



WWW.LARGOCONSUMO.INFO



## EDITORIA LIBRARIA

Percorso di lettura aggiornato al n. 12/05 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

Il presente documento in **versione interattiva** è scaricabile all'indirizzo  
[www.largoconsumo.info/122005/PL-1205-005.Pdf](http://www.largoconsumo.info/122005/PL-1205-005.Pdf)

### SUGGERIMENTO:

sul mercato dei **QUOTIDIANI** e **PERIODICI** è disponibile  
il **Percorso di lettura** [PL-1205-021.pdf](#)

Gli argomenti ripresi in questo percorso sono categorizzati nel [Largo Consumo Information System](#) come "**EDITORIA**" e "**LIBRI**". Utilizza queste chiavi di ricerca per trovare altre informazioni di tuo interesse.

### IN APPENDICE:

Esempi significativi di **COMUNICAZIONE D'IMPRESA** e di **PUBBLICITÀ**  
di Aziende e Organismi attivi nei mercati considerati in questo Percorso di lettura

### LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA

### E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

#### Largo Consumo

#### **Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo**

Mensile fondato nel 1980 e diffuso esclusivamente in abbonamento, i cui contenuti giornalistici si sviluppano in forma di inchieste, studi e articoli vari inerenti tutti i momenti della filiera dei beni mass market, food e non food., dalla produzione, alla distribuzione, al consumo finale, compresi i servizi, le strutture e i sistemi collegati.

#### 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. **Tablelle, 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 Italia – Beni durevoli

#### **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:

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n° pagina 132, lunghezza 2 pagine

#### **Vita da promotore**

Il promotore editoriale è l'anello della filiera che unisce chi crea il libro (lo pensa e lo stampa) e chi lo propone al pubblico, lo argomenta presso gli agenti e gli acquirenti, sostenendone la prenotazione. E' un mestiere che richiede cultura e capacità di dialogo, per muoversi in un mercato da ... milioni di ricavi, (il ...% dell'industria dei contenuti), ... milioni di copie immesse sul mercato e ... mila titoli pubblicati tra novità e ristampe....continua...

Per l'acquisto dell'intero Percorso di lettura, o di sue singole parti, rivolgersi al servizio Diffusione e Abbonamenti - 1 -

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

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271.840

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

- [L'attività registrata dall'Anarpe](#)  
- Box: Le cifre del comparto librario in Italia  
Articolo

*Mercato Italia Durevoli*, fascicolo 12/2005, n° pagina 20

**[La distribuzione moderna beni durevoli in Italia: 2002-2003](#)**

Fatturato e punti di vendita delle principali insegne nei settori Sport, Arredamento casa, Bricolage/fai da te, Elettrodomestici, Computer, Ottica e occhialeria, Musica, **libri** (Gruppo Buffetti, Librerie Feltrinelli, Mondadori retail, Messaggerie Musicali, The Disney Store), Home video.

Tabella

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n° pagina 117, lunghezza 1/3 di pagina

**Libri di testo sempre più cari**

In base ad una ricerca svolta da Adiconsum su 30 istituti scolastici, le famiglie hanno speso circa...euro per l'acquisto dei testi scolastici di prima media e ....per la prima superiore. Sembra infatti che la spesa media sia ben superiore a quella indicata dal Ministero. L'associazione esprime contrarietà anche rispetto alla legge che vieta di praticare sconti superiori al ...% sui libri di testo e chiede ....continua....

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

- [La spesa sostenuta dalle famiglie per i testi scolastici \(2005\)in euro.](#)

Notizia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 18, lunghezza 1/5 di pagina

**La distribuzione moderna non alimentare in Italia: Libri, Ottica e Home entertainment**

Il gruppo Salomoiraghi e Viganò con ... pdv nell'ottica ha ricavato nel 2003 ... mln di euro (+...). La francese Fnac con ... pdv è arrivata a ...mln (+...). Nelle librerie, Feltrinelli ha registrato ... milioni, (+...) con ... negozi. –Fine notizia-

Notizia

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 17

**[La distribuzione moderna in Italia: le imprese di vpc e dirette: 2003](#)**

Note, vendite 2003 e 2002, % vendite '03 su '02, utile 2003, % utile '03 su vendite, utile 2002, addetti 2003, vendite per addetto relativamente a: vendite per corrispondenza ( F.Ili Carli, F.Giordano, **Mondolibri**, Mondoffice, Euronova, Kaiser Kraft) e vendite dirette ( Bofrost Italia, Vorwerk Folletto, Avon Cosmetics, Stanhome, Tupperware Italia, Art'è, Herbalife, Vorwerk Contemporanea, Amway italia).

Tabella

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 82

**[Le imprese della grande distribuzione non alimentare in Europa Occidentale: 2003 \(Italia esclusa\)](#)**

I gruppi attivi in Europa Occidentale per Paese di attività, vendite e profitti e variaz. % sull'anno, n addetti e variaz. % sull'anno, vendite per addetto relativamente ai comparti: multicanale, grandi magazzini, abbigliamento, calzature, profumi- farmaci, arredamento, bricolage, elettronica di consumo- pc, **libri**-giocattoli- occhiali, vendita per corrispondenza a distanza.

Tabella

*Pianeta Distribuzione*, fascicolo 6/2005, n° pagina 27

**[Rank della distribuzione moderna non alimentare in Italia: le imprese rilevate nel 2003.](#)**

Vendite, risultato di esercizio. n pdv, superficie tot, n. addetti, vendite per mq e nq per pdv relativi a Grandi magazzini a prezzo unico, Abbigliamento, Sport, Calzature, Profumeria e Farmacia, Arredamento casa, Bricolage, Elettrodomestici, Computer, Ottica, Giocattoli, Musica, **Libri**, Home Video

Tabella

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2005, n° pagina 61, lunghezza -

**Il grande business dell'editoria cinese**

Gli scenari di un potenziale ingresso dell'editoria italiana in Cina sono al centro di analisi dell'Istituto per il Commercio Estero. A oggi la case editrici in Cina, sono ancora sotto il controllo statale, fatto questo che rende problematici gli investimenti stranieri. L'ostacolo può essere aggirato...continua....

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2005, n° pagina 149, lunghezza 1/8 di pagina

**Sviluppi per Finson**

Profili e carriere: Luca Redavati è il nuovo direttore commerciale di Finson (editoria multimediale). In azienda dal maggio 2004, aveva diretto la divisione libri e Home video per il canale Gdo e Gds.

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2005, n° pagina 88

**Disney, Divisione Libri, soddisfatta**

La GD è motivo di soddisfazione per la Divisione Libri di Disney che, oltre al tradizionale marchio editoriale Disney Libri rivolto ai bambini, propone anche il marchio Buena Vista con libri ispirati a nuovi personaggi come quelli legati al mondo delle Witch. Il ...% del giro d'affari deriva dagli...punti di vendita della grande distribuzione, un altro...% deriva dalle...continua...

Notizia

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

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

Diario della distribuzione: Feltrinelli compie 50 anni e festeggia l'evento con ottimi risultati economici, un riassetto societario e un sostanzioso piano di sviluppo. La riorganizzazione prevede la creazione di una Holding spa, che controllerà le due srl Giangiacomo Feltrinelli Editore e Librerie Feltrinelli, allo scopo di...continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2005, n° pagina 115

**I percorsi del libro**

Prodotti Editoriali: imprese, rivenditori, distributori intermedi, grossisti e infine consumatori: ecco i passaggi di una filiera complessa, afflitta dal calo dei lettori, che però trova ossigeno nel servizio e nei canali emergenti.

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

- Box: Come si muove Ipercoop
- Box: Le cifre chiave (del settore librario, secondo Aie)

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2004, n° pagina 147

**Libri a impatto zero nel progetto di LifeGate**

Anche leggere ha un impatto sull'ambiente. Per produrre un libro, infatti, si utilizzano energia elettrica, carta, inchiostro, colla; poi. I libri vengono trasferiti nei magazzini, dati ai distributori e consegnati alle librerie: l'intero processo comporta...continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2004, n° pagina 83

**I libri religiosi conquistano i laici**

L'editoria sta scoprendo nei testi religiosi un potenziale sempre più interessante. E' un trend che dagli inizi del decennio scorso non dà cenni di rallentare, con numeri in crescita a livelli più elevati della media del comparto. I primi dati disponibili per il 2003 vedono le vendite crescere del...% presso le librerie religiose e del...% nei canali indipendenti.

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

- L'evoluzione del mercato del libro religioso: 2000- 2003 ( in milioni di euro e in %)

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2004, n° pagina 128

**Quando la lettura è femmina**

Un progetto sperimentale, condotto in Piemonte, ha indagato l'atteggiamento delle donne nei confronti del libro, che dimostra come il gentil sesso lo apprezzi più degli uomini.

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

- Le preferenze nei canali d'acquisto dei libri per sesso (in %)
- L'indice di gradimento della libreria per sesso (valori in punteggio medio)

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2004, n° pagina 118

**La lettura annoia chi non legge**

Aie ha interpretato i dati Istat per cercare di capire le ragioni che allontanano gli italiani dalla lettura. Il...% della popolazione oltre i 6 anni dichiara di non leggere per disinteresse. Inoltre, il ....% di chi non è interessato alla lettura...continua...ragioni che allontanano gli italiani dalla lettura

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2004, n° pagina 103, lunghezza 1/6 di pagina

**Amazon si trasforma in ipermercato on-line**

Amazon.com non più solo una libreria elettronica, ma reinventa il proprio business trasformandosi in un centro commerciale a tutti gli effetti, dove marchi come Nike e Gap affittano spazi per ...Continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2003, n° pagina 41

**Grandi libri per piccoli lettori**

Editoria: se da una parte si va verso l'omologazione, dall'altra si assiste all'emergere di nicchie che puntano sull'innovazione e/o sulla qualità e che incontrano il favore del pubblico, come dimostrano i dati.

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

- Box: la vetrina dei ragazzi
- Box: una voce dalla scuola
- Il mercato dei libri per ragazzi: 1998- 2002 (in migliaia di euro e in %)

Articolo

**LA PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE DI IMPRESA:**

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2005, n° pagina 82

**[The Walt Disney Company Italia - I motivi e le strategie del crescente successo di Disney Libri nel trade moderno](#)**

Le interviste: Brand forti e trasversali, la capacità di promuovere franchise "trasversali" alle categorie merceologiche e rivolti a target diversi, valenze educational, il traino del cinema e della tv: ecco i punti di forza di Disney Libri. Ne parliamo con il direttore Leonardo Ballotta.

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

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2005, n° pagina 114

[The Walt Disney](#)

Disney libri: una grande realtà nel mercato editoriale. Un portafoglio- prodotti esteso a tutte le tipologie: dalle fiabe ai libri-gioco, dalla manualistica ai libri elettronici, dal fumetto alla narrativa.

Pubblicità - "[Tabellare](#)"

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2004, n° pagina 18

[Rcs Editori](#)

Volume: Chris Zook Il segreto della crescita. Allargare il proprio mercato senza perdere identità. Alcune aziende raggiungono e mantengono per anni risultati superiori alla media. Dov'è il loro segreto? Edizione italiana a cura di Bain & Company Italia.

Pubblicità - "[Tabellare](#)"