

Percorsi di lettura
 Periodico di economia e 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/022009/PL-0209-004.pdf

PUBBLICITÀ TELEVISIVA



Costi del Percorso di lettura:

€ 441,00 (comprensivo iva) - non abbonati
 € 321,00 (comprensivo iva) - abbonati

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

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo 02/09 e supplementi

Rif: PL-0209-004

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:

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 – 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.

Mercato Italia - Agroalimentare

Rapporto sullo stato delle imprese

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

Mercato Italia – Abbigliamento, Calzature e Pelletteria

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.

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:

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 61, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Apre in Cina Neo Advertising

Forte del successo riscosso nei mercati statunitense e inglese, dove il digital signage rappresenta una componente fondamentale nelle strategie di comunicazione, marketing e vendite di aziende di ogni tipo e dimensione, Neo Advertising ha scelto di aprirsi al mercato asiatico, aprendo una nuova filiale in Cina, Paese caratterizzato da un mercato consumer in continua espansione, da una forte crescita del Pil e con un tasso di spesa che cresce del ..% l'anno.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Antoine de Ryckel, Christian Vaglio-Giors, Neo Advertising, Neo Media Group

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 64, lunghezza 4 pagine

Tipologia: Articolo

Il day after dei rapporti con l'utente

Normativa: Anno chiave il per le modifiche alle regole delle informative commerciali. Dalla pubblicità ingannevole alle fidelity card i temi delle novità legislative. Tra le novità legislative il deve poi essere ricordato per l' art. ... bis nel Codice del consumo relativo all'azione collettiva risarcitoria. L'entrata in vigore della nuova disciplina è stata differita al . gennaio La class action è esperibile in conseguenza di illeciti di contratti "per adesione".

Table, grafici e box a corredo:

- Box: Le pronunce del Giurì
- La panoramica delle norme sulla comunicazione entrate di recente in vigore

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Bio Bottle, Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, Direttiva 2005/29/Ce del Parlamento europeo e del Consiglio , Divieto del Garante 26 giugno 2008 , DI 2 agosto 2007 n. 145 , DI 2 agosto 2007 n. 146 , DI 6 settembre 2005 n. 206 , Gazzetta Ufficiale, Prescrizioni del Garante per la protezione dei dati 19 giugno 2008 , Pronuncia del Giurì di Autodisciplina n.54/2008 del 26/5/2008, Pronuncia del Giurì di Autodisciplina n.77/2008 del 22/7/2008, Pronuncia del Giurì di Autodisciplina n.86/2008 del 3/10/2008

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: L'industria di marca controbatte le private label con una grande campagna collettiva. Basterà?

Edizione: 1/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/fixed/largoconsumo/pagine/copertina01_09.asp



Titolo: La marca come fattore competitivo - Codice PL-1208-011

Edizione: 7/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/122008/PL-1208-011.pdf



Titolo: Bambini e comunicazione alimentare Codice PL-0307-017

Edizione: 3/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/032007/PL-0307-017.pdf

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 67, lunghezza 1/8 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Birra: un esempio di pubblicità ai giovani assolto dai Giurì di autodisciplina

Dopo avere posto in evidenza la delicatezza che assume la pubblicità che ha per oggetto le bevande alcoliche e l'impatto psicologico che essa è in grado di avere sui consumatori, ha precisato che l'art. .. del Codice di autodisciplina non ha tuttavia la funzione di attribuire un indirizzo pedagogico alla creatività del pubblicitario. Informazione contenuta nell'articolo "Il day after dei rapporti con l'utente".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: art. 22 del Codice di autodisciplina

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 67, lunghezza 1/8 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Pane: è ingannevole il messaggio di maggiore salubrità del pane artigianale

In relazione alla pubblicità promossa tramite stampa a favore del pane artigianale, in cui venivano affermati alcuni aspetti del primato del pane artigianale rispetto al pane industriale. Informazione contenuta nell'articolo "Il day after dei rapporti con l'utente".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 67, lunghezza 1/8 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Acqua: sono ingannevoli alcune espressioni di ecologicità della bottiglia dal mais

Il Giurì ha ritenuto ingannevoli soltanto alcune espressioni utilizzate nel messaggio: l'affermazione "ecosostenibile al ...%", perché esalterebbe il fatto che lo smaltimento della Bio Bottle sarebbe realizzato in modo pienamente ecosostenibile. Informazione contenuta nell'articolo "Il day after dei rapporti con l'utente".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: Bio Bottle

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 71, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Quote ridotte ai soci AssoComunicazione

Il primo consiglio direttivo di AssoComunicazione a svolgersi durante il mandato della presidenza Masi ha preso la decisione di ridurre del ..% le quote sociali per l'esercizio: un segno concreto per dare risposta alle necessità di risparmio che le difficoltà complessive dell'economia italiana impongono e al contempo un invito alla partecipazione per quelle le imprese non ancora socie. Nella stessa seduta sono stati anche eletti Peter Grosser e Gianna Terzani alla vicepresidenza.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: AssAp Servizi, AssoComunicazione, Gianna Terzani, Matteo Cardani, Peter Grosser, Roberto Binagli



Titolo: Il marketing rivolto alla donna - Codice PL-0507-005

Edizione: 5/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-005.pdf



Titolo: Videogiochi - Codice PL-0507-021

Edizione: 5/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-021.pdf



Titolo: Pubblicità on-line - PL-0507-018

Edizione: 5/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/052007/PL-0507-018.pdf

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 16, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

La pubblicità nei film non è più tabù

Product placement: Entrerà di prepotenza nelle case degli italiani attraverso i programmi televisivi. Il Governo ha approvato un apposito provvedimento. In Italia il product placement era fino a poco fa additato come pubblicità occulta e quindi vietato. Nel con l'approvazione del decreto legislativo varato da Urbani che ha riformato il finanziamento pubblico del settore cinematografico è stata introdotta in Italia la possibilità per le aziende di sponsorizzare prodotti all'interno di film.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Il valore del mercato del product placement

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: 2PValue, Aston Martin, Audi, Bmw, Caos Calmo, Carabinieri 6, Cast Away, Coca-Cola Zero, Comunità europea, Direttiva europea Audiovisual Media Services, Distretto di Polizia 6, Don Matteo 5, FedEx, Governo, Internet, Iptv, James Bond, Legge comunitaria, Lexus, Mini, Minority Report, Nanni Moretti, Nokia, Osservatorio di Pavia, Parlamento europeo, Ray Ban, Ris 3, StageUp, The Italian Job, The Matrix, Tv senza frontiere, Urbani, Vodka Martini, Will Smith, Wilson



Titolo: Servizi su telefono cellulare - Codice PL-1007-001

Edizione: 10/2007

Editore: Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/102007/PL-1007-001.pdf

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 89, lunghezza 1/12 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Il media mix del comparto fiere: gennaio-agosto 2007-2008 (in %)

Gli investimenti in TV, radio, editoria e affissioni del settore fieristico. Informazione contenuta nell'articolo "L'identità dell'evento".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -



Titolo: Giornali quotidiani e periodici - Codice PL-0108-001

Edizione: 1/2008

Editore: Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/012008/PL-0108-001.pdf

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 99, lunghezza 1/12 di pagina

Tipologia: Breve

Nomine: Michele Gaudenti, McCann Erickson

Michele Gaudenti è passato da business client director a direttore della sede romana di McCann Erickson, posizione da cui risponde direttamente all'amministratore delegato Giuseppe Coglilo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Giuseppe Coglilo, McCann Erickson, Michele Gaudenti

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 121, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

New entry in Nadler Larimer & Martinelli

Profili e carriere: Nel board Nadler Larimer & Martinelli, è entrato Ugo Manzoni, con l'obiettivo di dare impulso allo sviluppo e alla visione futura dell'agenzia. «In un mercato sempre più difficile e complesso, conta la qualità degli uomini - ha dichiarato Ugo Manzoni - Nadler Larimer & Martinelli rappresenta un luogo di grande professionalità». Mario Martinelli, presidente dell'agenzia, ha dichiarato: «Manzoni è la persona che abbiamo sentito più in sintonia con il nostro modo di essere».

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Armando Testa, Mario Martinelli, Nadler Larimer & Martinelli, Ugo Manzoni

Titolo: Ricerche di mercato - Codice PL-0707-010

Edizione: 7/2007

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/072007/PL-0707-010.pdf

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 121, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

Grey Italia amplia il reparto creativo

Profili e carriere: La sede milanese dell'agenzia Grey Worldwide Italia ha ampliato il suo reparto creativo con l'arrivo di Francesco Fallisi al fondamentale ruolo di head of art. «Dopo gli anni in Ddb, - ha detto Francesco Emiliani, executive creative director di Grey - il suo arrivo conclude un processo di rinnovamento che sta dando ottimi risultati; ulteriore testimonianza di come abbiamo dato corpo e volto al progetto che ho sposato con Mario Attalla».

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Ddb, Francesco Emiliani, Francesco Fallisi, Grey Worldwide Italia, Mario Attalla

Mercato Italia Durevoli, fascicolo 12/2008, n° pagina 13, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli scambi commerciali nel settore ottica e fotografia e gli investimenti pubblicitari: 1998-2007

Gli scambi commerciali relativamente il periodo dal 1998 al 2007 e var. %; gli investimenti pubblicitari netti relativi al periodo 2006-2007 e var. %.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Anfao, Anie, Associazione Industria Laniera, Confindustria, Federceramica, Federlegno-Assarredo, Federorafi, Nielsen

Mercato Italia Durevoli, fascicolo 12/2008, n° pagina 13, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli scambi commerciali nel settore elettrodomestici e gli investimenti pubblicitari: 1998-2007

Gli scambi commerciali relativamente il periodo dal 1998 al 2007 e var. %; gli investimenti pubblicitari netti relativi al periodo 2006-2007 e var. %.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Anfao, Anie, Associazione Industria Laniera, Confindustria, Federceramica, Federlegno-Assarredo, Federorafi, Nielsen

Mercato Italia Durevoli, fascicolo 12/2008, n° pagina 13, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli scambi commerciali nel settore attrezzature sportive e gli investimenti pubblicitari: 1998-2007

Gli scambi commerciali relativamente il periodo dal 1998 al 2007 e var. %; gli investimenti pubblicitari netti relativi al periodo 2006-2007 e var. %.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Anfao, Anie, Associazione Industria Laniera, Confindustria, Federceramica, Federlegno-Assarredo, Federorafi, Nielsen

Mercato Italia Durevoli, fascicolo 12/2008, n° pagina 13, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

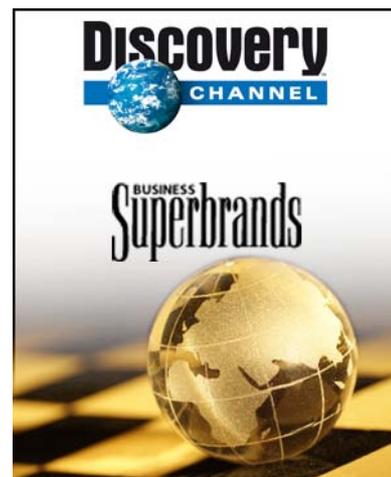
Gli scambi commerciali nel settore elettronica di consumo e gli investimenti pubblicitari: 1998-2007

Gli scambi commerciali relativamente il periodo dal 1998 al 2007 e var. %; gli investimenti pubblicitari netti relativi al periodo 2006-2007 e var. %.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Anfao, Anie, Associazione Industria Laniera, Confindustria, Federceramica, Federlegno-Assarredo, Federorafi, Nielsen



MIP
POLITECNICO DI MILANO
SCHOOL OF MANAGEMENT

Titolo: Osservatorio Multicanalità 2008 - "Aziende e consumatori: la multicanalità lascia o raddoppia?"
Edizione: 3/2009
Editore: Iniz. Redazionali Speciali
Link:
www.largoconsumo.info/O32009/OsservatorioMulticanalitàMipNielsenConnexia80-0309.pdf

Starcom

Titolo: La Tv dei bambini
Edizione: 9/2007
Editore: Starcom
Link:
www.largoconsumo.info/O92007/DOCTVdeiBambini0907.pdf

Mercato Italia Durevoli, fascicolo 12/2008, n° pagina 13, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli scambi commerciali nel settore mobili e arredamento e gli investimenti pubblicitari: 1998-2007

Gli scambi commerciali relativamente il periodo dal 1998 al 2007 e var. %; gli investimenti pubblicitari netti relativi al periodo 2006-2007 e var. %.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Anfao, Anie, Associazione Industria Laniera, Confindustria, Federceramica, Federlegno-Assarredo, Federoraf, Nielsen

Mercato Italia Agro, fascicolo 5/2008, n° pagina 28, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti pubblicitari netti nei settori alimentari e top spender: 2006-2007 (in mgl di euro)

La comparazione della spesa tra il 2006 e 2007, variazione % e valori in % di euro e ranking dei top spender (aziende e marchi)

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Gli investimenti pubblicitari nei principali comparti beverage**
- **Gli investimenti pubblicitari nei principali comparti food**

Citati: Barilla, C.A.F.A.R. Società Agricola Cooperativa Fra Allevatori Romagnoli scrl pa, Cameo spa, Campari, Coca-Cola, Cogedi International, Danone, Danone Actimel, Danone Activia, Daygum, Ferrarelle, Ferrero, Findus That's Amore, Heineken, Kellogg, Kellogg's Special K, Kraft, Lavazza, Montenegro, Muller Rainer, Perfetti Van Melle, Peroni, Rocchetta, San Benedetto, Unilever

Mercato Italia Agro, fascicolo 5/2008, n° pagina 29, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti pubblicitari netti nei settori beverage e top spender: 2006-2007 (in mgl di euro)

La comparazione della spesa tra il 2006 e 2007, variazione % e valori in % di euro e ranking dei top spender (aziende e marchi)

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Gli investimenti pubblicitari nei principali comparti beverage**
- **Gli investimenti pubblicitari nei principali comparti food**

Citati: Campari, Coca-Cola, Cogedi International, Ferrarelle, Heineken, Lavazza, Montenegro, Nestlè, Peroni, San Benedetto

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 10/2008, n° pagina 24, lunghezza 1/9 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti pubblicitari netti per settore dell'abbigliamento-calzature-pelletteria: 2005-2007 (migliaia di euro)

Gli investimenti nei settori: abbigliamento, junior, pelletteria, tessuti, intimo.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **vai alla tabella che contiene questa informazione**

Citati: Nielsen Media Research

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Ticket Masi - Grosser per la presidenza di Assocomunicazione

Notizie in corso: Un ticket Diego Masi - Peter Grosser per la guida di AssoComunicazione, l'associazione che riunisce 188 imprese di comunicazione in Italia e che rappresentano circa il 75% del mercato nazionale del settore

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Leggi questa notizia**

Citati: -



Titolo: La TV degli aeroporti di Telesia

Edizione: 10/2008

Editore: Telesia

Link:

www.largoconsumo.info/102008/DOCTelesiatvaeroporti-1008.pdf



Titolo: I prodotti e le insegne moderne? Sono etiche e multicanali.

Edizione: 1/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/012009/DOCMulticanalitLargoConsumo01-09.pdf



Titolo: Il product placement nelle strategie di convergenza della marca nel settore dell'intrattenimento

Edizione: 11/2008

Editore: Vita e Pensiero

Link:

www.largoconsumo.info/112008/BRLC1108-Biblio.pdf

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 97, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Quando l'advertising inganna

Pubblicità: Nel corso del l'Autorità Garante della concorrenza e del mercato ha inflitto sanzioni per . milioni di euro nei confronti di imprese giudicate responsabili di aver diffuso messaggi ingannevoli. La comunicazione e le aziende: quali sono i rischi della pubblicità scorretta? E quali sono gli organismi di controllo che tutelano aziende e consumatori da una comunicazione spesso aggressiva e fuorviante? A questi e altri quesiti vuole rispondere l'indagine condotta da *Largo Consumo*.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **I numeri dell'autodisciplina: 2006-2007**

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: Aurtorità Garante della Concorrenza e del Mercato, Federazione Nazionale della Pubblicità, Istituto dell'autodisciplina pubblicitaria

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

A Caffè Kimbo il Key award per la categoria bevande

Caffè Kimbo, con lo spot Ho fatto un sogno, si è aggiudicato il primo premio per la categoria bevande, della ..° edizione dei Key Awards, i premi per i migliori film pubblicitari prodotti in Italia. La giuria, composta da direttori di testate, giornalisti di mensili e quotidiani a tiratura nazionale, docenti di università con specializzazioni in comunicazione, presidenti di associazioni di settore, direttori creativi e registi non ha avuto dubbi nell'attribuire il Key Award a Caffè Kimbo.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Caffè Kimbo, Diaframma, Key Award, Proietti Gigi

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 103, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Con Gérard Depardieu Cirio vince il Key Award

La nuova e originale campagna di comunicazione Cirio ha conquistato anche gli addetti ai lavori che a essa hanno attribuito il Premiere food key award per lo spot pubblicitario Tengo 'o core italiano (ideato dall'agenzia Silvano Guidone & Associati, con testimonial d'eccezione il grande attore francese Gerard Depardieu). La campagna Cirio si è imposta per l'alto valore comunicazionale e la notevole originalità nel coniugare tradizione alimentare, naturalezza e innovazione.

Tablette, grafici e box a corredo:

- I credits nella campagna Cirio

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Alice, Ciro, Conserve Italia, Depardieu Gérard, Discovery Channel, Gardini Maurizio, Gerevini Paolo, Guidone Luca, La7, Lanucara Francesco, Leonardo World, Little Bull, Marcopolo, Mediaset, Pelati e Passata Rustica Cirio, Rai, Rai Sat Gambero Rosso, Sanchez Angel, Silvano Guidone & Associati, Skype, Tognazzi Ricky

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 136, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

Potenziata la creatività di McCann Erickson

Profili e carriere: McCann Erickson, l'agenzia parte di McCann Worldgroup, rinforza il proprio reparto creativo con l'arrivo di Giovanni Chiarelli, copywriter, e Velia Mastropietro, art director, provenienti dall'agenzia D'Adda Lorenzini Vigorelli BBDO. Chiarelli ha lavorato in Young & Rubicam e Mastropietro in Ata De Martini & C. In D'Adda Lorenzini e Vigorelli BBDO hanno maturato esperienza su clienti e campagne che hanno fruttato loro prestigiosi riconoscimenti nazionali e internazionali.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: 4 Salti in Padella, Adci, Cannes, Chiarelli Giovanni, D'Adda Lorenzini Vigorelli BBDO, Epica, Eurobest, Martini, Mastropietro Velia, McCann Erickson, McCann Worldgroup, New York Festival, Tamoil, Vodafone Business



Titolo: Retorica del linguaggio pubblicitario
Edizione: 6/2008
Editore: Archetipolibri
Link:
www.largoconsumo.info/O62008/BRLC0608-Bibli.pdf

PAMBIANCO

Titolo: Investimenti pubblicitari e redazionali abbigliamento e calzature bambino
Edizione: 9/2007
Editore: Pambianco
Link:
www.largoconsumo.info/O92007/BRLC0907-StuRice.pdf

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:
publicita@largoconsu.mo.it

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 162, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

[Index & Monitoring: Investimenti Pubblicitari](#)

Osservatorio periodico in collaborazione con Nielsen.

Table, grafici e box a corredo:

- Gli investimenti pubblicitari per mezzo (in migliaia di euro e in %)
- Gli investimenti pubblicitari per settore (in migliaia di euro e in %)
- La classifica dei top spender
- Le aziende attive per mezzo (in unità e in %)
- Le quote dei mezzi (in %)

Allegati:

- **[leggi questo articolo](#)**

Citati: Agos, Banca Barclays, Barilla, Campionati europei di calcio, City, Dada, Direct Line, eBay.it, Epolis, Ferrero, Fiat Div. Fiat Auto, Fox, Fox Crime, Fox Life, L'Oréal Saipo, Leggo, Mediaset, Microsoft, National Geographic, Nielsen, Olimpiadi, P&G, Procter & Gamble, Sky Cinema 1, Sky Cinema 3, Sky Sport 1, Sky Tg24, Tekka, Telecom Italia, Tim, Unilever, Vodafone, Volkswagen, Wind

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 105, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

[Spot a misura dei piccoli](#)

Normativa: La legge ha vari strumenti per tutelare dalla pubblicità inadatta i minorenni. Frutto di un'evoluzione quarantennale culminata nei recenti codici di autoregolamentazione. Nel veniva approvato dalle imprese televisive un Codice di autoregolamentazione Tv e minori con cui le emittenti, consapevoli della minore capacità di discernimento dei più giovani, si impegnano a controllare i contenuti della pubblicità e dei promo che possono ledere l'armonico sviluppo della personalità.

Table, grafici e box a corredo:

- Box: Messaggi responsabili
- I riferimenti normativi

Allegati:

- **[leggi questo articolo](#)**

Citati: Codice di Autodisciplina della comunicazione commerciale, Legge Gasparri, Legge Mammi

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 117, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

[La bottiglia di Fernet racconta la sua storia](#)

In onda da domenica .. ottobre sulle principali emittenti tv il nuovo spot di Fernet-Branca intitolato "Storia liquida". Racconta, in spezzoni da .. e da ..", la vicenda aziendale sfruttando un codice visivo innovativo in cui il prodotto si trova a essere fisicamente protagonista del filmato. E' una bottiglia che rotola lasciando così uscire il liquore da cui sorge una fantasmagoria di immagini. Un po' sul filone delle prime campagne degli anni Sessanta.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa notizia](#)**

Citati: Fernet Branca, Storia liquida

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 117, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Francia: [spot alle tv private](#)

Gli ultimi dati di ascolto mostrano i francesi sempre meno amanti della televisione: si è passati da una media di . ore e .. mi-nuti a . e .. al giorno. Per la fa- scia ..-.. anni la flessione è stata più netta (-..% fra luglio e luglio). Forse anche per questo il Governo francese ha deciso di aiutare le televisioni generaliste private consentendo a esse di passare pubblicità e nel contempo di vietarla alla tv pubblica. Infatti, è pronta la leg-ge per la riforma televisiva.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **[Il mercato pubblicitario in Francia per mezzi di comunicazione: 2007 \(milioni di euro\)](#)**

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Iem

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 121, lunghezza 1/10 di pagina

Tipologia: Breve

Nomina: [Perchinelli Fidelio, Assocomunicazione](#)

Fidelio Perchinelli, direttore generale di Assocomunicazione, è stato nominato presidente del Consiglio delle associazioni nazionali dell'Eaca per l'anno-..... Succede a Marie-Pierre Bordet, direttore dell'associazione francese.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Assocomunicazione, Bordet Marie-Pierre, Eaca, Perchinelli Fidelio

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 20, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

[L'avanzata di Internet e tv satellitare](#)

Media e mercati: In Italia gli utenti del web sono più che raddoppiati dal al, mentre il tempo speso per la navigazione in rete è aumentato di . volte. Una recente indagine Eurisko, commissionata da .. aziende, dei settori retail, bancario, servizi e media agency, aiuta a fare il punto sul panorama italiano. Il cambiamento delle abitudini e degli stili di vita dei consumatori, sempre più rapido e importante, richiede l'attenzione costante di chi si occupa di marketing e comunicazione.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: Eurisko Media Monitor 2008

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Audi, Basic multimedia, Entertainment tv and magazine, Eurisko Media Monitor, Hyperselective multimedia, Internet and other media, Mediaset trend, Meter, Monomedium, Multimedia cool, Press and other media, Rai Mediaset, Sport focused multimedia, Young transmedia user

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n° pagina 113, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

[Il mondo del vino crede nella comunicazione?](#)

Vino: Enotria ha condotto un'indagine sulle .. aziende italiane con il fatturato più alto e ad altre molto dinamiche sulle strategie di comunicazione. Le risposte che abbiamo collezionato ci consentono infine di dare a nostra volta una risposta alla domanda intorno alla quale ruotava tutto questo servizio: il mondo del vino crede nella comunicazione? Sì, ci crede e investe in media il ..% del fatturato con un massimo del ..% e un minimo dell'..%. È evidente che non troverete risultati omogenei.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **[La media degli investimenti in comunicazione suddivisa nelle 6 voci più rappresentative \(in%\)](#)**
- **[La media degli investimenti sul fatturato di 18 aziende \(in %\)](#)**

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Antinori, Banfi, Banfi Import, Bavaria Gmbh, Boscaini Sandro, Cantina di Soave, Cantina di Soave, la Cooperativa si fa impresa, Cantine Riunite, Cecchi, Corriere Vinicolo, Duca di Salaparuta, Enotria, Ferrari F.Ili Lunelli, Giv, Il Mondo 2006, Leone De Castris, Marchesi de ´Frescobaldi, Masi Agricola, Medici Ermete, Mezzacorona, Nosio, Pasqua, Prestigi Wine Imports Corp., Rizzoli Claudio, Ruffino, Santa Margherita, Sartori, Zonin

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n°pagina 114, lunghezza 1/2 di pagina - estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti in comunicazione di 18 aziende vinicole (in % sul fatturato)

La media degli investimenti in pubblicità, fiere, pubbliche relazioni, eventi, sponsorizzazioni, ricerche di mercato e innovazione nel pack. Informazione contenuta nell'articolo "Il mondo del vino crede nella comunicazione?".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: Antinori, Banfi, Cantina di Soave, Cantine Riunite, Cecchi, Duca di Salaparuta, Ferrari F.Ili Lunelli, Giv, Leone De Castris, Masi Agricola, Medici Ermete, Mezzacorona, Pasqua, Ruffino, Santa Margherita, Sartori, Zonin

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n°pagina 125, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Necrologi: Di Lello Francesco

E' scomparso Francesco Di Lello, l'inventore del "tre per due", la formula pubblicitaria più amata e usata degli ultimi .. anni. Di Lello, classe, ideò il celebre slogan per la Standa nel, applicandola inizialmente ai prodotti alimentari.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Di Lello Francesco, Standa

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

Tipologia: Breve

Mrm ha scelto il direttore creativo

Profili e carriere: Con l'ingresso di Alex Brunori come direttore creativo esecutivo, Mrm Worldwide ha impresso una svolta al proprio reparto creativo, compiendo un passo verso l'integrazione tra comunicazione classica, comunicazione digitale e Crm. Consigliere in carica di Adci (Art directors club italiano), Brunori, oltre a esperienze didattiche nei principali istituti e università nel settore della comunicazione è stato direttore creativo associato in Jwt.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Brunori Alex, Cannes, Eurobest, Grand Prix, Ied, Mrm Worldwide, Sda-Bocconi di Milano, Sternai Michele, Targa d ´Oro, Università La Sapienza di Roma

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n°pagina 105, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Una Regione di grande audience

Media: La mappa lombarda dell'emittenza radiotelevisiva e dei canali informativi stampa. Una solida realtà economica dai dati delle aziende analizzate attraverso i bilanci. L'audience televisiva, segnando l'ovvia supremazia Rai e Mediaset, con uno share e una percentuale di penetrazione del ..% e ...% in un caso e dell'.,.% e ...% nell'altro, vede tra le emittenti locali in testa come contatti Telelombardia (..... netti e di ascolto medio), quindi . Gold Telecty Lombardia.

Table, grafici e box a corredo:

- [Le emittenti televisive in Lombardia per provincia \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)
- [vai al documento associato](#)

Citati: 7 Gold Telecity Lombardia, Aida, Antennatre, Audipress, Audiradio, Auditel, Corecom Lombardia 2007, Corriere della Sera, Mediaset, Rai, Res Ricerche e Studi, Telecampione, Telemacombardia, Telemaco, Telenova, Telereporter

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 109, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[La tutela delle tv digitali su Internet](#)

AssowebTv è la prima associazione di categoria che riunisce gli editori e gli operatori delle tv digitali su Internet per sviluppare, tutelare e regolamentare l'universo delle web tv. Attraverso il monitoraggio normativo e l'organizzazione di iniziative di relazione con le istituzioni, l'associazione è in grado di rappresentare gli associati nei confronti delle pubbliche autorità, degli enti e delle società per la tutela degli interessi di natura tecnica, economica e giuridica.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Assoweb Tv, Maffini Andrea

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 25, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

[Universal McCann: grandi aspettative future](#)

Universal McCann ha festeggiato il primo anno di Gianfranco Piccolo alla guida dell'agenzia media di McCann Worldgroup segnando un andamento decisamente positivo, a cui si aggiunge la piena soddisfazione dei clienti, e si orienta verso ambiziosi obiettivi futuri. «Un anno fa sono entrato a far parte di Um - ha dichiarato Gianfranco Piccolo, amministratore delegato e presidente Universal McCann, - e come già è accaduto, questo anno mi è sembrato breve e lungo allo stesso tempo.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Barilla, Edison, Enel, Faber, Giacinta Alessandra, Hanspree, Inail, Mitsubishi, Next thing now, Piaggio, Piccolo Gianfranco, Safilo, Universal McCann, Upim, Warne

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 113, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[Fatturato in crescita per Fashion Tv](#)

Fashion TV ha chiuso il ... con circa .. milioni di euro di fatturato a livello globale (crescita pari a quasi l'..%) e una raccolta pubblicitaria cresciuta del ..% rispetto al .. Ottimi risultati anche per il sito istituzionale (ftv.com), che con ... milioni di visitatori e .. milioni di pagine viste al mese cresce del ...% rispetto allo scorso anno. «Siamo orgogliosi dei risultati che Fashion Tv sta ottenendo in tutto il mondo - ha commentato Licia Negri, direttore Fashion Tv Italia.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Fashion TV, Negri Licia

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 113, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[In crescita internet e tv tematiche](#)

Dalle analisi di Gfkeurisko emerge che gli italiani stanno cambiando, in modo significativo, le loro abitudini mediatiche: tra i segni di discontinuità con il passato e di novità sempre più rilevante, la crescita dei mezzi digitali (tv tematiche e internet) e la flessione, delle tv generaliste e dei periodici. Tra il ... e il .., infatti, la fruizione della televisione tradizionale gratuita è passata in Italia dal ...% al ...% (-, ..%); le radio sono scese dal ...% al ..%.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Gfkeurisko

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 146, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Un responsabile vendite per McCain

Profili e carriere: Barbara Galli ha assunto anche la carica di sales e marketing director retail per McCain e a essa riporteranno oltre alle 2 persone del marketing anche le 9 delle vendite.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Condè Nast, Galli Barbara, Leo Burnett, Masterfood, McCain, Università Bocconi di Milano

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 112, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Felicità da vendere

Tendenze: Pubblicità che vogliono trasmettere sensazioni positive. I codici comunicativi che le hanno improntate e le risposte tra gli utenti al centro di indagine. Scenari ha utilizzato un approccio semiotico-qualitativo applicato a .. campagne pubblicitarie. Dall'analisi è emerso che la felicità è comunicata attraverso codici di luce, cromatismi, caratterizzazioni dinamiche e scelte enunciativie dirette e che temi principali della comunicazione sono la partecipazione e la donazione.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- I codici e i significati che improntano il messaggio

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Abio, Allianz, Di Costanzo Gennaro, Dove, Ferrarelle, Fipe-Confcommercio, Il Treno del Sorriso, Istituto di Ricerche di Mercato e Consulenza di marketing, Ministero della Salute, Pascal Blaise, Ringo, Scenari, Spina Bifida, Unieuro

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

Tipologia: Breve

Nomine: Brenna Giorgio

Nuovo modello organizzativo per l'area Western Europe di Leo Burnett, una delle maggiori agenzie pubblicitarie mondiali. A guidarne il processo di cambiamento è stato chiamato l'italiano Giorgio Brenna che da attuale amministratore delegato assume anche l'incarico di ceo & chairman della divisione.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Brenna Giorgio, Burnett Leo, Western Europe

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 21, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Jump McCann per lo sviluppo delle pmi

Il network mondiale McCann Erickson è presente in ... Paesi e gestisce la comunicazione di alcuni dei più famosi brand al mondo. In Italia, nei due uffici di Milano e Roma, lavorano per McCann ... professionisti della comunicazione, che gestiscono un oltre .. brand. Ora, il network ha dato vita a una nuova divisione con sede a Roma: Jump McCann che, sotto la guida di Barbara Sarica e Patrizia Bognione, si pone come obiettivo quello di sostenere lo sviluppo delle piccole e medie imprese.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Bognione Patrizia, Cogliolo Giuseppe, Jump McCann, McCann Erickson, McCann Erickson Italia, Sarica Barbara

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 121, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Se il satellite guida l'audience

Mezzi: Il mondo delle nuove tv in un'Osservatorio sul digitale, terrestre e via Internet. Nell'ambito delle Sofà tv il ..% di fatturato è realizzato dalle satellitari, Sky in testa. Nella sua corsa la televisione satellitare rallenta a un trend che accelera di appena il +.% rispetto a novembre raggiungendo così uno share medio del ...% nel totale giorno sul target individui. E' quanto si evince dall'ultima analisi Starcom. Ancor più limitata la crescita sul target adulti ... (+.%,%).

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: Il calcio nell'era satellitare
- La graduatoria dei 10 canali satellitari Rai più visti: settembre 2007 (target: individui)
- **Le Sat Tv e Dttt più seguite: settembre 2007 (share % - target: individui)**

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: 90° minuto, Auditel, Boing, Calcio 1, Campionato di Calcio di A, Champions League, Coppa Italia, Crime, Csi, Discovery, Disney, Disney Channel, Dtt, Fox, Inter Ikea Centre Polka, IpTv, Isola dei Famosi, iTunes, Jetix, Juventus, Mediaset, Mediaset Premium, Nielsen Mr, Osservatorio New Tv, PlayHouse Disney, Politecnico di Milano, Rai Due, Rangone Andrea, Sat Tv, Sitcom, Sky, Sofà Tv, Sport 1, Sport 16:9, Starcom, Studio Universal, Turner, Tv Mobile, Tv su Rete Dvb-h, Viacom

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 123, lunghezza 1/3 di pagina – Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Il calcio nell'era satellitare

La tv digitale è la sola ad offrire, a pagamento e in diretta, la visione del campionato di calcio di serie A. I volumi di audience che le partite di calcio generano su questi canali è del ..% e la squadra regina di ascolti è la ... Il profilo di ascolto risulta più targettizzato e qualificato con il calcio parlato che subisce... Info contenuta nell'articolo "Se il satellite guida l'audience".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Vai all'articolo che contiene questa informazione**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 127, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Telesia: un anno di tv nella metropolitana di Roma

E' passato un anno dall'avvio delle trasmissioni di Telesia nella metropolitana romana. Dall'attivazione delle prime stazioni a marzo, il network è a pieno regime da diversi mesi, affermandosi presso i passeggeri della metropolitana. Tempo di numeri e di bilanci, quindi, per Telesia: ... giorni di attività, ... monitor, ore di trasmissione, edizioni di tg, ore di intrattenimento, ore di informazioni di pubblica utilità, .. campagne sociali, spot.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Telesia

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 129, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Nomina: Sala Stefano

Stefano Sala, presidente e amministratore delegato di Mediaedge:cia è stato eletto presidente della Consulta Media AssoComunicazione in sostituzione di Ernesto Pala. L'elezione è avvenuta il .. marzo.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Consulta Media AssoComunicazione, Mediaedge:cia, Pala Ernesto, Sala Stefano

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 129, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Variazione di sede: Starcom Italia

Dal primo aprile Starcom Italia trasferirà la propria sede legale e operativa da via G.B. Pirelli .. a via P.C. Decembrio .., sempre a Milano. Restano invariati i riferimenti aziendali relativi a numeri di telefono e fax.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Starcom Italia

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 129, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Necrologio: Mignani Marco

Il primo aprile è morto a Milano Marco Mignani, uno dei più celebri pubblicitari italiani. Molte sue campagne pubblicitarie sono da tempo entrate nell'immaginario collettivo ad iniziare dallo slogan per la Ramazzotti della "Milano da bere", diventato il simbolo dei rampanti anni Ottanta.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Mignani Marco, Ramazzotti

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 103, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Nè persuasori nè prevaricatori

Normativa: Pubblicità tra professionisti e pratiche commerciali verso il consumatore. Due decreti individuano i comportamenti ingannevoli e le modalità per comparare beni o servizi. Il D.Lgs..../.... ha introdotto una regolamentazione della pubblicità ingannevole e comparativa applicabile solo alle imprese. Il D. Lgs..../.... fornisce ai consumatori una tutela contro le pratiche commerciali scorrette introducendo una disciplina nel Codice del consumo che sostituisce, inglobandola, la precedente.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Gli ambiti cui si applica il decreto sulle pratiche commerciali scorrette (dl 146/2007)
- La pubblicità ingannevole comparativa secondo il dl 145/2007

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Autorità garante della concorrenza e del mercato

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 108, lunghezza 1/6 di pagina – Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

I media a confronto nella misurazione del ROI

Il ritorno sull'investimento in comunicazione tra diversi mezzi: imballaggi domestici (...%), pubblicità (...%), pubbliche relazioni (...%), promozioni (...%), web&mobile (...%), direct marketing (...%). Info contenuta nell'articolo "I conti incerti della promozione".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)
- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n°pagina 110, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Certificata Iso Mediaedge: cia

Mediaedge:cia è certificata Iso, traguardo importante nel conseguimento di vantaggi competitivi nel mercato di riferimento. Si concretizzano nel garantire ai clienti la gestione delle informazioni attinenti alla loro realtà societaria e al loro business nel rispetto della riservatezza dei dati sia a livello di infrastrutture tecnologiche e fisiche che organizzativo e la continuità operativa individuando soluzioni tecniche e organizzative idonee a ripristinare il sistema informativo.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Getsolution, Iso 27001, Mediaedge: cia

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n°pagina 111, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Upim si affida a McCann Erickson

Upim affida tutta la comunicazione a McCann Erickson Italia. «Upim - spiega Luca Rossetto, amministratore delegato di Upim - sta completando un percorso di cambiamento radicale. Siamo pronti a rilanciare il brand con la certezza di portare a tutte le famiglie italiane, anche a quelle che si sono allontanate o non ci conoscono ancora, una proposta di retail nuova. «Sono particolarmente orgoglioso di questo incarico», ha dichiarato Giuseppe Coglilo, alla guida dell'agenzia pubblicitaria.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Coglilo Giuseppe, McCann Erickson Italia, Rossetto Luca, Upim

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n°pagina 113, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Nuovo codice di autodisciplina

E' in vigore il nuovo codice dell'Istituto di autodisciplina pubblicitaria (Iap), che ha sostituito il concetto di pubblicità con quello più esteso di comunicazione commerciale. Non è una riformulazione terminologica, in quanto tiene conto sia delle interpretazioni sostanziali della giurisprudenza del Giuri, che ha sempre inteso in senso ampio la definizione di pubblicità, che degli stimoli provenienti a livello legislativo nazionale e comunitario in favore di un ampliamento del campo di azione.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Iap (Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria)

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n°pagina 115, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Telesia in forte crescita

Per Telesia II è stato significativo anche per il cambiamento d'immagine, attraverso un nuovo format grafico, una nuova campagna, un nuovo sito, determinanti per far emergere una identità aziendale ispirata a valori di innovazione, tecnologia e dinamicità. «Nel - spiega Gianalberto Zapponini amministratore delegato di Telesia - abbiamo messo a segno un + ..% sulla raccolta commerciale: ottimo risultato, che dimostra come l'investimento sul network romano sia stato ben gestito».

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Telesia, Zapponini Gianalberto

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n°pagina 116, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

La nuova campagna per il Muller di Cavit

Cavit ha dato il via alla campagna pubblicitaria per il lancio del proprio Müller. Firmata da New Red e Ferlazzo, propone un nuovo concept creativo dal linguaggio frizzante e accattivante, la cui diffusione, a partire dalla Gazzetta dello Sport per approdare a settembre sulle pagine di Repubblica, arriverà a coinvolgere un ricco mix di media.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Cavit, Müller

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n°pagina 116, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

I top spender della pubblicità

I settori più rilevanti nel per investimenti pubblicitari sono automobili (+...%), telecomunicazioni (+...%), abbigliamento (+...%) e finanza-assicurazioni (+...%) secondo Nielsen Media Research. Gli alimentari si sono mantenuti su livelli poco inferiori al (-...%), mentre bevande/alcolici e media/editoria indicano il -...% e il -...%. I maggiori investitori dell'anno: Ferrero, Unilever, Wind, Vodafone, Procter&Gamble, Tim, Barilla, Fiat Div Fiat Auto, Volkswagen e Saipo L'Oréal.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Barilla, Ferrero, Fiat Div. Fiat Auto, Nielsen Media Research, Procter & Gamble, Saipo L'Oréal, Tim, Unilever, Vodafone, Volkswagen, Wind

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n°pagina 139, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

ImpresaTv: ecco chi guiderà il marketing

Profili e carriere: ImpresaTv, la prima web tv interamente dedicata alle aziende, ha affidato a Roberto Marazzi la carica di direttore marketing. Avrà il compito di promuovere le attività connesse al canale tematico, la soluzione più utile e innovativa nel web per il mondo dell'impresa. Marazzi ha compiuto il suo percorso professionale passando dal Gruppo Flammini (organizzatore del Campionato mondiale Superbike e di altri importanti eventi) al ruolo di amministratore delegato per Edizioni Cioè.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Conti Editore, Edizioni Cioè, Flammini, ImpresaTv, Marazzi Roberto

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n°pagina 141, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Gli spot migliori del Provolone Valpadana

Si è concluso il concorso Provolone Valpadana Radio Award promosso dal Consorzio Tutela Provolone Valpadana Dop. Tre gli spot vincitori a pari merito, ritenuti I migliori ad aver interpretato il soggetto "Il Provolone Valpadana fa bene all'amore". Le idee dei tre premiati diventeranno radiocomunicati registrati dalla casa di produzione PushPull di Milano e verranno inviati alle emittenti radiofoniche e alle manifestazioni che si occupano di radiofonia.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Consorzio tutela Provolone Valpadana dop, Pisani Vittorio Emanuele, Provolone Valpadana, Provolone Valpadana Radio Award

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 142, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Nomine: [Istituto dell'autodisciplina pubblicitaria](#)

Giovanni Deodato è il nuovo presidente del Giurì dell'Iap, l'Istituto dell'autodisciplina pubblicitaria. L'ex deputato, già magistrato al Tribunale di Milano e reggente della sede milanese della Banca d'Italia, succede all'ex procuratore di Milano Francesco Saverio Borrelli e ad Antonio Baldassarre.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Baldassarre Antonio, Banca d'Italia (Bankitalia), Borrelli Francesco Saverio, Deodato Giovanni, Iap (Istituto dell'autodisciplina pubblicitaria)

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Tv senza frontiere: via libera alla direttiva

Il Parlamento europeo ha approvato la nuova direttiva sulle attività televisive, aggiornamento di quella denominata Tv senza frontiere del di cui amplia il campo di applicazione alle nuove tecnologie introducendo norme sulla durata e frequenza degli spot pubblicitari. Gli Stati Ue avranno due anni per mettersi in regola. La direttiva si applica alla televisione analogica e digitale, alla live streaming e alla tv via internet (webcasting). I servizi di video on demand rientrano nel campo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Parlamento Europeo

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

The Washing Machine, creatività multidisciplinare

The Washing Machine. E' il nome dell'agenzia di comunicazione multidisciplinare creata da Mimmo Di Lorenzo, ex direttore creativo di Publicis, autore di pluripremiate campagne worldwide del network francese, che ne sintetizza filosofia e mission: produrre una comunicazione ispirata a puntare su un linguaggio semplice per costruire una comunicazione originale e efficace che permetta al brand di essere distintivo. The Washing Machine nasce con un orientamento multidisciplinare.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Di Lorenzo Mimmo, Mussetti Paola, Pavese Francesca, Publicis, Rocchi Stefania, The Washing Machine

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 117, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Commiato: Starcom

Lascia il gruppo Starcom Marialisa Scarpelli per dedicarsi alla nuova attività di nonna. Una scelta impegnativa dopo 17 anni dedicati con passione al mondo della comunicazione e della pubblicità, sottolinea l'azienda.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Pubblicità d'Abruzzo

Secondo dati diffusi da AssoComunicazione (che riunisce ... imprese di comunicazione attive in Italia), con ... milioni di euro l'Abruzzo resta la seconda regione dell'Italia meridionale per investimenti pubblicitari nei primi . mesi del e si colloca al dodicesimo posto nella classifica che riguarda tutto il Paese. Il trend delle somme impiegate dalle aziende abruzzesi in comunicazione è tuttavia in costante aumento nell'ultimo biennio: +.% a fine e + .% a fine

Table, grafici e box a corredo:

- Le prime 10 aziende per spesa pubblicitaria in Abruzzo: 2007

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Abruzzo Azienda Sogg. Tur., Air One, Alfa Wassermann spa, AssoComunicazione, De Cecco, Fater spa, Fegi Manif. Srl, Ferrante Amedeo sas, Quartermaster, Sorgente S.Croce, Valagro spa

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 22, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Etici ma silenziosi

Comunicazione e ambiente: Sono numerose le aziende che, pur essendo impegnate sul piano ambientale e sociale, non comunicano sufficientemente le loro politiche di sostenibilità. Il consumatore potrebbe anche essere ben disposto a migliorare il proprio stile di vita, ma sembra che le imprese non lo ritengano maturo a sufficienza per una comunicazione con valori diversi dai soliti. A livello pubblicitario, l'industria propone valori tradizionali: prezzo, qualità, immagine del brand.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Castorama Italia, Csr, Hickman Leo, Illy, Insead, Iso 14000, Iso 26000, Kingfisher, Legambiente, Levi Strauss & CO, Mauborgne Renée, Patagonia, Planet Life Economy Foundation, Plef, SA 8000, Tft-Tropical Forest Trust

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 124, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Cambio al vertice romano per mediaedge: cia

Profili e carriere: Roberto Parodi è il nuovo direttore della sede romana di mediaedge:cia. Nel centro media dal, Parodi ha ricoperto sino a oggi il ruolo di new business director, alla quale va ad aggiungere la responsabilità del gruppo di lavoro nella capitale con focalizzazione sullo sviluppo del business. La scelta di Parodi è stata motivata con l'esperienza maturata dal manager sia all'interno di mediaedge:cia sia da quelle maturate precedentemente in importanti aziende internazionali.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: mediaedge:cia, Parodi Roberto

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 124, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Da Gruppo Intesa a Cheil Communications Italia

Profili e carriere: Alberto Guglielmone è stato nominato nuovo direttore di Cheil Communications Italia, l'agenzia di pubblicità interna di Samsung Electronics Italia. Nel suo nuovo incarico, il manager si occuperà di coordinare tutte le attività riguardanti l'advertising, i media, le sponsorizzazioni, gli eventi, il Web e le relazioni pubbliche della filiale italiana della multinazionale coreana e risponderà direttamente al managing director John Koo.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Banca Primavera, Cheil Communications Italia, Gruppo Intesa, Guglielmone Alberto, Intesa San Paolo, Koo John, Samsung Electronics Italia

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 142, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Index & Monitoring: Investimenti pubblicitari

Investimenti pubblicitari: In un clima di prudenza suggerito da tutti gli operatori del mercato pubblicitario, gli investimenti crescono del .% nel, a fronte del +.,. % del Nel .° trimestre il pil è cresciuto dell'.,.% rispetto allo stesso periodo del, con un incremento congiunturale dello .,%. grazie al discreto andamento dell'industria e dell'agricoltura, ma soprattutto alle buone performance del settore dei servizi. I dati sui consumi non sono altrettanto positivi.

Table, grafici e box a corredo:

- [Gli andamenti dei settori: 1996-2006 \(in %\)](#)
- [Gli investimenti e le aziende: 2000-2006 \(in unità e mln. Di euro\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Audiposter, Ferrero, Fiat, L´Oreal, Movimedia, Nielsen, Nielsen Economic and Media Outlook, Procter&Gamble, Psa, Rmb, Skyy, Telecom, Vodafone, Volkswagen, Wind

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

Tipologia: Tabella o Grafico

Gli investimenti pubblicitari netti nei comparti grocery non alimentare: 2005-2006 (in %)

Toiletries, Igiene orale, Prodotti per capelli, Pulizia della casa, Pulizia dei tessuti, Giocattoli, Igiene prima infanzia, Utensileria, Giardinaggio, art. monouso su dati Adex Nielsen media Research.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Adex, Nielsen Media Research

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n° pagina 22, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Grocery non food: I principali spendor pubblicitari nel comparto: 2005-2006

La posizione ricoperta e variazione del rank di Beiersdorf, Fater, Henkel, Johnson Wax, L'Oreal Saipo, Manetti-Roberts, Manitoba, P&G, Reckitt Benckiser, Unilever.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Beiersdorf, Fater, Henkel, Johnson Wax, L'Oreal Saipo, Manetti-Roberts, Manitoba, Procter & Gamble, Reckitt-Benckiser, Unilever

Mercato Italia Grocery, fascicolo 12/2007, n° pagina 23, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

Grocery non food: II media mix dei big spendor pubblicitari in Italia: 2006

Il peso dei singoli mezzi utilizzati negli investimenti in comunicazione di Beiersdorf, Fater, Henkel, Johnson Wax, L'Oreal Saipo, Manetti-Roberts, Manitoba, P&G, Reckitt Benckiser, Unilever.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Beiersdorf, Fater, Henkel, Johnson Wax, L'Oreal Saipo, Manetti-Roberts, Manitoba, Procter & Gamble, Reckitt-Benckiser, Unilever

Mercato Italia Abbigliamento, fascicolo 9/2007, n° pagina 23, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Gli investimenti in pubblicità: abbigliamento

Nel ... le imprese della moda hanno incrementato gli investimenti pubblicitari netti in misura superiore alla media di tutti i settori. L'abbigliamento ha investito ... milioni (+...%), seguito da quello in pelle e pelletteria con .. milioni (+..%).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Nielsen Media Research

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 26, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Promozione di nuovo protagonista

Scenario della comunicazione: ritrovano il ruolo di motore della comunicazione. Gli investimenti passeranno dai .. mld del 2006 ai . di quest'anno. Simile la tendenza delle sponsorizzazioni con +.% nel 2007 (. milioni) e +.% nel 2008 (. milioni), mentre le relazioni pubbliche evidenziano una marcia in più: +.% nel 2008.

Table, grafici e box a corredo:

- [La composizione del mercato degli investimenti pubblicitari: marzo 2007 \(in %\)](#)
- [La ripartizione degli investimenti tra i diversi mezzi pubblicitari: 2005-2008 \(in mln di euro e var. %\)](#)

Allegati:

Citati: AssoComunicazione, Astra-Aireis, Campionati Europei di calcio, Olimpiadi di Pechin, Upa

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 26, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La ripartizione degli investimenti tra i diversi mezzi pubblicitari: 2008 (in mln di euro e var %)

Nell'area delle Promozioni, delle Relazioni Pubbliche, delle Sponsorizzazioni, della pubblicità on line e altre voci. Info contenuta nell'art "Promozione di nuovo protagonista" su Lc 12/2007.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)
- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 113, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Campania leader al Sud in investimenti pubblicitari

Con ... milioni di euro la Campania è la prima regione nell'Italia meridionale per investimenti pubblicitari, indica AssoComunicazione. Benché la spesa in comunicazione sia in leggero calo rispetto dello stesso periodo dell'anno precedente (-..%), la Regione è leader nel mezzogiorno e settima a livello nazionale. Come nel resto d'Italia le imprese campane stanno riducendo gli investimenti in tv soprattutto a favore di quotidiani ma anche di radio e periodici. In forte calo cinema e affissioni.

Table, grafici e box a corredo:

- La classifica delle aziende top spender in pubblicità della regione Campania: 2007

Allegati:

Citati: Acqua Lete, AssoComunicazione, Aurum, Cafè do brasil, Imap Export Mugnano, Kimbo, Kliik, Kosè, Melluso calzature, Moby Lines, Original Marines, Società Generale Acque Minerali, Tlc spa Orta

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n°pagina 117, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

[Illva di Saronno sceglie Starcom in Usa e Canada](#)

Illva di Saronno, tramite Illva Lugano, dopo aver indetto una gara per l'assegnazione del proprio budget media negli Stati Uniti, ha scelto come partner Starcom. L'azienda di Saronno, presente in tutto il mondo con i suoi prodotti legati alla tradizione e alla storia italiana (Amaretto Di Saronno, Mandarinetto Isolabella, Rabarbaro Zucca, Vodka Artico), ma anche con marchi internazionali come Herradura, Hypioca, e Varadero, ha deciso di estendere l'incarico a Starcom anche per il Canada.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Brosenberg Boazabeck Peter, Illva, Starcom

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n°pagina 119, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

[Nomina: Angelo Sajeve](#)

Angelo Sajeve è il nuovo amministratore delegato di Mondadori pubblicità. Succede nella carica occupata per .. anni da Eduardo Gilliberti che mantiene la presidenza fino al termine del

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Gilliberti eduardo, Sajeve Angelo

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

Tipologia: Breve

[Pubblicità digitale: nel 2007 si conferma una crescita oltre il + 40%](#)

Notizie in corso: La crescita del digitale nel 2007 si conferma molto sostenuta (+41,5%) rispetto al 2006 e vi sono le premesse perché il 2008 si sviluppi con tassi sostanzialmente analoghi. Ad affermarlo, nel corso della seconda giornata dello IAB Forum di Milano, è AssoComunicazione, associazione che riunisce 174 imprese della comunicazione.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

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

Tipologia: Breve

[Assocomunicazione: in Abruzzo investimenti pubblicità 32 milioni di euro](#)

Notizie in corso: Con 31,7 milioni di euro l'Abruzzo è la seconda regione dell'Italia meridionale per investimenti pubblicitari relativamente ai primi 8 mesi del 2007.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Assocomunicazione

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n°pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

[Segno più per gli investimenti pubblicitari tra gennaio e luglio](#)

Secondo le stime di Nielsen Media Research, nel periodo gennaio-luglio gli investimenti pubblicitari hanno superato i milioni con una variazione positiva del +.,.% sul periodo corrispondente dell'anno scorso. A livello di mezzi si è registrato per la televisione un calo sul progressivo del .,.% . Per la stampa, nel complesso, la variazione da gennaio è stata del +.,.% . In decisa ripresa la radio: +.,.% . Continua l'exploit di Internet con una variazione positiva del ...,%

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [Il mercato della pubblicità in Italia: gennaio-luglio 2007 \(in mgl. Di euro e in %\)](#)

Allegati:

Citati: Nielsen Media Research

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Il mercato pubblicitario è trainato dal Far East

Una crescita dei ricavi pubblicitari mondiali del .% nel e del .% nel, pari a rispettivamente ... e ... miliardi di dollari: è l'indicazione del forecast stilato da GroupM nel report "This Year, Next Year" nella "nuova Europa" che cresce intorno al ..% all'anno. Ma è ancora oltre, all'area Asia-Pacifico che si deve un contributo ancora maggiore, pari a circa il ..% della crescita pubblicitaria mondiale di quest'anno e un massiccio +..% per il prossimo.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: GroupM, This Year, Next Year

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

Tipologia: Breve

Unicom Trent'anni al fianco delle imprese di comunicazione

Notizie in corso: Unicom ha celebrato il trentesimo anniversario della sua costituzione. La serata, caratterizzata dalla partecipazione di più di 300 persone dell'intero mondo della comunicazione, ha visto coinvolte le associazioni, i mezzi, le concessionarie, la committenza e le più prestigiose istituzioni del comparto.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 18, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Nuove ricette per la ripresa

Farmaci: il mercato italiano è saturo per l'eccesso di offerta. Ogni settimana un medico di famiglia riceve in media .. dei informatori scientifici operanti per conto delle società farmaceutiche. In ogni incontro subisce la presentazione di . farmaci: troppi prodotti in troppo poco tempo. Le aziende faticano a rendersi visibili, credibili e ricordate ma l'apertura dei corner in gdo offre possibilità di crescita a quelle che si accosteranno preparate al nuovo canale di vendita.

Table, grafici e box a corredo:

- Lo schema dei flussi del marketing farmaceutico

Allegati:

Citati: Crm, Federfarma, Mercurio Misura

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Radio e tv in store: un'analisi per investire

SkyRec, azienda leader da un decennio nella realizzazione di radio dedicate e personalizzate instore, ha promosso una tavola rotonda per promuovere la nuova ricerca "Audi - Out of home & Radio instore", con la partecipazione del patron di GfK Eurisko e curatore dell'indagine Remo Lucchi, di Enzo Palazzolo presidente di SkyRec e di rappresentanti di Fujitsu Services e Skylogic, partner di SkyRec, e di Ansa, con cui è allo studio un accordo di collaborazione.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Ansa, Audi - Out of home & Radio instore, Fujitsu Services, GfK Eurisko, Lucchi Remo, Palazzolo Enzo, SkyLogic, SkyRec

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

4,1% previsto di pubblicità in più

Dai forecast di Comunicare Domani presentati da AssoComunicazione, previsioni incoraggianti per il mercato della comunicazione che nel, in base a stime del Centro Studi dell'associazione diretto da Roberto Binaghi, supererà a fine anno i .. miliardi di euro (... miliardi) con una crescita del ..%. Osservandone le evidenze più importanti, la stima è caratterizzata dalla progressione del digitale (+...%), rallentamento della tv via etere (+...%) e crescita di sponsorizzazioni (+...%).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: AssoComunicazione, Binaghi Roberto

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Tv e internet mobile: potenzialità da sfruttare

L'Osservatorio Mobile Content della School of Management del Politecnico di Milano, in collaborazione con il Dipartimento di Elettronica e Informazione ha presentato una ricerca basata sull'analisi di oltre servizi offerti da ... fornitori e più di ... indagini sulle principali imprese operanti in questa filiera. La grande attenzione su alcuni servizi innovativi - mobile tv su dvh-h, mobile internet-web, mobile ..., mobile advertising - ha diminuito il loro focus sugli altri servizi.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Osservatorio Mobile Content, Politecnico di Milano, School of Management

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 135, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

In crescita pay tv e digitale

In Europa occidentale, su un mercato televisivo di circa .. miliardi di euro, la tv a pagamento è cresciuta del ..% nel, sfiorando i .. miliardi, nonostante la concorrenza di nuove piattaforme. Nel complesso, avanza la tv digitale: a fine anno le abitazioni digitali erano quasi .. milioni, più del ..%. Questo, in sintesi, quanto emerge dal bilancio del mercato tv europeo tracciato da ItMedia Consulting. Nel il mercato televisivo in Europa occidentale è cresciuto del ..%.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: ItMedia Consulting

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 135, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

AssoComunicazione aggiunge due settori

L'assemblea di AssoComunicazione, che riunisce le più qualificate imprese operanti in Italia, ha deliberato di aggiungere i due nuovi settori Eventi e Sponsorizzazioni. I comparti di AssoComunicazione diventano quindi otto: Pubblicità e Comunicazione Globale; Promozione, Incentivazione e Servizi di Marketing; Media (strategie planning e buying); Relazioni Pubbliche; Direct Marketing; Digitale; Eventi; Sponsorizzazioni. Conferma la mission di rappresentare tutti i mestieri della comunicazione.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: AssoComunicazione, Testa Marco

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 135, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Audiweb e Iab insieme per l'adv on-line

Audiweb ha aderito allo Iab (Interactive advertising Bureau) entrando nella fase operativa del progetto di studio di un nuovo sistema integrato di rilevazione per la fruizione dei mezzi online. La decisione rappresenta la volontà di Audiweb di partecipare alla definizione e all'evoluzione degli standard di misurazione e auditing delle principali ricerche al massimo livello internazionale. Varato un progetto per un sistema integrato per la rilevazione e la diffusione di tutti i dati di fruizione

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Audiweb, Iab (International advertising Bureau)

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 137, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Premiazione: Gerry Scotti e Dario Scotti

Gerry Scotti e Dario Scotti, titolare di Riso Scotti, hanno ritirato insieme il premio speciale alla carriera assegnato alla ..a edizione di Pubblicità & Successo, il riconoscimento del settimanale Pubblico alle migliori campagne pubblicitarie.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Pubblico, Riso Scotti, Scotti Dario, Scotti Gerry

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 137, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Necrologio: Roberto Gavioli

E' morto Roberto Gavioli, autore di celebri spot tv e di personaggi di animazione di Carosello degli anni Sessanta tra cui Capitan Trinchetto.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Capitan Trinchetto, Carosello, Gavioli Roberto

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

Le regole per comunicare con successo in Cina

Oggi i rapporti esistenti tra Italia e Cina sono buoni; e ciò offre enormi opportunità anche a livello di comunicazione. Bisogna, però, conoscere bene il mondo dei media, che sono fortemente controllati dal Governo. Si devono monitorare le notizie sul mercato cinese che circolano in Europa e America e costruire buone relazioni con i media locali. Infine, è indispensabile puntare al digitale: in Cina risiede la più vasta popolazione di utenti, che però utilizza canali propri.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

Dico Coop: la pubblicità incontra la politica

Dico è la catena di supermercati a basso costo delle Coop che ha deciso di sfruttare l'omonimia con il ddl del Governo per promuoverli con interessanti campagne pubblicitarie: "i Dico fanno bene alla famiglia", "i Dico convengono a tutti", "i Dico migliorano la vita". Ne è nato un accostamento tra marketing e politica piuttosto raro in Italia: altrove, invece, i due mondi si incontrano spesso, con il primo che fa il verso al secondo.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Amadori Alessandro, Coop Italia, Demoskopea, Dico, Munari Antonella

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

Go Up ha festeggiato 20 anni di successi

Go Up, advertising agency di Milano interamente a capitale italiano, ha festeggiato i suoi primi .. anni di attività durante i quali si è distinta come agenzia di comunicazione integrata, basata sui valori di consulting, strategy e communication. Nel corso degli ultimi .. anni, la sua vision si è focalizzata maggiormente nei segmenti wellness/health, financial, luxury e leisure, dove oggi infatti ritroviamo la maggior parte dei clienti gestiti.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Cunioli Marina, Go Up, Interview Pr & press Relations, Redusa Levy Albert, Tourism trademark

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

Il satellite piace ai bambini

I bambini hanno risentito più di tutti dell'avvento delle televisioni satellitari e risultano inoltre essere il target a esse più affine, a fronte di una scarsa appetibilità delle emittenti generaliste. È quanto emerge da un'analisi di Starcom Italia sulla Tv per i bambini. Le Tv satellitari negli ultimi .. anni hanno superato il .. % del minuto medio e si apprestano a raggiungere la soglia del ..% di share per entrambi i target; sono inoltre contraddistinte da un'offerta particolarmente ricca.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Auditel, Cartoon Network, Disney, Eurisko/Audistar, Italia 1, Jetix, Rai 2, Rai 3, Starcom Italia

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 139, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Unilever si impegna nel marketing etico

Unilever ha scelto il marketing responsabile, adottando una linea guida globale che porrà fine all'utilizzo di modelle e attori eccessivamente magri in tutte le pubblicità dei suoi prodotti. Unilever non intende imporre per attori e modelle i severi criteri del Body mass index (Bmi), ma i responsabili di brand e le agenzie avranno come linea guida un Bmi compreso tra e ..., i parametri indicati dalle Nazioni Unite come i livelli di Bmi per essere considerati in salute.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Home & Personal Care, Kugler Ralph

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 141, lunghezza 2 e 2/3 di pagina

Tipologia: Articolo

Mezzogiorno in "campagna"

Pubblicità: Nel Mezzogiorno è un mercato destinato a crescere: l'incremento nei primi sette mesi del ha toccato il ..%; nel gli investimenti pubblicitari nel Meridione sono stati superiori a ... milioni di euro (+..%). Con ... milioni (....) la Campania ne assorbe il ..%. Le aziende di Abruzzo e Molise insieme nel hanno speso in comunicazione più di .. milioni di euro. Il comparto agroalimentare rappresenta circa il ..% dell'investimento pubblicitario di queste Regioni.

Table, grafici e box a corredo:

- **Gli investimenti pubblicitari al Sud e nelle isole: 2005-2006 (in euro e in %)**
- **Gli investimenti pubblicitari delle regioni: 2005-2006 (in euro e in %)**

Allegati:

Citati: Anima e Sapore, Antonio Amato & C, Assocomunicazione, Barabino & Partners, Baudo Pippo, Boomerang Ltv, Café do Brasil, Callipo Filippo, Callipo Giacinto, Cantina Tollo, Carucci, Chiurazzi, Clerici Antonella, Dapporto Massimo, De Cecco, De Matteis Agroalimentare, De Matteis Baronia, De Santis, De Santis Gianfranco, Diaframma, Disabato Sergio, Farine Lo Conte, Fratelli Rubino, Grillo, I Mesali, IRI, Kimbo, Kosé, Latte Sole, Le Farine Magiche Lo Conte, Lo Conte Antonio, Media Italia, Mediaset, Nielsen Media, Pantaleo, Pomilio Blumm, Proietti Gigi, Prova del Cuoco, Rai 1, Rai 2, Sisto Teresa, Sole, Teatro Carlo Gesualdo, Testa Marco, Volley Tonno Callipo, Zicaffè, Zichittella Vito

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 148, lunghezza 1/20 di pagina

Tipologia: Breve

Commiato: [Giulio Malgara](#)

Il .. giugno, dopo .. anni, Giulio Malgara ha lasciato la presidenza dell'Upa, l'associazione dei grandi investitori della pubblicità, ma conserva la carica di presidente onorario. Al suo posto subentra Lorenzo Sassoli de Bianchi.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Malgara Giulio, Sassoli De Bianchi Lorenzo, Upa (Utenti Pubblicità Associati)

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 148, lunghezza 1/20 di pagina

Tipologia: Breve

Necrologio: [Lillo Perri](#)

Sabato .. giugno è scomparso Lillo Perri, editore di Pubblicità Italia. Voce fuori dal coro, era stato fondatore negli anni Settanta della prima stampa professionale nel marketing, media e pubblicità, fino a realizzare il primo settimanale del settore, Pubblicità Domani.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Perri Lillo, Pubblicità Domani, Pubblicità Italia

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 120, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

ZenithOptimedia: la pubblicità crescerà

I forecast di ZenithOptimedia prevedono un a +.,.% e un a +.,.%. Lo scorso anno, nonostante I Giochi Olimpici di Torino e i Mondiali, la tv è cresciuta solo dello .,.% , con una previsione dello .,.% per l'anno in corso. Quanto alla stampa, nel, i quotidiani hanno segnato un +.,.% e i periodici un +.%; la radio si è attestata al .,.%; mentre sono scesi il cinema (-.,.%) e l'outdoor (-.%). Il, invece, si chiuderà a .,.% per i quotidiani, .,.% per i periodici, .,.% per la radio.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [La spesa in pubblicità per mezzo in Italia: 2004-2009 \(in milioni di euro a prezzi correnti\)](#)

Allegati:

Citati: I Giochi Olimpici di Torino, Mondiali di Calcio, ZenithOptimedia

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 122, lunghezza 1/20 di pagina

Tipologia: Breve

Commiato in Unicom

Ha lasciato la direzione generale di Unicom, dopo 15 anni di proficua collaborazione, Paolo Romoli. Aveva assunto la carica il 2 gennaio 1991.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: Romoli Paolo, Unicom

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 122, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

George Clooney torna con Martini

Questa, in breve, la vicenda. Giorgio, famosa star, interviene alla prima del lungometraggio *El Toro*, di cui è protagonista. Il party ferve, ma a un certo punto l'attore si allontana per prepararsi un Martini. Manca però il ghiaccio. A salvarlo è una splendida torera che, con la propria spada, taglia da una scultura di ghiaccio a forma di toro, i due pezzi che servono a completare il drink.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Dal tramonto all'alba, King Jaime, Martini, Premio Oscar George Clooney, Rodriguez Robert, Tarantino Quentin, Varela Leonor

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 145, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

Unicom presenta il nuovo direttore

Profili e carriere: Unicom ha individuato in Claudio Breno il nuovo direttore dell'Associazione. Breno ha alle spalle una brillante carriera manageriale iniziata nel 1978 presso la società Magrini Galileo di Bergamo. Nel 1983 è diventato responsabile commerciale presso Ote di Bergamo. Nel 1988 ha acquisito il ruolo di direttore marketing presso Ave di Rezzato (Bg) e due anni più tardi è passato nel gruppo svizzero Sprecher+Schuh come direttore marketing.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Ave, Breno Claudio, Hager, Magrini Galileo, Ote, Sprecher Schuh, Trucco, Unicom

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 0, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Breve

I giovani europei contro i luoghi comuni

Future Foundation ha realizzato uno studio sui giovani e il loro stile di vita che riduce a stereotipi le solite classificazioni: i giovani danno prova di equilibrio rispetto alla pubblicità e alla tecnologia e hanno un marcato senso della legalità. Infatti, ha scarso rilievo la marca dei prodotti che acquistano, la pubblicità in tv ha una presa relativa, per il .% il cellulare serve solo per telefonare e inviare sms.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Future Foundation

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Calano in gennaio gli investimenti pubblicitari

Gennaio ha fatto registrare una diminuzione della spesa dell'.,.% in advertising rispetto allo stesso mese del .. La battuta d'arresto riguarda quasi tutti i mezzi. Nel dettaglio, l'analisi dei mezzi evidenzia una flessione del .,% per la televisione, già protagonista di un rallentamento dalla fine del .. La stampa fa complessivamente registrare una crescita nel mese del .,% , ancora in forte crescita gli investimenti su Internet che, confermando il trend del

Table, grafici e box a corredo:

- **La stima degli investimenti pubblicitari: gennaio 2007 (in migliaia di euro e in %)**

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 31, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Quale pubblicità per il retail

In Italia si assiste all'apparizione di grandi gruppi di comunicazione ma solo le multinazionali possono appoggiarsi a grandi agenzie e aprirsi alla sperimentazione. Si nota mancanza di coraggio in pubblicità e nel retail pochi comportamenti di impiego della leva pubblicitaria che vadano al di là di una tattica di breve periodo per diventare strategia. Molte insegne distributive si sono lasciate andare a una comunicazione di tipo promozionale che fa esclusivamente perno sulla convenienza.

Table, grafici e box a corredo:

- **Lo scenario "macro"**

Allegati:

Citati: Adm (Associazione distribuzione moderna), Esselunga, Euronics, Expert, Ferrero, Fregosi Paolo, Master Team, Metro, Montangero Enrico, Montangero&Montangero, Pellegrini Davide, Testa Armando, Unieuro, Università di Parma, Upa (utenti pubblicitari associati)

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 32, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Fino all'ultimo spot

Il mercato pubblicitario in Italia è in crescita lenta ma costante. Secondo i dati Nielsen gli investimenti nel hanno superato gli milioni di euro (+...% sul). Per il si prevede che aumenteranno ancora con un tasso pari al .%. A trainare il mercato saranno: Telecomunicazioni (+...%), Abbigliamento (+...%) Finanza (+...%), Distribuzione (+...%). Internet l'anno scorso ha vissuto un vero e proprio boom facendo registrare una variazione del +...% della Commerciale Nazionale.

Table, grafici e box a corredo:

- **Le previsioni 2007 per i mezzi di raccolta pubblicitaria (var.%)**
- **Le previsioni 2007 per i principali settori di investimento pubblicitario (var. %)**

Allegati:

Citati: Henkel, Mark & Spencer, Nielsen Media Research, Procter&Gamble, Tesco, Unilever

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 126, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Le star sposano la pubblicità

Il ricorso a personaggi famosi da utilizzare come testimonial in eventi e campagne pubblicitarie per dare visibilità e valore distintivo al brand è sempre più diffuso. Secondo un'indagine predittiva il mercato italiano delle sponsorizzazioni nel toccherà quota milioni di euro (+...% rispetto al....). Il "circo" dei testimonial continuerà a essere il motore di questo tipo di comunicazione sempre più orientata a stabilire con il consumatore un rapporto coinvolgente e personale.

Table, grafici e box a corredo:

- **Gli investimenti sponsorizzati: 2007 (in%)**
- **I 10 personaggi dello sport più noti**

Allegati:

Citati: AcNielsen, Adidas, Baggio Roberto, Beckham David, Buffon Gianluigi, Burkina 2007, Campionato del Mondo, Cannavaro Fabio, Capirossi Loris, Casta Letizia, Chanel N. 5, Charlize Theron, Clooney George, Damiani, Del Piero Alessandro, Depp Johnny, Fastweb, Gattuso Gennaro, Global Celebrity Endorsement, Harmont&Blaine, Helena Rubinstein, Indagine "NO. I Personaggi", Ipsos, Jackson Michel, Jolie Angelina, Kaka, Kidman Nicole, L'Oréal, Lippi Marcello, Maradona Armando, Martini, Melandri Marco, Moore Demi, Nesta, Omega, Palazzi Giovanni, Paltrow Gwyneth, Pitt Brad, Rana Giovanni, Rolex, Rossi Antonio, Rossi Valentino, Schumacher Michael, StageUp, Telecom Italia, Tiger Woods, Tns Infratest, Tomba Alberto, Toni Luca, Totti Francesco, Zidane Zinedine

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 133, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Huggies al secondo posto per le migliori pubblicità

Huggies, il marchio di pannolini e mutandine assorbenti per i bambini di Kimberly-Clark si è classificato al secondo posto nel Top .. Ads Worldwide con lo spot tv "Huggies Rock". La classifica, stilata da AdCracker's, elegge ogni anno le dieci pubblicità più creative fra le campagne provenienti da tutto il mondo. Lo spot, realizzato da McCann Erickson per il mercato israeliano, , racconta una tipica giornata lavorativa nel mondo degli adulti, popolato però da bambini.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: AdCracker's, Huggies, Kimberly-Clark, McCann Erickson, McFerrin Bobby

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 134, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Nielsen monitora le tv satellitari

Dall'aprile Nielsen Media Research ha cominciato a monitorare anche gli investimenti pubblicitari sulle televisioni satellitari. Sono entrate, infatti, nella rilevazione della Banca Dati AdEx i canali del bouquet Sky: Sky Sport, Sky Cinema, Sky Tg, Fox, Fox Life, Discovery Channel e Jetix. La scelta è stata fatta in modo da rappresentare tutte le più importanti aree tematiche: sport, cinema, news, intrattenimento, scienza e bambini.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: All Music, La7, Mediaset, Mtv, Nielsen Media Research, Rai

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 135, lunghezza 1/10 di pagina

Tipologia: Breve

Nomine in Audiweb

L'assemblea di Audiweb ha nominato il nuovo consiglio di amministrazione. La presidenza è andata a Enrico Gasperini, presidente di Digital Magics e della Consulta digitale di Assocomunicazione.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Audiweb, Digital Magics, Gasperini Enrico

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 0, lunghezza 2 pagine - pubblicato on line

Tipologia: Articolo

Va in onda la business tv

Mezzi: Nel tempo nelle aziende di ogni dimensione è maturata la consapevolezza che comunicare è un'esigenza strategica. Nasce così la BusinessTv. Una nuova opportunità per le imprese che guardano al futuro della comunicazione aziendale. La televisione diventa una leva di comunicazione diretta, utilizzabile lungo tutta la filiera di relazioni interne ed esterne dell'impresa.

Table, grafici e box a corredo:

- Le business tv estere
- Le business tv italiane

Allegati:

Citati: 3, 3TV, Akubis, Audi, AudiChannel, Automobilistico Dctv-Daimler, Bahn Tv, Banca Generali, Banca Intesa, Banca Popolare di Vicenza, Banca Popolare Italiana, BG Channel, BPVI Channel, Contact Tv, DaimlerChrysler, DaimlerChrysler GlobalTraining Division, Dctv-DaimlerChryslerTelevision, Deutsche Bahn, E-TV, Enel, Enel Web TV, Epsom, Fiat, Ford, Go Beyond Tv, Hublot Tv, Hublot-Geneve, InSia TG, Land Rover, Mediolanum, Mediolanum Channel, Pirelli Re Channel, Pirelli&C Real Estate, Ras, Ras iTV, Sap AG, Sap Tv, Sia-Società Interbancaria per L'Automazione, Telecom Italia, TV Aziendale Mediolanum, Vodafone Italia, Vodafone Net TV, Web Intesa TV, WebTv Ondemand

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

Tipologia: Breve

E nata negli Stati Uniti Nielsen digital plus

The Nielsen company ha annunciato la decisione di unificare il monitoraggio dei dati raccolti dai "set top box" delle televisioni digitali nel nuovo servizio Nielsen digital plus. Il servizio utilizzerà le informazioni dei "set top box" degli operatori via cavo e dei canali satellitari, integrandole con le risorse e i dati che costituiscono il patrimonio di altre società del gruppo Nielsen.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: AcNielsen, Bases, Claritas, Meyer Jed, Nielsen digital plus, Spectra, The Nielsen Company

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

Tipologia: Breve

In febbraio ritornano alimentari e bevande

Dopo anni di crescita costante, le aziende del largo consumo ridurranno la pressione promozionale e avranno così a disposizione maggiori risorse da destinare all'adv classico. Sarà questa, secondo Nielsen media research, una delle tendenze che caratterizzeranno il 2007. Nell'anno in corso la spesa per la comunicazione dovrebbe mantenere i valori del 2006.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **L'incidenza del largo consumo sul mercato pubblicitario (in %) 2006**

Allegati:

Citati: Nielsen Media research

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

Tipologia: Breve

Publicis group ha chiuso lo scorso anno a +6,3%

Publicis group ha registrato nel 2006 un fatturato consolidato di 4,386 miliardi di euro, mettendo a segno un incremento del 6,3% rispetto al 2005. La crescita organica della holding francese è stata del 5,6%, superiore alle aspettative del management

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Levy Maurice, Publicis group

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 127, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Nancy Brilli si affida a Carat

Dopo l'intesa siglata nel luglio 2006 con Simona Ventura, Carat ha raggiunto un accordo anche con Nancy Brilli. La società del gruppo Aegis Media si affianca come partner artistico-pubblicitario- professionale all'attrice romana per metterle a disposizione le più sofisticate tecnologie di ricerca e analisi del mondo cinematografico e televisivo e sul posizionamento del brand.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Aegis Media, Brilli Nancy, Carat, Ventura Simona

Largo Consumo, fascicolo 5/2007, n° pagina 127, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Dicembre resta negativo per la pubblicità

La flessione nel mese di dicembre - l'undicesima nell'anno - ha portato la chiusura del 2006 a -...% con ... milioni di euro di investimenti pubblicitari rispetto ai ... dell'anno precedente. A parte la televisione, tutti gli altri mezzi hanno sofferto della congiuntura negativa.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Gli investimenti pubblicitari per settori merceologici: 2006 (in migliaia di euro e in %)**

Allegati:

Citati: Nielsen Media research

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

Tipologia: Breve

Henkel Italia ha adottato la web tv aziendale

La cui divisione di Henkel Italia detersivi ha lanciato una web television dedicata alla propria forza vendita. Il progetto, che prende il nome di Henkel sales tv, è stato realizzato da My-tv, ed è on-line dallo scorso dicembre con accesso diretto dal portale della intranet aziendale.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Henkel, My-tv

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

Tipologia: Breve

Sky sotto analisi Medialab Media Research

Medialab Media Research, consociata del gruppo Agb Nielsen Media Research, da gennaio scorso ha attivato la registrazione di 22 canali Sky.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Agb Nielsen Media Research, Competitor, Medialab Media Research, On Air, Sky

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Nuova vittoria per il format pubblicitario Acqua Sant'Anna

L'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria ha espresso parere favorevole sui messaggi di pubblicità comparativa utilizzati da Fonti di Vinadio spa, nuovamente attaccati da alcuni marchi concorrenti.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Acqua Sant'Anna, Fonti di Vinadio, Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Euro Rscg Worldwide migliore agenzia del 2006

Euro Rscg Worldwide è stata proclamata la miglior agenzia globale del settore del 2006: a decretarlo sono state le riviste leader nel settore dell'advertising

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Advertising Age, Campaign, Euro Rscg Worldwide

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

Tipologia: Breve

Soprattutto brevi piacciono i videospot

I videospot potrebbero essere il formato del futuro in ambito advertising online. Con la capillare diffusione della banda larga sono sempre di più i portali che offrono tale possibilità pubblicitaria e le aziende che la scelgono.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Advertising.com

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

Tipologia: Breve

Internet non sottrae pubblico alla tv tradizionale

Da uno studio realizzato da Nielsen Analytics e da Scarborough Research sarebbero infondati i timori di chi ritiene che la trasmissione su Internet possa ridurre il numero dei telespettatori.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Abc, Grey's Anatomy, Heroes, Nbc, Nielsen Analytics, Scarborough Research

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 14, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Breve

Casa Mediashopping: il futuro della televisione?

Diario della comunicazione: Retequattro ha mandato in onda un programma definito dalla stessa rete "il primo esperimento che incrocia il teleshopping con la fiction": mezz'ora di situation comedy classica, al cui interno ci sono messaggi pubblicitari e possibilità di telefonare e comprare.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Casa Mediashopping, Mediaset, Mulo (Movimento utenti laici organizzati della tv), Vignali Giorgio

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 113, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Smart Card Premium con rimborso

Tutele e diritti: «Eventi gratuiti per tutto il mese di gennaio 2007», questa era la promozione per gli acquirenti della smart card premium di Mediaset. In realtà in molti non sono riusciti ad usufruire della promozione offerta.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Adiconsum, Mediaset, Smart card premium

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 118, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Campagne di moda

Pronto moda: Anche il mercato del pronto moda adotta strategie di comunicazione intese a far coincidere l'interesse dell'azienda con quello del commerciante, tenendo come costante punto di riferimento la soddisfazione del consumatore finale. La boutique o il punto di vendita fanno parte di questa strategia, diventando esse stesse divulgatrici del messaggio del marchio

Table, grafici e box a corredo:

- Le regole della comunicazione del pronto moda

Allegati:

Citati: Bernardi, Bread & Butter, Bussani Alessandro, Calliope, Calliopekids, Caractère, Conte of Florence, Davico Mauro, De vivo Mario, Di Tommaso Riccardo, Diana Gallesi, Duke of Siena, Elena Mirò, Fiorella Rubino, Marinelli Pierluigi, Massotti Fabrizio, Milano Collezioni, Motiva, Oltre, Oviessa, Pitti Immagine, Postalmarket, Teddy, Terranova, Valanga Azzurra, Vela Italiana, Vestebene-Miroglio, Volvo Cup 2006

Largo Consumo, fascicolo 4/2007, n° pagina 129, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Più investimenti pubblicitari nel 2006

Per quanto riguarda i settori più importanti si registra un andamento positivo degli alimentari (+...%), delle automobili (+...%) e delle bevande/alcolici (+...%). Le telecomunicazioni si mantengono invece su livelli di spesa leggermente inferiori al 2005 (-...%) e il media/editoria diminuisce del -...%.

Table, grafici e box a corredo:

- **Il mercato pubblicitario Adex: 2005-2006 (in migliaia di euro e var. %)**

Allegati:

Citati: Autogerma, Barilla, Ferrero, Fiat Auto, L'Oréal Saipo, Nielsen Media Research, Procter&Gamble, Telecom Italia Mobile, Unilever, Vodafone, Wind

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

Tipologia: Breve

121 milioni gli utenti Eutelsat

L'indagine ha confermato la leadership della posizione Hot Bird di Eutelsat il cui pubblico, alla fine del 2006, è passato da ... a ... milioni, il ...% dei quali (... milioni) attrezzati per la ricezione satellitare directtohome (dth).

Table, grafici e box a corredo:

- **Le case attrezzate per la ricezione via satellite e cavo nella posizione hot bird: 2000-2006 (in milioni)**

Allegati:

Citati: Eutelsat Communications, Satellite Hot Bird

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

Tipologia: Articolo

La rivoluzione della business tv

Recensione: Business TV. Comunicazione d'impresa nell'era digitale, di Paolo Prestinari e Andreina Mandelli introduce alle opportunità che la tv digitale apre sia nell'ambito della comunicazione interna che in quella verso il consumatore. Un aspetto chiave della tv di nuova generazione è certamente il suo ingresso nella sfera del business.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Banca Intesa, Business TV - Comunicazione d'impresa nell'era digitale, Guerini e Associati, Hublot, Mandell Andreina, Prestinari Paolo, Ralph Lauren, Ras, Ras iTv, Virgin megastore, Youtube.com

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

Tipologia: Breve

Sponsorizzazioni record per la "Maglia Azzurra"

In collaborazione con Imagine& Sport, società specializzata in marketing research, la Federazione motociclistica italiana ha stimato in ... di euro il valore pubblicitario determinato dall'audience e dalla readership garantite ai partner del progetto "Maglia Azzurra" nel 2006 su tv e stampa.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Amref, Ducato, Eurosport, Federazione motociclistica italiana, Fiat, Fmi, Imagine&Sport, Kappa, Nuvolari, Rai, SportItalia

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

Tipologia: Breve

Investimenti in crescita

Gli investimenti pubblicitari in Francia sono cresciuti dell'...% nel corso del 2006. È il dato definitivo reso noto dalla divisione Media intelligence dell'istituto di ricerche Tns che stima il mercato dell'adv in ... di euro, con la televisione a quota ... (+...% sul 2005).

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Citroen, Danone, Leclerc, Media Intelligence, Nestlé, Procter&Gamble, Renault, Unilever

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 14, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

De Agostini acquista Magnolia

Diario delle comunicazione: Il gruppo De Agostini ha ufficializzato l'acquisizione della società di produzione nota per i suoi format di successo, fondata e controllata al ...% dall'ex direttore di Canale 5 Giorgio Gori. In seguito all'operazione, realizzata da De Agostini Communications e costata ... milioni di euro, il gruppo novarese si aggiudica il ...% del capitale di Magnolia, mentre il restante ...% resterà in possesso dell'attuale compagine azionaria.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- **Il settore Media&Communication**

Allegati:

Citati: Antena 3 Television, Bortoli Pietro, Canetta Francesca, Cattleya, Ceretti Paolo, Dalla Tana Ilaria, De Agostini, Di Bella Stefano, Endemol, Gori Giorgio, L'Eredità, L'Isola dei Famosi, Magnolia, Markette, Mikado Film, Neo Network Usa, Pelliccioli Lorenzo, Planeta, Sala Marco, Telecinco, Telefonica

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 131, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Lo Iap dà ragione ad acqua Sant'Anna

L'Istituto di autodisciplina pubblicitaria (Iap) ha ritenuto il format della pubblicità comparativa dell'acqua Sant'Anna, raggiunta da una denuncia, corretto sia nell'impostazione sia nel contenuto e a soli pochi mesi di distanza dalla precedente sentenza emessa dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato, ne ha sposato la tesi.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Iap (Istituto di autodisciplina pubblicitaria)

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 131, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

AssoComunicazione fa chiarezza sulle gare

Il presidente di AssoComunicazione, Marco Testa, ha presentato il documento che dovrebbe garantire un miglior andamento delle gare private. Si tratta di una scheda con alcune informazioni che l'azienda dovrà fornire e sottoscrivere, indispensabili perché l'agenzia partecipi a una gara.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Assocomunicazione, Testa Marco

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 27, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

La morale dell'advertising

Media e mercati: Il convegno "Chiesa, giornalisti e pubblicitari si interrogano sul mondo della comunicazione", confronto tra i giornalisti e i pubblicitari che hanno un obiettivo preciso: concorrere a elevare la coscienza pubblica. Il ...% degli italiani ritiene che nella comunicazione e nella pubblicità ci sia mancanza di etica, e grande richiesta di una "rifocalizzazione" sulla persona, sulle sue necessità materiali e spirituali, sul suo sentire e sul suo vivere.

Table, grafici e box a corredo:

- **Gli investimenti in iniziative di comunicazione: 2004-2005 (in mln di euro al netto di sconti e omaggi)**

Allegati:

Citati: Benedettini Ciro, Comuzzi Alberto, Finzi Enrico, Fisc, Mignani Marco, Mignani Pintè Galbiati, Momigliano Carlo, Mons. Zucchelli Giorgio, Noceto Maddalena, Pubblicità Mondadori, Sala stampa vaticana, Santambrogio Giovanni, Tp-Associazione italiana pubblicitari professionisti, Ucsi (Unione cattolica della stampa italiana), Upa

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 102, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Un nuovo canale arricchisce la piattaforma Sky

Sulla piattaforma Sky è approdato World fashion channel, il canale televisivo che trasmette 24 ore su 24 le notizie più importanti del mondo della moda, sfilate, gli eventi trendy, le collezioni di tendenza e i trailer dei film in uscita sul grande schermo.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Sky, Udalov Igor, World fashion channel

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 102, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Differente in Europa la gestione delle gare creative

Contrariamente all'Italia in Inghilterra, Svizzera, Germania, Olanda e Danimarca le aziende in occasione delle gare per l'assegnazione della propria campagna pubblicitaria tendono a prevedere compensi, seppure modesti, per le proposte presentate dalle agenzie.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Ad Law Meeting, AssoComunicazione, The AdLaw International

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 102, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Miscela d'Oro si affida a Oliviero Toscani

Da più di 60 anni nel mondo del caffè, Miscela d'Oro, l'azienda storica siciliana già presente in oltre 30 Paesi del mondo, ha affidato la propria immagine a Oliviero Toscani.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Miscela d'Oro, Oliviero Toscani, Urbano Umberto

Largo Consumo, fascicolo 2/2007, n° pagina 140, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Conai va on line con il tg informativo

Per promuovere e diffondere comportamenti eco-sostenibili ed eco-responsabili, Conai (Consorzio nazionale imballaggi) ha aderito al progetto Green Tg, visibile on-line 24 ore su 24. Dal sito www.conai.org si può accedere alla finestra multimediale sull'ambiente che ospita "Conai informa", uno spazio dedicato alle notizie su raccolta differenziata, riciclo e recupero dei materiali di imballaggio.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Conai, Longhi Giancarlo, Progetto: Gree Tg, Progetto: Green Tg

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 135, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Osservatorio Multicanalità 2008 - Presentati il 29 gennaio a Milano i dati della seconda edizione dell'Osservatorio Multicanalità

Focus: La seconda edizione dell'Osservatorio Multicanalità sta per giungere al termine: il .. gennaio presso il Politecnico di Milano, Campus Bovisa, Aula Carlo De Carli, Nielsen, Nielsen Online, Connexia e la School of Management del Politecnico di Milano presenteranno i dati della ricerca

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa comunicazione di impresa](#)**

Citati: Adnkronos, Affinion International, Assocomunicazione, Aula Carlo De Carli, Bcc Multimedia, Campus Bovisa, Connexia, Daily Net, Drafftcb, Fater, Ibm Itali, Ing Direct, Inplace, MagNews, Microsoft Advertising, Navteq, Netforum, Nielsen, Nielsen Online, Omd, Osservatorio Multicanalità 2008, Plantronics, Politecnico di Milano, School of Management di Milano, Seat Pagine Gialle, Secondamano.it, Vodafone

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 103, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Procter&Gamble Italia - "Dash non si cambia": nove ministorie in un'inedita commistione cinema-pubblicità

Focus: Nove ministorie della durata di un minuto e mezzo. La sfida di Dash Sitcom non è solo alla fedeltà delle donne italiane, ma anche al mercato. È un investimento importante e coraggioso, quello della nuova campagna pubblicitaria di Dash.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa comunicazione di impresa](#)**

Citati: Archinto Manfreda, Canale 5, Cattleya, Chi vuol essere milionario?, Dash, Dash Sitcom, De Luigi Fabio, Ferrari Paolo, Guajardo Taide, Lucini Luca, Media Italia, Procter&Gamble Italia, Rai 1, TG1

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 135, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Osservatorio Multicanalità 2008 - Le aziende e i consumatori agiscono in modo multicanale?](#)

Focus: "Aziende e consumatori: la multicanalità lascia o raddoppia?": a questo tema si dedica l'edizione 2008 dell'Osservatorio Multicanalità, varato lo scorso anno da Nielsen, Nielsen Online, Connexia e School of Management del Politecnico di Milano.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa comunicazione di impresa](#)**

Citati: Affinion, AssoComunicazione, Bcc Multimedia, Connexia, Diennea, Fater, Ing Direct, Microsoft Advertising, Navteq, Nielsen, Nielsen Online, Omd, Osservatorio Multicanalità 2008, Paginegialle.it, Plantronics, School of Management del Politecnico di Milano, Secondamano.it, Vodafone

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 103, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Jetix Europe - Jetix Europe: il meglio dell'intrattenimento per bambini e teenager](#)

Focus: Jetix Europe srl è la controllata italiana di Jetix Europe N.V., società partecipata al ...% dal Gruppo Disney leader nell'intrattenimento per ragazzi con canali tv e siti web distribuiti in tutto il mondo.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: 505 Games, Bigberry, Digital Bros., Galactik Football, Gazzetta dello Sport, Gruppo Disney, Gxt, Gxt+1, Jcp, Jetix Europe, Jetix Europe N.V., Kids, Marvel, Power Rangers, Pricipessa Sissi, Pucca, Rcs Quotidiani, Sinic X, Sky, Snow Kids, Teens, Totally Spices

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 102, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Reckitt Benckiser Italia - Ava diventa più smacchinate, torna in tv con Calimero e lancia un grande concorso](#)

Focus: Ava rappresenta da più di cinquant'anni la storia del pulito italiano e apre il 2008 con una grandissima novità: Nuovo Ava Formula "Più 25% di scaglie di sapone".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Scarica questa comunicazione d'impresa](#)**

Citati: Calimero, Citroen Grand C4 Picasso, Nuovo Ava Formula "Più 25% di scaglie di sapone", Pagotto Sara, Reckitt Benckiser Italia

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 114, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Publinda - Tutta la pubblicità esterna "chiavi in mano" specializzata per la grande distribuzione](#)

Focus: Publinda srl, fondata nel 1979, è oggi la capogruppo di quattro aziende operanti nell'ambito della comunicazione pubblicitaria specializzata per la grande distribuzione.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Scarica questa comunicazione d'impresa](#)**

Citati: Banca Popolare di Sondrio, Bennet, Carrefour, Castorama, Coop, Credito Bergamasco, Credito Emiliano, Esselunga, Europlex, Gruppo Caltagirone, Gruppo Italfresco, Gruppo Lombardini, Il Gigante, Iper, Ipercoop, Italspazi, Jolly Hotel, Ld Discount, Leroy Merlin, Malpensa fiere, Northwind, Publinda, Redilco, Supermercati Pellicano, Uci Cinemas, Unes, Visualcolor, Warner Village

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 115, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

TreD - Dinamicità e 3Dimensione nella grafica pubblicitaria

Spot: Le immagini lenticolari rivoluzionano la grafica pubblicitaria grazie alle opportunità di ottenere una comunicazione dinamica e 3Dimensionale.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione d'impresa](#)

Citati: Beisdorf, Braun, Coca-Cola, Fiat, Gillette, IGPDecaux, Lancia, Nike, Nivea, Procter & Gamble, Raffaello, TreD

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 18, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Microsoft Online Service - Uno strumento per confrontarsi

Osservatorio Multicanalità: Microsoft Online Service Group propone un dialogo diretto ed efficace con il consumatore multicanale mediante i blog e la messaggistica istantanea per condividere e confrontarsi on-line. Info contenuta nella comunicazione d'impresa "Osservatorio Multicanalità".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 19, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Yahoo! Italia - Saper ascoltare il consumatore

Osservatorio Multicanalità: "Per condividere un brand con il consumatore", ha dichiarato Massimo Martini, amministratore delegato di Yahoo! Italia, "in primo luogo, occorre ascoltare il cliente stesso, recepirne le abitudini, lo stile di vita e la propensione orientata agli acquisti.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 19, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Seat Pagine Gialle - Un Roi più quantificabile

Osservatorio Multicanalità: Seat ha optato di aumentare la comunicazione di tipo info visual, ha affermato che "più ci si sposta verso la multicanalità e più è quantificabile il roi, il ritorno economico dell'investimento per l'inserzionista. Questo, indubbiamente, apre nuove prospettive di sviluppo per le aziende che intendono dialogare con il cliente multicanale".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 46, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Fratelli Averna - In arrivo un nuovo spot per supportare la crescita delle Grappe Averna

Focus: Per accompagnare la crescita del 2007, Averna ha realizzato uno spot tutto dedicato alla sua Grappa, ormai prossimo alla pianificazione sulle reti nazionali e nelle sale cinematografiche.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Fratelli Averna, Grappa Frattina, Grappe Averna

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 55, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

VOG - Una campagna di comunicazione per rilanciare l'immagine delle mele

Marlene

Focus: Marlene® celebra l'autunno con una grande campagna di comunicazione che rinnova l'immagine delle mele altoatesine coltivate dal consorzio VOG all'insegna dell'allegria e del divertimento.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Consorzio della mela Marlene Vog, Greco Roberto, Ogilvy&Mather

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 82, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Parmareggio - Una grande campagna tv per supportare al meglio la distribuzione e il successo del proprio brand

Le interviste: Il presidente Paolo Micheli ci tratteggia la strategia di "brandizzazione" del Parmigiano Reggiano Parmareggio, in occasione del lancio del nuovo spot tv, e i programmi di sviluppo per il prossimo anno.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Brc, Gruppo Entremont, Gruppo Granterre-Unigrana, Ifs, Iori Villiam, Iso 14001, La7, Mediaset, Micheli Paolo, Parmareggio, Parmigiano Reggiano, Rai, Saatchi&saatchi

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 143, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Graphiservice Advertising - un modo nuovo di comunicare

Spot: Caronte & Tourist; Oranfrizer; Grifo; Regina dei Fiori. Più recentemente, si è aggiudicata una importante gara indetta dal Comune di Catania per la promozione turistica di "Catania Città metropolitana".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Caronte & Tourist, Graphiservice Advertising, Grifo, Oranfrizer, Regina dei Fiori, Vecchio Erasmo

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 104, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Il Sole 24 Ore - Misurare il ritorno della pubblicità

Spot: Come misurare il ritorno della pubblicità è un manuale di strategia pubblicitaria che consegna al lettore dieci regole d'oro per realizzare progetti di comunicazione di successo. Gli autori sono Vittorio Bonori, chief operating officer di ZenithOptimedia Group, agenzia media internazionale appartenente alla holding di comunicazione Publicis Groupe Sa, e Giorgio Tassinari, professore di statistica economica presso la Facoltà di Economia dell'Università di Bologna.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di Impresa](#)

Citati: Bonori Vittorio, Come misurare il ritorno della pubblicità, Il Sole 24 Ore, Publicis Groupe, Tassinari Giorgio, Università di Bologna, ZenithOptimedia

Largo Consumo, fascicolo 3/2007, n° pagina 69, lunghezza 1/3 di focus

Tipologia: Com. d'impresa

Reckitt Benckiser Italia - Ava porta Calimero di nuovo in televisione

Spot: Ava Forza polare, il detersivo liquido per lavatrice che rappresenta l'innovazione più recente di un marchio storico della detergenza, è protagonista nel 2007 di un'eccezionale campagna televisiva su tutte le reti nazionali.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Ava forza polare, Calimero, Carosello, Pagot Nino, Reckitt Benckiser Italia

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

Tipologia: Com. d'impresa

Rai Trade - Brand Licensing dei marchi tv: un'opportunità in più per le aziende

Focus: Rai Trade, la società commerciale del Gruppo Rai, è distributore esclusivo, in Italia e all'estero di tutta la produzione del Gruppo. Il Settore Licensing mette a disposizione delle aziende, attraverso contratti di licenza, i brand televisivi in catalogo per progetti editoriali, azioni di co-marketing, fidelizzazione e promozione, franchising ed eventi.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Scarica questa Comunicazione di impresa**

Citati: De Agostini Editore, Galbani-Seri System, Gastronomie Prova del Cuoco, Giannini, Giunti Editore, Gruppo Rai, Melevisione, Mongardi, Pampers, Procter&Gamble, Rai Trade, RCS Fabbri Editori, Serono, Tour Affari Tuoi, Zapping Party

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

INDICE DEI PERCORSI DI LETTURA DI LARGO CONSUMO

Per assistenza e richieste di disponibilità di **Percorsi di lettura personalizzati**, puoi rivolgerti al servizio [Diffusione e Abbonamenti](#) di Largo Consumo.

Se non sai cosa siano e come si usino i Percorsi di lettura di Largo Consumo vai su www.largoconsumo.info/percorsi

PRODUZIONE

Mercati alimentari

[Visualizza tutti i PL dell'area "Alimentare"](#)

Beverage: La produzione, la distribuzione e i consumi del mercato delle bevande

[Visualizza tutti i PL dell'area "Beverage"](#)

Alimentari freschi: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Alimentare fresco"](#)

Grocery Persona: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Grocery Persona"](#)

Grocery Casa: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Grocery Casa"](#)

Tessile, abbigliamento, calzature, pelletteria e accessori

[Visualizza tutti i PL dell'area "Abbigliamento"](#)

Beni durevoli per la casa e la persona

[Visualizza tutti i PL dell'area "Beni durevoli"](#)

DISTRIBUZIONE

Moderna Distribuzione: canali, formati e contesti di acquisto

[Visualizza tutti i PL dell'area "Distribuzione"](#)

CONSUMATORI

La propensione alla spesa e umore rispetto ai consumi

[Visualizza tutti i PL dell'area "Consumatori"](#)

COMUNICAZIONE

Comunicazione: Promozioni, Fidelizzazione del cliente, Pubblicità e PR.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Comunicazione"](#)

LOGISTICA

Logistica: sistemi e servizi collegati alla filiera dei beni di consumo

[Visualizza tutti i PL dell'area "Logistica"](#)

RISORSE UMANE

Risorse umane: La loro valorizzazione nella filiera dei beni di consumo.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Risorse umane"](#)

AMBIENTE ED ENERGIA

Ambiente ed energia: implicazioni economiche e di marketing nel largo consumo

[Visualizza tutti i PL dell'area "Ambiente ed energia"](#)