0608-007

Edizione: 6/2008

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/062008/PL-0608-007.pdf

Pianeta Distribuzione, fascicolo 7/2008, n° pagina 69, lunghezza 1/10 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Elettronica di consumo, ottica e libri: i risultati finanziari 2006 dei principali retailer in Italia

Nome dell'impresa, vendite 2005-2006, numero di pdv, superficie, n. addetti, vendite per pdv e vendite per addetto.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Angelo Randazzo , Blockbuster, Cdc Point , Esprinet , Fnac , Giochi Preziosi , Grandoptical Italia, Gruppo Buffetti , Librerie Feltrinelli , Messaggerie Libri , Messaggerie Musicali , Mondadori Retail , Salmoiraghi & Viganò, The Disney Store, Union Fotomarket

Pianeta Distribuzione, fascicolo 7/2008, n° pagina 106, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Forniture per ufficio: la distribuzione moderna non alimentare negli USA

Nel Staples ha registrato un giro d'affari netto di ... miliardi dollari (+...%, a pari perimetro -.% in Nord America e +.% in Europa). I profitti netti sono stati quasi di un miliardo di dollari (+.%). Le vendite nette del concorrente diretto Office Depot sono state di ... miliardi di dollari (+.% nel, con profitti netti di ... milioni (-.%).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Office Depot, Staples

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2008, n° pagina 10, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Un business dalle linee precise

Articoli scolastici: Ne parliamo con Piero Frova, direttore marketing di Fila. Il è stato un anno vivace per il comparto, caratterizzato da una ripresa dei consumi dopo il rallentamento del, e da un ritorno all'acquisto nella maggior parte delle categorie c'è da sottolineare che a dispetto delle apparenze il settore degli articoli scolastici per il disegno ha un bisogno costante di innovazione.

Table, grafici e box a corredo:

- Articoli scolastici per disegno a marchio del distributore - Quote % di mercato
- I canali di vendita
- Prodotti
- Prodotti per scrittura scuola e ufficio

Allegati:

- [Scarica questo articolo](#)

Citati: Fila (Fabbrica italiana lapis e affini), Frova Piero, Gfk Marketing Services, Plma, Università Luigi Bocconi di Milano

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 142, lunghezza 3 e 1/3 di pagina

Tipologia: Articolo

Brevi catene per matite e quaderni

Cartoleria: La filiera dei prodotti di cancelleria e cartoleria è corta, con un massimo di . passaggi per i pdv periferici. In quantità, il consumo apparente di cartoleria e cancelleria in Italia può essere stimato nel in circa tonnellate. Negli ultimi sei anni, ad una fase di aumento culminata nel con oltre tonnellate, sono seguiti due anni di declino. Questo andamento è il risultato di dinamiche divergenti tra produzione, esportazione ed importazione.

Table, grafici e box a corredo:

- [Il consumo di cartoleria e cancelleria: 2001-2007 \(in migliaia di tonnellate\)](#)
- [La catena logistica dei prodotti di cancelleria e cartoleria](#)
- [La vendita al dettaglio di cartoleria e cancelleria: 2005](#)


Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

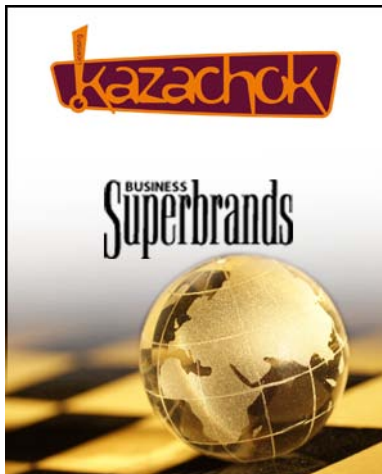


Largo Consumo
RIVISTA DI ECONOMIA E MARKETING
SULLA FILIERA DEI BENI DI CONSUMO

Titolo: Informatica ed Elettronica di consumo
Codice - PL-0108-007
Edizione: 1/2008
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link: www.largoconsumo.info/012008/PL-0108-007.pdf



3M
Awarded for quality, reliability and distinction
BUSINESS Superbrands



Kazachok
BUSINESS Superbrands

Citati: Auchan, Banzato Hamelin, Barbieri Elisabetta, Bpgi, Buffetti, Canson, Cartiere Paolo Pigna, Cartorama, Cartotecnica Favini, Casanova Stefano, Cedi, Consorzio In Ufficio, Eurostat, Favorit Hamelin, Fila, Franco Panini Scuola, Galvas, Ice, Ministero delle Finanze, Moroni Luca, Roland Berger Strategy, Schrott Alexia, Ufficio Studi Confcommercio

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 160, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Onama: al commerciale per sviluppare il fatturato

Profili e carriere: Onama, società parte di Compass group Plc leader mondiale nella ristorazione e nei servizi di supporto, ha affidato a Roberto Limentani l'incarico di direttore commerciale e sviluppo. Limentani, riportando direttamente all'amministratore delegato di Onama, avrà la responsabilità dello sviluppo del fatturato e della marginalità del gruppo, della fidelizzazione dei clienti e del marketing mix nelle tre aree di business: ristorazione, buoni pasto e servizi ambientali.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Altran, Compass group Plc, Limentani Roberto, Manpower, Onama

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Carta, Editoria, Stampa e Trasformazione: Quali interventi di politica industriale?

Notizie in corso: Il Convegno di Roma su "Carta, Editoria, Stampa e Trasformazione: quali interventi di politica industriale?" si iscrive in un'azione congiunta che le otto associazioni industriali (ACIMGA, AIE, ANES, ARG1, ASIG, ASSOCARTA, ASSOGRAFICI e FIEG) stanno portando avanti da un biennio per richiamare l'attenzione di politici, istituzioni e opinione pubblica sull'importanza della "filiera della carta", un sistema di imprese verticalmente collegato che produce valore e occupazione.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Scuola, class action: fuori luogo e ai limiti della fantascienza

Notizie in corso: "Una class action sui libri scolastici? Assolutamente fuori luogo e ai limiti della fantascienza". E' categorico il presidente dell'Associazione Italiana Editori (AIE) Federico Motta all'indomani della notizia di una class action promossa da ADOC per "un'azione collettiva risarcitoria nei confronti delle case editrici scolastiche in relazione agli aumenti del costo dei libri scolastici nell'ordine del 10-15% all'anno".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 115, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Libri scolastici: un tetto che non piace

L'ex ministro dell'Istruzione, Fioroni, ha introdotto per la prima volta alle superiori il tetto di spesa per i testi scolastici. E' di ... euro la spesa massima per anno prevista dal decreto, e riguarda il .° anno del classico; la più bassa (... euro) riguarda il .° anno dell'Istituto professionale per l'industria e l'artigianato. Secondo un'indagine del ministero dell'Istruzione, la spesa per i libri nel-..... ha superato il tetto appena introdotto nel ..% delle classi delle superiori.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Fioroni, Iadaresta Bruno, Moige (Movimento Genitori), Motta Federico

**Spazio pubblicitario
disponibile**

Per la segnalazione
di Report, Studi, Documenti
d'impresa e Comunicazioni
aziendali di prodotto in
questa rubrica:

**Servizio Pubblicità e
Comunicazione di impresa**

E.mail:

[pubblicita@largoconsu
mo.it](mailto:pubblicita@largoconsu.mo.it)

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 163, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Post-it Green: innovazione e attenzione all'ambiente

Nella gamma di prodotti Post-it Notes, è comparsa la linea Post-it Notes Green, che risponde in modo innovativo ai problemi della tutela dell'ambiente. I blocchetti della nuova linea, infatti, sono realizzati in carta riciclata al ...%, ottenuta con processi talmente perfezionati sotto il profilo ambientale da avere meritato la certificazione Blaue Engel, la più rigorosa e completa in Europa. Essa indica che il processo produttivo avviene senza cloro o suoi derivati o additivi con Glyoxal.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: 3M, Post-it Green, Post-it Notes

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 39, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Non basta più vendere carta

Cartoleria: La specializzazione è conseguenza delle tendenze in atto: informatizzazione e vendite stagionali. Per sopravvivere il negozio tradizionale deve ricorrere a strategie nuove. Le cartolerie, che soffrono la concorrenza sul segmento scuola e sui prodotti standard, devono specializzarsi, puntare sulla profondità dell'assortimento e sul servizio. Tra i segmenti in sviluppo anche quello dei prodotti legati all'informatica, a scapito di quelli per scrittura e archiviazione tradizionali.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: Un approccio multidisciplinare
- [Le quote di mercato della cancelleria per canale: 2005-2006 \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Alfonsi Gabriele, Armaroli Maurizio, Armor Italia, Bertacca Rodolfo, Cartiere Miliani Fabriano, Copy Bio, Copy Life, Del Marro Luigi, Federcartolai, Fila, Fiorini Edoardo, Franco Panini Scuola, Frova Piero, Genius Point, Giubertoni Stefano, Hamelin Paperbrands, Indicod-Ecr, Kartal Europa, Lazzaro Salvo, Mietta Enzo, Multip@, Osservatorio Non Food Indicod-Ecr, Pool Over, Sales, Tesseria Chiesa Domenico, Vavassori Patrizia, Win Distribuzione

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 117, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Premiazione: Giustacchini Davide

Davide Giustacchini della Ingros Carta Giustacchini di Brescia ha ricevuto il Premio cultura d'impresa istituito da Big Buyer. Un riconoscimento che Giustacchini si è guadagnato per "avere portato il futuro nell'azienda di famiglia, segnando una svolta culturale nell'intero comparto della cartoleria con l'apertura del primo store italiano di livello europeo".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Big Buyer, Giustacchini Davide, Ingros Carta Giustacchini

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 145, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

A sviluppare le vendite Edding Italia

Edding Italia ha scelto Paride Butti come national key account manager con il compito di sviluppare le vendite dei prodotti per la scrittura e marcatura a marchio Edding e di quelli per la comunicazione visiva professionale a marchio Legamaster nei diversi canali distributivi in cui opera la società sul territorio nazionale. Butti vanta un'esperienza quinquennale nell'area marketing e commerciale di Touring Editore.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Butti Paride, Edding Italia, Legamaster, Touring Editore

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 8, lunghezza 1/8 di pagina

Tipologia: Breve

Articoli per scrittura: consumi e produzione industriale

L'industria degli strumenti per scrittura ha visto diminuire le esportazioni ... a ... milioni di euro (-.%). Le importazioni, strutturalmente sempre maggiori, sono aumentate a ... milioni (+.%). Il Paese fornitore più importante è la Germania con il ..%, seguito dalla Cina con il ..% del valore di importazioni.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 12, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli scambi commerciali nei diversi settori: 1998-2006 (in mln di euro)

Articoli per scrittura: Import, export e saldo commerciale.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 14, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La produzione nei diversi settori grocery non alimentare: 1998-2006

Articoli per scrittura: il valore della produzione in mln di euro correnti

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 17, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I principali gruppi grocery in Italia: Fedrigoni

Il gruppo cartario Fedrigoni ha consolidato ricavi per ... milioni di euro (+.%), con un utile netto di .. milioni, il doppio dell'anno precedente. Le vendite all'estero hanno rappresentato il ..% del totale. Nel il fatturato è stato di ... milioni di euro (+.%), con utili netti di quasi .. milioni (-.%). Per il l'azienda ha previsto un ulteriore aumento del fatturato a ... milioni di euro.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Cartiere Milani Fabriano, Fedrigoni Cartiere

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 19, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

L'incidenza dell'export sulla produzione dei diversi settori grocery non food: 1998-2006 (in %)

Giocattoli, Posateria e pentolame, Casalinghi in porcellana e vetro, Detergenza e pulizia casa, Carta uso domestico e sanitario, Cosmetici e toiles, Scope e spazzole, Articoli per scrittura.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Anima, Assogiocattoli, Assoscrittura, Assospazzole, Federceramica

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 20, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I principali gruppi grocery: Bic

La francese Bic nel ha fatturato .. miliardi di euro (+.%), con profitti netti di ... milioni (+.%). Le vendite di strumenti di scrittura sono state di ... milioni (+.,.%). Quelle di rasoio a . lame non ricaricabili hanno fatturato ... milioni (+.,.%).

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bic, Pimaco, Schick-Wilkinson

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 20, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I principali gruppi grocery: Cartiera Paolo Pigna

Cartiera Paolo Pigna, nel ha consolidato ricavi di .. milioni di euro. Il conto economico è tornato in attivo a .. milioni, contro una perdita di .. milioni dichiarata nel .. Hanno pesato positivamente le plusvalenze di . milioni derivate dalla vendita di fabbricati. Le attività della cartiera hanno aumentato il fatturato a .. milioni, quelle della cartotecnica e buste hanno fatturato .. milioni (-.%).

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Cartiera Paolo Pigna

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 20, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Le principali imprese di articoli per scrittura in Italia: Richemont

Il giro d'affari delle penne è stato di ... milioni (+..%). L'aumento della rete di punti di vendita monomarca (arrivati a ... unità) ha contribuito per il .% allo sviluppo della divisione. In Italia Montblanc nel ha fatturato .. milioni (+.%), con utili netti di . milioni.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Montblanc, Montegrappa, Preziosi, Richemont

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 23, lunghezza 1/2 di pagina

Tipologia: Breve

Risponde Mariagrazia Santaniello, presidente di Ufc (Unione fornitori cancelleria)

Anche nel la produzione italiana di prodotti per la scrittura è diminuita nei mercati internazionali, continuando a presentare un saldo commerciale negativo. Qual è l'andamento nel corso del? Quali sono i possibili interventi per favorire cambiamenti strutturali nella produzione nazionale?

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Carioca, Corvina, Etafelt, Fibracolor, Hi-Text, Santaniello Mariagrazia, Ufc (Unione fornitori cancelleria), Universal

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 25, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Il Roi nei maggiori comparti grocery non food: 2005 (in %)

La media del ritorno sull'investimento nei principali mercati grocery non food - Toiletry, Cosmetici, Cancelleria, Detergenti, Pulizia Casa, Giocattoli, Casalinghi, Pentole/Posate, Carta casa - in base alle rilevazioni Largo Consumo su dati Bureau Van Dijk.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 25, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La durata del magazzino nei maggiori comparti grocery non food: 2005 (in giorni)

Quanti giorni resta ferma la merce all'interno dei magazzini nei principali comparti grocery non food - Toiletry, Cosmetici, Cancelleria, Detergenti, Pulizia Casa, Giocattoli, Casalinghi, Pentole/Posate, Carta casa - in base alle rilevazioni Largo Consumo su dati Bureau Van Dijk.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 25, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[Le prime 50 imprese per Roi nei comparti grocery: 2005 \(in%\)](#)

Ecco le aziende che hanno espresso il miglior ritorno sull'investimento (ROI in %) nell'industria grocery non food.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Alberto Culver Products, Ar-Co Chimica, Artsana Sud, Atas, Belfiore, Cam Il Mondo Del Bambino, Care Italy, Cartiera Francescantonio Cerrone, Cartotecnica Santa Caterina, Cereria Lumen, Chanel, Cm Composit, Creazioni Elettroniche e Meccaniche per Intrattenimento, Decordolce, Deni, DIM - Detergenti Industriali Milano, Egan, Elettroresin, Europrosan, FAIPA Cosmetics, Fas, Fila Industria Chimica, Filmop, Hydra Farmacosmetici, Industria Ceraria Flli Cicogna, Inox Piave, Jafra Cosmetics, Karys - Due, Kemper, L'Erborario, Labo Europa Filiale, Lacote, Landoll, Linea Stradale, Montblanc, Pdp Box Doccia, Pentamedical, PFM, Printline, Promozione Italia, Ratti Silvio Packaging Co, Rubinato, Sara Lee, Sepca, Shiseido Cosmetics Italia, Sirex, Somec, Stilolinea, Technopack, Vecchi & C Piam, Xanitalia

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 26, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[La durata dei crediti clienti nei maggiori comparti grocery non food: 2005 \(in giorni\)](#)

Il numero di giorni medi concessi ai clienti per i pagamenti nei principali comparti del grocery non alimentare: Cosmetici, Toiletries, Detergenti, Pulizia casa, Cancelleria, Giocattoli, Casalinghi, Carta casa, Pentole/posate.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n°pagina 26, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[Le prime 50 imprese per durata crediti clienti \(grocery non alimentare\): 2004 \(in giorni\)](#)

Ecco le aziende con minori tempi concessi di pagamento ai clienti (in giorni) nei comparti del grocery non food secondo le rilevazioni Largo Consumo su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Alfa Metal Corporation, Apell, Avon Cosmetics, Beauty 2000, Caputo Saverio & Figli, Cartiera Del Maglio, Cartiera Della Basilica, Cartiera di Conselice, Cartiera di Ferrara, Cartiera di Rivignano, Cartiera Ponte Strona, Ciao, Coccato e Mezzetti, Cosmetique Active Italia, Cosmint, CRB Cosmetics, De Silva, Divage International, Domovip Italia, Dulcop International, DVT Sistemi, Ekokemica, Erre, Flonal, Giodi, Grp Gandini Racing Production, HPI Humana Pharma International, Hydra Farmacosmetici, Intercosma West, L'Oreal Saipo, LAMP, Mega Matic, Modo & Modo, Msg Technology, Nuova Silmap, Ompagrill, Procospet, Procter & Gamble (P & G), Reckitt Benckiser, Refill, Romagna Giochi, Sanika, Seven Steel, SICell, Stilolinea, Tenda Dorica, Vetreria Pavesi, Xanitalia

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n° pagina 26, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La durata dei debiti fornitori nei maggiori comparti grocery non food: 2005 (in giorni)

Il numero di giorni medi riconosciuti ai fornitori per i pagamenti nei principali comparti del grocery non alimentare: Cosmetici, Toiletries, Detergenti, Pulizia casa, Cancelleria, Giocattoli, Casalinghi, Carta casa, Pentole/posate.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n° pagina 26, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Le prime 50 imprese per durata debiti fornitori (grocery non alimentare): 2005 (in giorni)

Ecco le aziende con minori tempi di pagamento verso i fornitori (in giorni) nei comparti grocery non alimentare secondo le rilevazioni Largo Consumo su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Alfa Metal Corporation, Atas, Avantgarde, Berchet Italia, Bianchi Dino, Cartiera di Monfalcone, Cartiera di Rivignano, Cartiera Kartocell, Cartiera Lombarda, Cartiere Panigada, Cartotecnica Favini, Christian Dior Italia, Club House, Comet, Delicarta, Divage International, Edding Italia, Edigadget, Eurobed, Fabbro Teresa, Famosa Italia, Giodi, Grani & Partners, Grp Gandini Racing Production, Haka, Idema, Il Rovere, Imbalpaper, International Gift, Jolly Joker, Kaufgut, Lecce Pen Verona, Mattel, Mega Matic, Montblanc, Rate Italia, Ready System, Reds, Sanika, Seggio - Line, SFA Pro, Smoby Majorette, Solana, Sorini e Migliavacca, Svar, Teodomiro Dal Negro - Fabbrica Carte da Gioco, Tontarelli, Toyo Tanso Europe, Ve - Venetazzele Pennelli Affini

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n° pagina 27, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Tabella o Grafico

I risultati delle principali imprese del settore cancelleria in Italia: 2004-2005

Il fatturato e il valore aggiunto in mln di euro, il valore aggiunto sul fatturato, gli utili/perdite di esercizio, il numero di dipendenti e il fatturato per dipendente relativo alle imprese del settore cancelleria con fatturato compreso tra 149 e 2 mln, su dati Bureau Van Dijk.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: AdeCa, Adriatic Sea Aquarium & Equipment, Alimac, Angiolo Rosselli e Fratelli, Aries, Aurora Due, Autoadesivi Magri, Baby Più, Balcom, Berg, Bianchi Dino, Bic Italia, Boston Tapes, Bst, BTS, Cafiero, Caimi Brevetti, Cereria di Giorgio, Cereria Ermini, Cereria Lumen, Cereria Terenzi Evelino, Ciao, Cm Cartotecnica Moderna, Cm Composit, Coccato e Mezzetti, Color Project European, Comet, Cwr, Delta, Diarpell, Draco Faber, DVT Sistemi, Edding Italia, Edigadget, Elle Erre, Erga, Esedra consorzio, Esselte, Etafelt, Etipress, Euromarchi, Euronatale, Ferrario Color, FILA Fabbrica Italiana Lapis e Affini, Flexongraf, Floriani Astucci, FMA Fratelli Mazzier, Gnocchi Industriale, Grani & Partners, Gruppo Buffetti, Harvard Group, Hedex, Il Ceppo, Industria Ceraria Flli Cicogna, International Gift, Irplast, Italnastri, Ivalda, Joker, Kaufgut, Kore, Kronos Italia, Larms, Leader, Lecce Pen Company, Lecce Pen Verona, M H Way, Mabo Carpi, MAC Autoadesivi, Magis, Masking, Mastergraph Color Chart, Meggiolaro-Haferkamp, Metaltarghe, Milano Imballaggi, Millefiori, Modo & Modo, Mon Art Internazionale, Mondial FACERT, Mondial Lus, Montblanc, Msg Technology, Nas, Novarex, Omaf, Omas, Orsini Group Divisione Imballaggi, Pacini Mauro, Panta, Pelikan Italia, PFM, PFR di Sinico Renata & C, Plastic Roll, Primatronic, Printline, Prisma, Promozione Italia, Prora System, Pts, Rate Italia, Refill, RiPlast Dei Fratelli Rioli, Rubinato, Serimec, Seven Steel, Sicad, Slamp R, Stilarte, Stilolinea, Stilus, Stola, Svad Dondi, Svar, Syrom 90, Tecnodidattica Ligure, TecnoLaser Europa, Texi Plastic, Top Service, Tyco Adhesives Italia, Uhu Bison, Universal, Vikò International, ViPiEffe Pen, Visconti, Werein Aristeia Dei Fratelli Colombo & C, Zatti

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 0, lunghezza 1 pagina - pubblicato on line

Tipologia: Articolo

L'editoria scolastica volta pagina

Libri: il mercato è in ripresa in tutti i segmenti: nel ha superato i ... milioni a valore segnando un + ..% sul Una tendenza positiva che lo risolve dal deludente andamento del quinquennio precedente durante il quale la crescita media annua si era fermata al ..%. Una grande spinta l'ha data l'aumento della propensione all'acquisto di libri nuovi. Tra i fattori di successo la capacità distributiva e l'immagine del prodotto, seguite poi dalla qualità e dal prezzo.

Table, grafici e box a corredo:

- **L'andamento del mercato per segmenti: 2005-2006**

Allegati:

Citati: Cedom, Databank, De Agostini Editore, Di Bella Stefano, DiGi Scuola, Ministero della Pubblica Istruzione, Ministero per le Riforme e l'innovazione nella pubblica amministrazione, Sedes

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 99, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

La cartolibreria accetta i Ticket Service

Federcartolai-Confcommercio e Accor Services Italia hanno siglato un accordo per l'utilizzo esclusivo, da parte di utenti e cittadini identificati, dei voucher Ticket Service per le spese in cartolibreria. I buoni Ticket Service emessi e distribuiti da Accor Services Italia, che gestirà la rete di servizi sul territorio secondo le necessità e in nome e per conto degli acquirenti (Enti locali, Associazioni, Fondazioni, aziende private), saranno accettati su tutto il territorio nazionale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Accor Services Italia, Federcartolai-Confcommercio, Ticket service

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 151, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Fila candidata in Borsa

Fila, il marchio italiano della cartoleria scolastica celebre per matite, pennarelli e gessetti, entrerà presto in Borsa. E' la strada che ha deciso di intraprendere l'azienda, saldamente in mano, con il ..% tramite Pencil, al gruppo della famiglia Candela, lo stesso che detiene anche i marchi Giotto, Tratto Pen, Adica Pongo, Das e il brand americano Dixon Ticonderoga. Trovato il pool di banche.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Adica Pong, Banca Im, Banca Leonardo, Bim-Banca Intermobiliare, Compagnia de lapices cilena, Das, Dixon Ticonderoga, famiglia Candela, Fila, Giotto, Intesa SanPaolo, Jp Morgan, Omyacolor, Pencil, Tratto Pen

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

[Più libri più liberi Un'indagine AIE-Istat fotografa la situazione](#)

Notizie in corso: Il 62-63% dei titoli complessivamente stampati sono novità, le ristampe il 30-31%. Nel 1980 le novità erano 9.700, qualcosa come il 54,5% dei titoli complessivamente pubblicati, che erano 17.800 (meno del numero di ristampe e riedizioni pubblicate nel 2006). La produzione in 26 anni si è in altre parole triplicata con una crescita che è avvenuta però sostanzialmente tra 1980 e 1995 (+12% in media annua), dopo di che è rallentata con un +1,2% medio nei dieci anni successivi.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 77, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

[La spesa delle famiglie a prezzi costanti: 2000-2005 \(in mgl di euro\)](#)

Spesa in: Comunicazioni, Ricreazione e tempo libero, Giornali, Libri e Cancelleria, Istruzione e Spesa alimentare. Info contenuta nell'art. "Affanni quotidiani" su Lc 11/07 pg 77.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 96, lunghezza 1 e 2/3 di pagina

Tipologia: Articolo

[Un business dalle linee piatte](#)

Articoli per scrittura: Una certa stanchezza del settore nonostante non manchino le novità. Gfk registra un calo delle vendite tra il e il del -.,.% a valore. L'Unione Fornitori Cancelleria "fotografa" un mercato maturo: vale circa ... milioni di euro alla produzione e "tiene" grazie alla capacità di un miglioramento costante dei prodotti non tanto sul fronte dell'utilizzo (inchiostri), ma su tutti gli aspetti "secondari" (comfort, materiali, ergonomia, colori, profondità di gamma).

Table, grafici e box a corredo:

- [Le vendite a volume per macrocategorie: ottobre 2004-settembre 2006 \(in unità\)](#)

Allegati:

Citati: Assoscrittura, Basso Maurizio, Corsovercelli Milano, Etafelt, Fila, Frova Piero, Gfk-Eurisko, Giotto, Giotto Bebe, Koh-I-Noor, Legnani Giulia, Mazza Alberto, Mondial Lus, Noris 120, Noris Stick, Permanent, PoliCappelli Pierpaolo, Red Bull, Seven, Stabilo, Stabilo Boss, Staedler, Tallia Massimo, Triplus, Turolla Fabiana, Unione fornitori cancelleria (Ufc), Universal

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 48, lunghezza 4 pagine

Tipologia: Articolo

[Il brand domina la scuola](#)

Cartoleria: I bambini sono un target determinante per chi produce, commercia e pubblica beni di consumo, interlocutori privilegiati di un marketing che ne pilota gusti e bisogni, consumatori capaci di influenzare le scelte dei genitori. Secondo una ricerca di Mdc Junior nel, nel mercato scolastico sono confluiti oltre ... mln di euro: ..,.% materiale per scrittura, .., zaini, .., quaderni, ..% astucci, ..% diari e agende, ..% materiali per disegno, ..,.% altro.

Table, grafici e box a corredo:

- [I canali del mercato della scrittura \(vendite a valore\)](#)
- [La spesa in materiali per la scuola secondo la ricerca "Baby Consumers": 2005](#)
- [Le dimensioni e trend del mercato della scrittura \(scuola e ufficio\) \(vendite a unità in %\)](#)
- [Le dimensioni e trend del mercato della scrittura \(scuola e ufficio\) \(vendite a valore\)](#)

Allegati:

Citati: Armaroli Maurizio, Assocarta, Auguri Preziosi, Baci e Abbracci, Barbie, Cartorama, Comix, Confcommercio, Dimensione Danza, Disney, Federcartolai, Ferrari, Fila (Fabbrica Italiana Lapis ed Affini), Franco Panini Scuola, Frova Piero, GfK Marketing services, Gig, Giochi Preziosi, Giotto, Gormiti, Hollywood, Marazzi Fabrizio, Massmarket, Mazza Alberto, Mdc Junior, Monella Vagabonda, Movimento Difesa del Cittadino, Npd Group, Onyx, Ore Enrico, Panini Fabrizio, Pasqui Orazio, Pickwick, Progetto Scuola Kit, Red Bull, Shrek, Spiderman, Stabilo, Sweet Years, Tratto, Warner, Winx

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 128, lunghezza 1/5 di pagina.

Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Le tipologie di articoli promozionali e oggetti pubblicitari acquistati (in %; risposte multiple)

Promozioni: La rappresentazione degli articoli promozionali per la clientela acquistati dalle aziende dell'industria, della distribuzione e dei servizi finanziari tra: generi alimentari, cartoleria e cancelleria, abbigliamento, elettronica di consumo, articoli per il tempo libero e casalinghi.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)
- [Questa è una estrapolazione. Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Da Xerox la carta che si cancella

La tecnologia, ancora in fase preliminare, se adottato su vasta scala, potrebbe portare a una notevole riduzione dell'uso della carta e quindi a una corrispondente, sostanziale, riduzione dei costi per le aziende

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Parc (Palo Alto reserach center), Xerox

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 83, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Lo sviluppo di Ubik

Franchisor & Franchisee: Un obiettivo ambizioso quello lanciato da Alberto Ottieri. L'ad di Messaggerie libri intende infatti aprire ... librerie in tutta la Penisola nel prossimo triennio, utilizzando la formula del franchising.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Fastbook, Messaggerie libri, Ottieri Alberto

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 132, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Riconoscimenti al 3M Design Center

Per il 3M Design Center il 2006 si è chiuso all'insegna di importanti riconoscimenti in Italia e nel mondo.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: 3M Design Center, Adi Design Index 2006, Chicago Athenaeum, Dms 710, Filtrete Air Purifier, Household Products, Office Products, Premio Compasso d'Oro Adi, Scotch Paper Cutter

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Positivo il rapporto di Fedrigoni Cartiere

Fedrigoni Cartiere ha reso noto il Rapporto ambientale per l'anno 2005. I basilari indicatori ambientali mostrano che i tre stabilimenti del gruppo Arco (Tn), Varone di Riva del Garda (Tn) e Verona, rispetto al 2004, hanno proseguito nella riduzione dei consumi di acqua fresca (...%), hanno abbattuto il Cod medio sulla produzione (...%) l'indice che misura il contenuto nell'acqua di sostanze inquinanti ossidabili e hanno diminuito ulteriormente le emissioni di CO2 (...%).

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Arco, Fedrigoni Cartiere, Fsc (Chain of custody Fsc-Std), Rapporto ambientale per l'anno 2005

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 169, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Ghisetti & Corvi alla scolastica De Agostini

De Agostini edizioni scolastiche, che fa capo alla storica società di Novara nata con gli atlanti geografici, ha acquisito la maggioranza di Sedes, titolare del marchio Ghisetti & Corvi, tra le più prestigiose edizioni scolastiche per le scuole primarie e le secondarie di primo e secondo grado.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Arcadia financial advisor, De Agostini, De Agostini edizioni scolastiche, Garzanti linguistica, Ghisetti & Corvi, Petrini, Sedes

Largo Consumo, fascicolo 1/2007, n° pagina 45, lunghezza 2 pagine e 1 colonna

Tipologia: Articolo

Pagine d'Italia

Attitudini: Gli Stati Generali dell'editoria, promossi da Aie, hanno illustrato quanto incida positivamente sullo sviluppo economico la pratica della lettura. Alcuni aspetti della spesa pro capite annua per l'acquisto di libri e contenuti editoriali...

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **Alcuni aspetti della spesa pro capite annua per l'acquisto di libri e contenuti editoriali**
- Box: Librerie e shopping center
- Box: Più cultura, più lettura

Allegati:

Citati: Aie (Associazioni italiana editori), Coop, Demoskopea, Feltrinelli, Libro Bianco - Ufficio studi di Aie, Mondadori, Motta Federico, Rutelli Francesco, Università di Bologna, Università di Trento

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Mercato e Imprese, fascicolo 3/2008, n° pagina 77, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Fila

Le schede aziendali: Oggi FILA deve al mercato interno un fatturato pari al ..% circa delle vendite complessive e il restante ..% alle vendite in Europa e negli altri continenti, Africa e America meridionale in particolare. Tra le leve strategiche del successo di questa realtà, vi sono il presidio costante del mondo della scuola.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- La ripartizione delle vendite

Allegati:

- **Scarica questo articolo**

Citati: Adica Pongo, Clac - Companya de Lapices y Afines Chile, Compasso d'oro, Copertine al Tratto, Dixon Ticonderoga, Fila (Fabbrica italiana lapis e affini), Giotto, Interfila, Muba, Museo dei Ragazzi, Omyacolor, Papeleria Mediterranea, Riscriviamo il futuro, Save the Children, Subway Letteratura, Tratto Clip, Tratto Pen

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 73, lunghezza 1/5 di pagina - Estrapolazione da com.di impresa

Tipologia: Com. d'impresa

I consumabili giocano un ruolo chiave per Kodak

Testine, inchiostri e carta per fotografia sono strategici nel product mix di Kodak. Informazione contenuta nella comunicazione di impresa "Kodak - Le nuove stampanti EasyShare Multifunzione rivoluzionano il settore inkjet consumer".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Vai alla Com. d'impresa che contiene questa informazione**

Citati: EasyShare 5100, EasyShare 5300, QualityLogic, WIR Wilhelm Imaging Research

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 119, lunghezza 1/3 di pagina - Estrapolazione da com. di impresa

Tipologia: Com. d'impresa

Oxford usa il web 2.0 per comunicare il suo papershow

Video virali di diversa durata, che interpretano in modo ironico e divertente lo svolgimento delle riunioni in azienda, alle quali sino a oggi è sembrato impossibile sopravvivere. I commenti espressi da blogger selezionati offrono quindi l'opportunità di avvicinarsi a questo nuovo prodotto. Informazione contenuta nella comunicazione d'impresa "Hamelin Paperbrands - Oxford lancia Papershow e comunica il modo di sopravvivere alle riunioni"

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Vai alla Com. d'impresa che contiene questa informazione**

Citati: www.survivingmeetings.com

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 119, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Hamelin Paperbrands - Oxford lancia Papershow e comunica il modo di sopravvivere alle riunioni

Focus: L'azienda, attiva nella cartotecnica per scuola e ufficio e distributrice in Italia del marchio Oxford, promuove in Europa un'innovativa campagna per comunicare Papershow™, il nuovo prodotto della gamma digitale Oxford.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa comunicazione di impresa**

Citati: Hamelin Paperbrands, Kit Papershow, Oxford, Papershow, www.survivingmeetings.com

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 145, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Incall - Mitama e Incall, il bello della qualità, l'eccellenza del servizio

Focus: Mitama "Il bello della qualità", marchio in rapida ascesa nel settore stationery, ha scelto come distributore esclusivo per l'Italia Incall, società specializzata nei servizi alla grande distribuzione. Fondamentale è la gestione delle promozioni con speciali display, adattabili per misure e forme alle dimensioni dei punti di vendita.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa comunicazione di impresa**

Citati: Incall, Mitama

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 26, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

FILA -Le ultime novità regalo per il Natale 2008: le speciali confezioni Didò, Giotto e Tratto

I profili: Confezioni regalo belle e divertenti per il Natale 2008, per giocare con la fantasia, colorare storie e modellare personaggi dei cartoni o dei propri sogni: le nuove e allegre soluzioni regalo FILA nascono per stimolare la fantasia e la creatività dei bambini.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Cars, Didò, Disney Princess, Fila, Giotto, Mickey Mouse, Rainbow, Straffi Igino, Winnie the Pooh, Winx

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 116, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Superbrands - Un format internazionale autorevole e super partes che promuove e sostiene il valore del branding

Le interviste: Maurizio Comollo, responsabile per l'Italia di Superbrands, ci spiega la filosofia di fondo, il meccanismo di assegnazione e le finalità del premio che individu e valorizza i "super marchi" in più di ottanta Paesi nel mondo.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Comollo Maurizio, Superbrands, Superbrands council italiano

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 42, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Impegnati a "riscrivere il futuro"

FILA sostiene la campagna globale "Riscriviamo il futuro" lanciata nel 2006 dalla onlus Save the Children per assicurare entro il il diritto a un'educazione di qualità a .. milioni di bambini che vivono in Paesi in conflitto o post conflitto. Save the Children ha chiesto... Info contenuta nella comunicazione d'impresa "FILA".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai alla comunicazione d'impresa che contiene questa informazione](#)

Citati: Save the Children

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 42, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

FILA - Per il terzo anno Giotto è al fianco di "Save the Children" per una scuola solidale

I Profili: FILA conferma anche quest'anno l'importante attività di sostegno della onlus Save the Children, impegnata nella difesa e promozione dei diritti dei bambini. A tal fine, nel periodo del "back-to-school", Giotto sarà protagonista di tutta una serie di attività che coinvolgeranno le scuole, la gdo e i media.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: Impegnati a "riscrivere il futuro"
- Box: Temagraph, qualità super resistente
- Box: Tratto Cancellik, penna a sfera cancellabile
- Box: Tratto Emphasis, evidenziatore di design

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Fila-Fabbrica Italiana Lapis ed Affini, Giotto Laccato, Giotto Naturale, Giotto Tempera, Il futuro a colori, Il futuro a colori 2, Riscriviamo il Futuro, Save the Children, Temagraph, Temagraph No Sign, Tratto Cancellik, Tratto Emphasis

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 90, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Hamelin Paperbrands - I progetti dell'azienda frutto della fusione tra Banzato Hamelin e Canson Italia](#)

Le interviste: Intervista a Stefano Giubertoni, amministratore delegato della società nata dall'integrazione tra Banzato Hamelin e Canson Italia.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Scarica questa Comunicazione di impresa](#)**

Citati: Beauty, Branzato Hamelin, Canson Italia, Cuccioli, Federazione Italiana Rugby, Giubertoni Stefano, Hamelin Paperbrands, Medici Senza Frontiere, My Colours, My Xfrd, NBA, Open Flex, Simpson

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 97, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Fila - Marcatori Tratto: nuova forma all'easy writing](#)

Focus: Il brand di casa FILA, che ha fatto dell'easy writing la sua parola d'ordine, ha recentemente dotato di un nuovo design l'intera gamma dei suoi marcatori.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Scarica questa Comunicazione di impresa](#)**

Citati: Fila, Tratto CD Mark OHP, Tratto Marker, Tratto Memo, Tratto Neomark, Tratto Redimark

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 52, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

[Fila - Tutte le novità 2007 del "back to school" e il concreto sostegno a Save the Children](#)

I Profili: FILA ha presentato la collezione "back to school 2007". "Portabandiera" di FILA sono i brand: Giotto, Tratto, Pongo, Didò e Das. FILA ha deciso di impegnarsi con forza al fianco di Save the Children Italia, la più grande organizzazione internazionale indipendente per la tutela e la promozione dei diritti dei bambini, sostenendo quest'anno la campagna "Riscriviamo il futuro".

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: Das Color "colora" il mercato
- Box: La pratica Giotto Gym Bag
- Box: Temagraph, il top delle matite grafite FILA
- Box: Tratto, sinonimo di "easy writing"

Allegati:

- **[Scarica questa comunicazione di Impresa](#)**

Citati: Back to school 2007, Concorso "Diritti in gioco", Corriere della Sera, Dash, Didò, Dixon Ticonderoga, Festivalletteratura di Mantova, Fila (Fabbrica Italiana Lapis ed Affini), Giotto, Giotto Gym Bag, Giotto Stick, Giotto Turbocolor, Il futuro a colori, Io Donna, Mediaset, Pongo, RaiUno Occhio Alla Spesa, Riscriviamo il futuro, Save the Children, Sky, Subway-Letteratura, Temagraph, Tratto, Tratto CD Mark OHP, Tratto Pen

Direttore responsabile: Armando Garosci

Editore: Editoriale Largo Consumo Srl, via Bodoni 2 Milano

Service Provider: Mc Link Spa, Roma

Per l'acquisto dell'intero Percorso di lettura, o di sue singole parti
Diffusione e Abbonamenti

diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840