

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/032013/PL-0313-008.pdf

PUBBLICITÀ ON-LINE



Costi del Percorso di lettura:

€ 100,00 (comprensivo iva) - non abbonati
 ABBONATI: Clicca su "Leggi questo articolo" per visualizzarne il contenuto

Per ordini: diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo e supplementi

Rif: PL-0313-008

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

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.

Pianeta Distribuzione

Rapporto annuale sul grande dettaglio internazionale

Un'analisi ragionata delle **politiche** e delle strategie di sviluppo dei **grandi gruppi distributivi** internazionali, food e non food e di come competono con la **distribuzione locale** a livello di singolo Paese. **Tabelle, grafici, commenti** giornalistici, **interviste** ai più accreditati esponenti del retail nazionale e internazionale, la rappresentazione **fotografica** delle più importanti e recenti **strutture commerciali** in Italia e all'estero su Pianeta Distribuzione.

Osservatorio D'Impresa

Leggi le **case history** di comunicazioni d'impresa di Aziende e organismi attivi nei mercati considerati in questo percorso di lettura **selezionati** da *Largo Consumo*

I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 2/2013, n°pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

IAB Seminar - In Italia il Performance Marketing vale il 6% degli investimenti in adv online

Notizie in corso – Conclusi i lavori del primo appuntamento del 2013 con IAB Seminar, dedicato al Performance Marketing: grandi opportunità in un settore che in UK vale oltre £814 milioni e che vede in Italia la crescita di diversi player e trend di sviluppo allineati al mercato internazionale. Il Performance Marketing è un driver di crescita per le aziende del nostro Paese - in termini di lead, sales ma anche di eCommerce e eBusiness -.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Pianeta Distribuzione, fascicolo 7/2012, n°pagina 10, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Le insegne della gdo alla prova del web 2.0

Brand reputation: la costruzione di un marchio forte e affermato sul mercato non può oggi prescindere da una gestione attiva della comunicazione in cui un ruolo crescente sia svolto dagli strumenti che Internet mette a disposizione. Blog, forum, social network hanno creato la nuova figura di utenti/produttori di informazione che la generano, modificano, commentano.

Tablette, grafici e box a corredo:

- [Conad, Coop, Esselunga: Facebook, Twitter, Youtube a confronto](#)
- [I social media più attivi per la Gdo: 2011](#)
- [Web e brand reputation: le 10 fonti più importanti sulla gdo](#)

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Android, Arredamento.it, Auchan, Audiweb, Banca Carrefour, Caprotti, Carrefour, Conad, Coop Adriatica, Coop Estense, Coop Lombardia, Deutsche Bank, Diggita, Disney-Esselunga, Doyco, Eni, Esselunga, eXtrapola, Facebook, Finanzaonline.com, Forum Alfemminile.com, Gdo news, Gravidanzaonline.com, Istituto Zooprofilattico di Torino, Largo Consumo, Lavoratori Unicoop, Lavoratori-unicoop, Planet di Carrefour, Promiseland, SemioCast, Twitter, Ugc, UnoMobile, Wikipedia, Yahoo! Answer, You Tube

Largo Consumo, fascicolo 10/2012, n°pagina 32, lunghezza 1/10 di pagina - estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Online il panettone batte il pandoro

Buzz Marketing: Nella scorsa campagna natalizia il panettone ha battuto il pandoro, non solo sugli scaffali della grande distribuzione ma anche (e addirittura in maniera più schiacciante) negli spazi virtuali del web.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

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

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 9/2012, n°pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Iab Forum 2012: cresce l'uso di Internet e cambiano i modelli di fruizione

Notizie in corso - Nel corso di Iab Forum 2012 l'evoluzione dell'audience di internet è stata al centro dell'analisi di Enrico Gasperini, presidente Audiweb, secondo cui l'audience online è profondamente cambiata negli ultimi quattro anni, non solo in termini numerici con un aumento del 51,5% nel giorno medio...

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Pubblicità televisiva - Edizione PL-1012-008

Edizione: 10/2012

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/102012/PL-1012-008.pdf



Titolo: Promozioni; Fidelizzazione del cliente; Direct marketing - Edizione PL-0113-008

Edizione: 1/2013

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/012013/PL-0113-008.pdf



Titolo: Commercio elettronico, vendite dirette e a distanza - Edizione PL-0111-003

Edizione: 1/2011

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/012009/PL-0109-006.pdf

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 9/2012, n°pagina 9, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Fare di più con meno secondo Upa

Investimenti pubblicitari: Il rapporto tra media e investimenti pubblicitari è diventato un universo frastagliato fatto di multicanalità, interconnessioni, giochi collettivi e collisioni. L'obiettivo attuale degli spender resta chiaro: disperdere il meno possibile le risorse.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Chi sale e chi scende: previsioni 2012* (var. % sul valore 2011)**

Allegati:

- **Leggi questo articolo**

Citati: Facebook, Rai, Sassoli de Bianchi Lorenzo, UPA (Utenti Pubblicità Associati)

Largo Consumo, fascicolo 9/2012, n°pagina 101, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Cosa cambia con la "rivoluzione mobile"

Multicanalità: In che modo la pubblicità sul web influenza le marche? Come Internet e la rivoluzione digitale stanno cambiando il modo di fare advertising e di pianificare le proprie strategie di marketing? Come rivolgersi in modo efficace a un consumatore che conosce e usa con sempre maggiore dimestichezza la multicanalità e l'integrazione tra i new media come web Tv, Internet, tablet e smartphone?

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Leggi questo articolo**

Citati: Coca Cola, Coca Cola Zero, Fieramilanocity, Gli effetti della pubblicità on line sulla marca, GroupM, Kraft Food, Mazzoleni Ivan, Metcomm eCommerce Forum 2012, Microsoft Advertising, Mindshare, Momigliano Carlo, Nextplora, Setti Federica, Terzi Riccardo

Largo Consumo, fascicolo 9/2012, n°pagina 103, lunghezza 1/8 di pagina

Tipologia: Breve

A.F.lli Orsero l'Interactive Key Award

Il marchio F.lli Orsero ha ottenuto il riconoscimento Best Multimedia Key Award al ..° Interactive Key Award per la comunicazione integrata. La strategia è stata sviluppata su . assi: advertising, comunicazione digitale e sponsorship. La campagna pubblicitaria ha cercato di conferire un posizionamento distintivo al brand e nel contempo di presentare al consumatore l'azienda in toto, valorizzando la qualità dei suoi prodotti, partendo dal momento della raccolta della frutta fino al trasporto.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Leggi questa notizia**

Citati: 13°Interactive Key Award, Best Multimedia Key Award, F.lli Orsero, fratelliorsero.it, Giro d'italia

Largo Consumo, fascicolo 6/2012, n°pagina 87, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Marketing vs Legal

Pubblicità: Attualmente, grazie a Internet, sempre più spesso si tende a costruire un rapporto diretto fra la società/marchio e il consumatore e nelle operazioni di marketing si fa un uso sempre più diffuso dell'immagine di utenti/consumatori che hanno sempre la percezione di avere di fronte a sé direttamente la società/marchio.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Leggi questo articolo**

Citati: Facebook, Studio Legale Portolano Cavallo

Largo Consumo, fascicolo 6/2012, n°pagina 111, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Whirpool punta sul business 2.0

Iniziativa all'interno di Whirpool destinata alla formazione dei digital manager del business 2.0. Sono arrivati in .. da tutta Europa presso il Centro operativo della sede di Comerio a maggio per una full immersion digitale sotto la guida di esperti internazionali di new media marketing, momento di preparazione



Titolo: Bambini e comunicazione alimentare - Edizione PL-0312-009
Edizione: 3/2012
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
www.largoconsumo.info/032012/PL-0312-009.pdf



Titolo: Giornali quotidiani e periodici - Edizione PL-0510-005
Edizione: 5/2010
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
www.largoconsumo.info/052010/PL-0510-005.pdf



Titolo: Display; Layout; POP e Merchandising - Edizione PL-0909-006
Edizione: 9/2009
Editore: Editoriale Largo Consumo
Link:
www.largoconsumo.info/092009/PL-0909-006.pdf

agli scenari dei social network e del web marketing secondo l'idea che il business dell'era 2.0 richiede competenze al passo dello sviluppo dei nuovi media.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Whirpool

Largo Consumo, fascicolo 5/2012, n°pagina 86, lunghezza 2

Tipologia: Articolo

Bollicine nella rete

Spumanti e web: Ribadire un'immagine incentrata sulla qualità, sul valore esclusivo di un prodotto fra i più tipici del made in Italy, sulla tradizione consolidata di un modo "alto" di produrre vini spumanti entrati da tempo nella storia del settore italiano: è questa la prevalente filosofia che emerge dall'analisi di dieci siti web di altrettante aziende italiane produttrici di vini spumanti.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [Trend dei siti web delle aziende italiane produttrici di spumanti: 2012](#)
- [Una analisi dei siti web di 10 aziende spumantiere italiane: 2012](#)

Allegati:

- [Leggi questo articolo](#)

Citati: Berlucchi, Cantina di Soave, Carpenè Malvolti, Cesarini Sforza, Contri, Durando Ocho, Durello, Facchetti Francesca, Facebook, Fontanafredda, Fratelli Martini (Sant'Orsola), Gancia, Google, Gruppo Mezzacorona, Malvolti Carpenè, Maximilian, Mionetto, Ruzzenete Daniela, SGA Corporate & Packaging Design, Soave, Twitter, Valpolicella, You Tube, Zorzi Alessandra

Largo Consumo, fascicolo 5/2012, n°pagina 88, lunghezza 1

Tipologia: Articolo

Le potenzialità del web

In occasione del decimo osservatorio condotto da Federchimica Assocasa, realizzato in collaborazione con Nielsen, è emerso un tema nuovo e interessante, quello della comunicazione veicolata attraverso il web in relazione alle abitudini domestiche.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [www.cleanright.eu e le sezioni per un uso sicuro dei prodotti](#)

Allegati:

- [Leggi questo articolo](#)

Citati: Aise (Association Internationale de la Savonnerie, de la Détergence et des Produits d'Entretien), Federchimica Assocasa, Nielsen, Papini Cristina, www.cleanright.eu

Largo Consumo, fascicolo 4/2012, n°pagina 0, lunghezza -

Tipologia: Breve

Agli IMC Awards bronzo per Ilvva Saronno

La campagna The Disaronno Mixing Star è stata premiata con un bronzo agli European Imc Awards, competizione che prevede in gara le migliori agenzie di marketing e comunicazione integrata di tutta Europa che, già premiate a livello nazionale, vengono valutate da .. esperti del settore.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Disaronno, European Imc Awards, Ilvva Saronno

Largo Consumo, fascicolo 4/2012, n°pagina 107, lunghezza 1/6

Tipologia: Breve

Nomine: Renato Sarli, vice presidente di Tp

Renato Sarli assume l'incarico di vice presidente di TP con delega allo sviluppo new media e digital projects. Subentra ad Andrea Salvati i cui nuovi impegni in Google Italia non consentono più di svolgere tale ruolo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Google Italia, Salvati Andrea, Sarli Renato, TP

Titolo: Ricerche di mercato - Edizione PL-0409-007

Edizione: 4/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/042009/PL-0409-007.pdf



Titolo: Facebook: strumento e opportunità per il marketing

Edizione: 3/2013

Editore: Iniz. Redazionali Speciali

Link:

www.largoconsumo.info/abbonati/2013/03/110-111.pdf



Titolo: Il nuovo blog di Italia Zuccheri

Edizione: 2/2013

Editore: Iniz. Redazionali Speciali

Link:

www.largoconsumo.info/abbonati/2013/02/86-87.pdf

Largo Consumo, fascicolo 4/2012, n°pagina 107, lunghezza 1/6

Tipologia: Breve

Obi vince il 1° premio Iab Mix 2011

Obi, insegna leader nella distribuzione di prodotti per la cura, la manutenzione e il decoro della casa e del giardino, ha ottenuto il premio Iab Mix 2011 dedicato alla valorizzazione delle strategie e delle campagne advertising digitali. La campagna "Da Google allo Store" è stata premiata nella categoria Search come miglior case history del 2011 per i risultati raggiunti in termini di traffico generato nei pdv Obi.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Google, Iab Mix 2011, OBI, Sems

Largo Consumo, fascicolo 4/2012, n°pagina 108, lunghezza 1/6

Tipologia: Breve

Cuore di panna batte su Facebook

Digital media: Con una media di .. commenti, .. like per post e .. messaggi pubblicati dagli utenti sulla bacheca, la fan page ufficiale Facebook di Cornetto Algida conquista la vetta della speciale top ten "Ma quanto mi piaci", la classifica realizzata dal servizio di monitoraggio web Blogmeter che ha misurato il brand engagement degli italiani sul social network.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Algida, Blogmeter, Cornetto Algida, Facebook, IAB Forum a Milano, PubliSoft Web

Largo Consumo, fascicolo 4/2012, n°pagina 109, lunghezza 1/6

Tipologia: Breve

Polti si apre ai social network

Digital media: Il "mondo a vapore" di Polti ha aperto i suoi canali ufficiali su Facebook, Twitter, LinkedIn e YouTube: l'obiettivo è dedicare ai propri clienti un canale privilegiato, un punto di incontro per scambiarsi opinioni, consentendo loro nel contempo di essere sempre aggiornati sulle ultime news, imparare i segreti dello stiro e della pulizia, partecipare a contest fotografici, vincere prodotti o aderire a promozioni ad hoc.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Facebook, LinkedIn, Polti, Twitter, You Tube

Largo Consumo, fascicolo 4/2012, n°pagina 109, lunghezza 1/6

Tipologia: Breve

Su Facebook Pinot di Pinot

Digital media: Per sostenere il rilancio di Pinot di Pinot, Gancia ha deciso di puntare sui social network, creando una fan page su Facebook (<http://www.facebook.com/pinotdipinotgancia>) dedicata a tutti gli appassionati del mondo delle bollicine, per condividere news e curiosità: un passo dettato dalla voglia di dialogare e confrontarsi direttamente con il consumatore finale.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Facebook, Gancia, Pinot di Pinot

Largo Consumo, fascicolo 3/2012, n°pagina 85, lunghezza 1/6

Tipologia: Breve

Nomine: Simona Zanette, presidente di Iab Italia

Simona Zanette è il nuovo presidente di Iab Italia per il biennio ..-.. . L'affiancherà come vicepresidente Marco Caradonna, ad e fondatore di Symple Agency.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Caradonna Marco, Iab Italia, Zanette Simona

Largo Consumo, fascicolo 3/2012, n°pagina 86, lunghezza 1/6

Tipologia: Breve

Social media: Kenwood sbarca su Facebook



Titolo: Nostromo lancia l'on line coupon
Edizione: 2/2013
Editore: Iniz. Redazionali Speciali
Link:
www.largoconsumo.info/abbonati/2013/02/86-87.pdf



Titolo: Bticino punta su facebook e pinterest
Edizione: 2/2013
Editore: Iniz. Redazionali Speciali
Link:
www.largoconsumo.info/abbonati/2013/02/86-87.pdf



Titolo: Eikon vi svela la vostra visibilità in rete
Edizione: 2/2013
Editore: Barelli Luciano
Link:
www.largoconsumo.info/abbonati/2013/02/124-125.pdf

Kenwood, brand di riferimento nel settore degli elettrodomestici per la preparazione dei cibi, ha inaugurato un nuovo canale di comunicazione, scegliendo Facebook come principale piattaforma:

www.facebook.com/KenwoodClubItalia è aperto alla community degli appassionati in cucina.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Facebook, Kenwood, Kenwood Chef

Largo Consumo, fascicolo 3/2012, n°pagina 87, lunghezza 1/6

Tipologia: Breve

Social media: Caldirola tra social e sito istituzionale

Oltre "mi piace" e visite al sito in poche settimane: Casa Vinicola Caldirola ha raccolto notevoli consensi sul web grazie alla pagine Facebook (www.facebook.com/vinicola.caldirola.wwf) in collaborazione con il Wwf e a un sito in linea con i gusti degli italiani.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: 100 domande per vivere bene, Barbera d'Asti Docg La Cacciatora, Barbera Verde, Casa Vinicola Caldirola, Facebook, Fsc, Wwf, Wwf Italia

Largo Consumo, fascicolo 12/2011, n°pagina 16, lunghezza 2

Tipologia: Articolo

L'impresa come cliente sul web

BtoB: L'ambito delle attività aziendali orientate al business to business, cioè al commercio interaziendale basato sulla fornitura di prodotti e/o sull'erogazione di servizi, vive una fase di intensa ridefinizione sul versante sia delle strategie sia della stretta operatività. Fulcro tra i più centrali e significativi all'interno del funzionamento del sistema delle imprese, le attività di business to business oggi richiedono una crescente capacità di stare sul mercato.

Table, grafici e box a corredo:

- [I trend del web 2.0 che influenzano il marketing business to business](#)
- [Le principali caratteristiche del marketing business to business](#)

Allegati:

- [Leggi questo articolo](#)

Citati: BtoB Marketing Forum, Facebook

Largo Consumo, fascicolo 11/2011, n°pagina 12, lunghezza 2

Tipologia: Articolo

L'incontro fra brand e consumatore

Social network: È noto come nel corso degli ultimi anni la crescita esponenziale dei social network e dei servizi web .. abbia riconfigurato i comportamenti individuali e sociali su Internet, enfatizzando gli aspetti di interazione e comunicazione fra le persone; cosa meno nota è invece il ruolo dei social network nella relazione tra brand e consumatori. Come queste nuove forme di socialità possono trasformare le forme di interazione e di ascolto dei consumatori da parte delle aziende?

Table, grafici e box a corredo:

- Box: Nota metodologica
- [Le attività sulle fan page: 2010](#)
- [Le iniziative aziendali su internet: 2010](#)

Allegati:

- [Leggi questo articolo](#)

Citati: Facebook, Nextplora, Sociale Media

Largo Consumo, fascicolo 11/2011, n°pagina 103, lunghezza 1/7

Tipologia: Breve

Nuove strategie per la pubblicità di Twitter

Per Twitter, il sito di microblogging nato nel .. che consente di leggere e postare messaggi fino a un massimo di .. caratteri, la pubblicità non è una novità. Nel .. erano stati lanciati tweets promozionali che avevano fatto moltiplicare per .. il numero degli inserzionisti, secondo le stime del direttore generale Dick Costolo, e nell'estate .. questi erano già centinaia.

Table, grafici e box a corredo:



Titolo: Crescono i social media, ma vince il dialogo diretto

Edizione: 12/2012

Editore: Iniz. Redazionali Speciali

Link:

www.largoconsumo.info/abbonati/2012/12/114-117.pdf



Titolo: I consumatori sempre più "eBusiness oriented"

Edizione: 12/2012

Editore: Iniz. Redazionali Speciali

Link:

www.largoconsumo.info/abbonati/2012/12/114-117.pdf



Titolo: Il problema degli errori e frodi sul mobile advertising

Edizione: 12/2012

Editore: Iniz. Redazionali Speciali

Link:

www.largoconsumo.info/abbonati/2012/12/114-117.pdf

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Costolo Dick, Dell, Gatorade, Groupon, Microsoft, Pepsico, Twitter

Largo Consumo, fascicolo 10/2011, n°pagina 109, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Nuove forme di pubblicità

Normativa: Nell'ultimo decennio si è visto un incremento esponenziale di nuove tipologie di pubblicità, soprattutto legate al mondo di Internet, complice lo sviluppo tecnologico e l'evoluzione delle tecniche di marketing. Accanto ai mezzi di diffusione tradizionali, quali televisione, quotidiani e periodici, il cosiddetto direct marketing, gli annunci audio fonici e audiovisivi, sono nati diversi nuovi veicoli pubblicitari, veicolati soprattutto attraverso il complesso mondo del web.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questo articolo](#)

Citati: Agenzia delle Entrate, Codice del Consumo, Google, Ue

Largo Consumo, fascicolo 10/2011, n°pagina 111, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

Una nuova associazione per l'adv on line

Due associazioni come Eiaa (European Interactive Association) e Iab Europe (Interactive Advertising Bureau) hanno deciso di unire le forze per formare un'unica associazione europea in grado di rappresentare tutti coloro che operano nel mercato della pubblicità on line e della comunicazione digitale. La fusione, effettiva dal mese di maggio, porterà a un incremento del numero dei membri della nuova associazione.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Eiaa (European Interactive Association), Fennah Alison, Iab Europe (Interactive Advertising Bureau)

Largo Consumo, fascicolo 10/2011, n°pagina 113, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

Yahoo! perde contro Mediaset

"Violazione dei diritti d'autore" è la motivazione con cui il Tribunale di Milano ha dato ragione a Mediaset nella causa intentata dal gruppo cui fanno capo Canale 5, Italia 1 e Rete 4 nei confronti di Yahoo! Italia che ha postato sul proprio portale video "sottratti" al circuito televisivo al di fuori di ogni accordo o autorizzazione.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Canale 5, Italia 1, Mediaset, Rete 4, Yahoo! Italia

Largo Consumo, fascicolo 10/2011, n°pagina 115, lunghezza 1/12 di pagina

Tipologia: Breve

Nomine: Luca Gurrieri, IAB Italia

È Luca Gurrieri, direttore centrale pubblicità Internet di Manzoni, a rappresentare l'azienda nel Consiglio direttivo di IAB Italia, in sostituzione di Roberto Binaghi, recentemente nominato ceo di Mindshare e che ha pertanto lasciato la carica.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Binaghi Roberto, Guerrieri Luca, Iab Italia, Manzoni Pubblicità, Mindshare

Largo Consumo, fascicolo 10/2011, n°pagina 130, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

Publisher manager: lo specialista del web

Public-Idées è una piattaforma che mette in relazione gli inserzionisti con dei siti affiliati. Attualmente il network è formato da oltre affiliati, attraverso cui vengono veicolate centinaia di campagne pubblicitarie. In questo settore il publisher manager è una figura professionale chiave, perché è colui che gestisce e anima i siti del network con l'obiettivo di assicurare la migliore riuscita delle campagne.



Titolo: **Mc Donald's Italia si apre su facebook**

Edizione: 11/2012

Editore: Iniz. Redazionali Speciali

Link:

www.largoconsumo.info/abbonati/2012/11/94-95.pdf



Titolo: **Il performance marketing fa bene all'advertising on line**

Edizione: 11/2012

Editore: Iniz. Redazionali Speciali

Link:

www.largoconsumo.info/abbonati/2012/11/128-129.pdf



Titolo: **Illy: digital direct marketing di successo**

Edizione: 9/2012

Editore: Iniz. Redazionali Speciali

Link:

www.largoconsumo.info/abbonati/2012/09/108-109.pdf

Tabelle, grafici e box a corredo:**Allegati:**

- [Leggi questo articolo](#)

Citati: Fuda Joséphine, Public Idées

Largo Consumo, fascicolo 9/2011, n°pagina 103, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Per arrivare al consumatore

Multicanalità: L'ultima edizione dell'Osservatorio sulla multicanalità Mip/Nielsen conferma l'inarrestabile ascesa della quota dei consumatori italiani definiti "multicanale". Secondo questa ricerca, nel corso del sono saliti dal .. al ..% del totale adulti, raggiungendo i .. milioni. Nielsen descrive questi consumatori come attivi nella ricerca in rete di informazioni utili a orientare i loro comportamenti di consumo, ma non dobbiamo pensarli come utenti esclusivi di Internet.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: Associazione italiana direct marketing

Allegati:

- [Leggi questo articolo](#)

Citati: Aidim - Associazione italiana direct marketing, Antitrust, Fedma - Federation of European Direct & Interactive Marketing Association, Google, Hotmail, Ministero dello Sviluppo Economico, Osservatorio sulla multicanalità Mip Nielsen, Yahoo

Largo Consumo, fascicolo 7/2011, n°pagina 20, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Quante strade per la pubblicità

Direct marketing: Il è stato un anno piuttosto positivo per il mercato pubblicitario italiano (+.,.% di incremento sul). E le cose sono andate bene soprattutto per Internet (+.,.%), il cinema (+.,.% e la Tv (+.%). Ma una delle sorprese più interessanti nel è venuta dal direct mailing. Da pochi anni monitorato da Nielsen, ha chiuso l'anno con .. milioni di euro di investimento (+.,.% rispetto al).

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [Il gradimento delle iniziative di advertising \(in %\)](#)
- [Le variazioni degli investimenti pubblicitari per mezzo: 2010 vs 2009 \(in %\)](#)

Allegati:

- [Leggi questo articolo](#)

Citati: AdEx, Curcio Massimo, eCircle, Fondazione Coca-Cola Hbc Italia, G. Caroli Matteo, Marketinf Evolution, Media-Banca, Nielsen, Nielsen Featured Insights, Politecnico di Milano, Poste Italiane, Pratesi Carlo Alberto, Rangone Andrea, Repubblica, Seat Ibiza ST, Università Luiss Guido Carli

Largo Consumo, fascicolo 6/2011, n°pagina 83, lunghezza 1/12 di pagina

Tipologia: Breve

Nomine: Simona Perolari amministratore delegato di Videoclick Advertising

Il Cda di Videoclick Advertising, la concessionaria specializzata nella distribuzione di spot pubblicitari online, ha nominato Simona Perolari amministratore delegato. Perolari, milanese di adozione, lavora nel campo della comunicazione digitale da più di .. anni.

Tabelle, grafici e box a corredo:**Allegati:**

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Perolari Simona, Videoclick Advertising

Largo Consumo, fascicolo 5/2011, n°pagina 133, lunghezza 1/9 di pagina

Tipologia: Breve

Belloni collabora con Iab Italia

Serena Belloni, consulente specializzata in marketing, ha iniziato la sua collaborazione con la squadra dell'Interactive Bureau Italia. Il suo compito sarà quello di sviluppare il marketing associativo, promuovendo attività e iniziative volte a migliorare la soddisfazione dei soci e a consolidare il loro rapporto con IAB.

Tabelle, grafici e box a corredo:**Allegati:**

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Belloni Serena, Iab, Interactive Bureau Italia



Titolo: Vileda Italia è su facebook

Edizione: 9/2012

Editore: Iniz. Redazionali Speciali

Link:

www.largoconsumo.info/abbonati/2012/09/108-109.pdf



Titolo: Come fare business on line con Google

Edizione: 9/2012

Editore: Iniz. Redazionali Speciali

Link:

www.largoconsumo.info/abbonati/2012/09/150-151.pdf



Titolo: I consumatori si fidano della "earned" advertising

Edizione: 7/2012

Editore: Iniz. Redazionali Speciali

Link:

www.largoconsumo.info/072012/124-125.pdf

Largo Consumo, fascicolo 3/2011, n°pagina 88, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Consumatori sempre più multicanale

L'Osservatorio Multicanalità rileva .. milioni di consumatori italiani multicanale, il ..% della popolazione, in crescita di .. milioni rispetto all'anno precedente. Il loro profilo è quello di persone che vivono il processo di acquisto e relazione con la marca con un coinvolgimento maggiore a livello decisionale e un numero maggiore di strumenti e punti di contatto. Rappresentano un trend che prosegue a ritmo serrato a conferma dei dati della scorsa edizione.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questo articolo](#)

Citati: Osservatorio Multicanalità 2010

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 11/2012, n°pagina 90, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Dienea Magnews - "E' marchè": tre spot in dialetto romagnolo per rendere più familiare il linguaggio del digitale

I casi aziendali: La società ha presentato all'edizione 2012 dell'eCommerce Forum di Milano il primo di una serie di tre video dedicati al mondo digitale e al suo linguaggio, girati curiosamente in dialetto romagnolo proprio per "sdrammatizzare" la complessità di questi temi.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Agenda Digitale, Dienea srl, Fionda Maurizio,
http://ilmercato.magnews.it, Netcomm eCommerce Forum,
www.dienea.com, Zeranta Edutainment

Largo Consumo, fascicolo 3/2012, n°pagina 84, lunghezza 1

Tipologia: Com. d'impresa

Ogilvy & Mather Advertising - Un nuovo modello di agenzia fondato su "digital attitude" e spirito innovativo

Il management aziendale: Dopo il successo del rilancio e la nuova rilevanza di Ogilvy & Mather Advertising a Parigi e Londra, anche l'Italia si è rinnovata, dando vita a un nuovo modello di agenzia di advertising in cui il digitale è pervasivo e contribuisce a creare soluzioni di business innovative.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Acqua Panna, America Express, Armando Testa Milano, Arnold WorldWide Italy Havas, Ata De Martini & C./Arnold Worldwide, Autogrill, Barclays, Barilla, Bcube, Bel, Bel Italia, Biennale di Venezia, Cayenne, CcP a Milano, Chiquita, Cobianchi Daniele, Condè Nast, Consorzio del Psociutto di Parma, Crysler, D'Adda, Danone, DDB, DivBBDO, Europcar, EuroRSCG, Fondazione Venezia, Ford, Galbani, Gruppo Dentsu, Gruppo Fiat, Gruppo L'Espresso, Gruppo Ogilvy, GSK, Ibm, Ima, Jaguar, Japan Tobacco International, Kraft, Lanzarotti Giovanni, Leo Burnett, Lorenzini, Lowe Pirella, Lowe Pirella Lintas, Mastromatteo Giuseppe, Mattel, Nestlè, Nutella, O&M Advertising, Ogilvy & mather Advertising, Poste Italiane, Publicis, Publicis Milano, S. Pellegrino, Saatschi & Saatschi, Sabini Alessandro, Sorgenia, Terme di Saturnia, Unilever, Vigorelli, Vog-Marlene, Whirpool, www.ogilvy.com, Young & Rubicam, Young& Rubicam

Direttore responsabile: Armando Garosci

Editore: Editoriale Largo Consumo Srl, via Bodoni 2 Milano

Service Provider: Mc Link Spa, Roma



Titolo: U2 protagonista nel social media marketing

Edizione: 6/2012

Editore: Iniz. Redazionali Speciali

Link:

www.largoconsumo.info/062012/BRLC0612-DigitalMedia.pdf



Titolo: La campagna Bahlsen diventa integrata

Edizione: 6/2012

Editore: Iniz. Redazionali Speciali

Link:

www.largoconsumo.info/062012/92_93.pdf



Titolo: F.lli Orsero punta sul web

Edizione: 5/2012

Editore: Iniz. Redazionali Speciali

Link:

www.largoconsumo.info/abbonati/2012/05/92-93.pdf

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

diffusioneabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840



Titolo: Spot 2.0. L'uso di YouTube come mezzo pubblicitario
Edizione: 3/2011
Editore: Iniz. Redazionali Speciali
Link:
www.largoconsumo.info/032011/BRLC0311-Bibliio.pdf

ANES

Titolo: Bene gli investimenti in social media
Edizione: 7/2012
Editore: Iniz. Redazionali Speciali
Link:
www.largoconsumo.info/abbonati/2012/07/124-125.pdf

RENTRAK

Titolo: Piace agli inserzionisti il video on demand
Edizione: 7/2012
Editore: Iniz. Redazionali Speciali
Link:
www.largoconsumo.info/abbonati/2012/07/124-125.pdf

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

diffusioneabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840



Titolo: Entra a far parte del social network dedicato ai professionisti del largo consumo su LinkedIn, con centinaia di manager dell'industria, della distribuzione e dei servizi collegati!

Edizione: 4/2012

Editore: LinkedIn

Link:

tinyurl.com/LinkedInLargoConsumo

**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:

plc@largoconsumo.it

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"](#)