



Percorso di lettura a cura di Largo Consumo  
Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo



[WWW.LARGOCONSUMO.INFO](http://WWW.LARGOCONSUMO.INFO)

## GIORNALI QUOTIDIANI E PERIODICI

Riferimento: PL-0606-002.Pdf

Percorso di lettura aggiornato al n. 06/06 di *Largo Consumo* e testate *Supplementari*

Il presente documento in **versione interattiva** è scaricabile all'indirizzo  
[www.largoconsumo.info/062006/PL-0606-002.Pdf](http://www.largoconsumo.info/062006/PL-0606-002.Pdf)

### RIFERIMENTI:

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

### LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA

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

#### Largo Consumo

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

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

#### Mercato & Imprese

#### **Opinioni e prospettive dall'industria del largo consumo**

Ogni anno, Mercato & Imprese ospita interviste ad alcuni fra i più accreditati esponenti di aziende di primo piano dell'industria alimentare e grocery non food. I **contenuti giornalistici** sono sviluppati in forma di interviste, tante quanti sono i settori merceologici presi in esame nel fascicolo. Al manager intervistato viene chiesto, in esclusiva per il proprio mercato di appartenenza, di fornire una rappresentazione dell'andamento del comparto, forte della propria esperienza professionale e del posizionamento della propria azienda. Ogni intervista è affiancata da una scheda mercato a cura della redazione, che riporta i principali indici del settore come i volumi e i valori della produzione industriale, le tipologie produttive, l'import/export, il rank dei produttori e marche, investimenti, consumi, ecc.



**I CONTENUTI EDITORIALI:**

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2006, n° pagina 102, lunghezza 2 pagine

**Complicazioni in prima pagina**

Il quotidiano offre numerosi vantaggi rispetto ad altri media: basti pensare alla distribuzione di prodotti collaterali come i libri (... milioni di volumi venduti insieme ai quotidiani nel 2003, ... milioni nel 2004) o al boom della cosiddetta free press che svolge un duplice ruolo sociale, in quanto avvicina i giornali a chi non ha l'abitudine di leggere e stimola la curiosità soprattutto dei giovani. La carta stampata rappresenta circa il ...% della spesa pubblicitaria globale.

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

- La distribuzione degli inserti pubblicitari negli Stati Uniti: 1982-2003 (in mld di copie)

- [La spesa pubblicitaria negli Usa: 2004 \(in mld di dollari\)](#)

**Citati:**

Act (Association of Commercial Television in Europe), Austin Mark, Azzurra Caltagirone, Biggam Ross, Calkins Media, Confindustria, Cordero di Montezemolo Luca, Fiat, Fieg (Federazione italiana editori giornali), Initiative futures worldwide, Mediaedge:cia, Newspaper association of America, Nordjyske Medier, PubliGroupe, Sue Moseley, Szal Liza, Tampa Tribune, The Globe and Mail, Universal McCann, Wan (World association of newspapers), World newspaper advertising conference & Expo, Wuttke Moritz

Articolo

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

**[2001-2005 Cinque anni di evoluzione e rivoluzione nell'uso dei media. \(Documento associato all'articolo "La nuova identità dei mezzi", apparso su \*Largo Consumo\* 5/2006\)](#)**

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

Documenti

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

**La nuova identità dei mezzi**

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

**Citati:**

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

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n° pagina 132, lunghezza 2 pagine

**Advertising di provincia**

La pubblicità locale in Italia: il ...% degli italiani adulti vive in centri con meno di ... mila abitanti. Le campagne su media locali sarebbero anche interessanti per raggiungere target segmentati e specifici, ma i problemi sono molti! Le concessionari si dimostrano spesso inadeguate a coordinare le reti di vendita locali e nazionali. Concorrenza dei media nazionali che vedono nella tv il canale privilegiato capace di offrire vastissime coperture delegittimando in parte i mezzi locali.

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

- Gli elementi a favore della pubblicità locale

- La pubblicità locale in due mosse

**Citati:**

Astra, Settimanale L'Esagono

Articolo

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

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

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

**Citati:**

Editoriale Secondamano, Iou, Studenti Mediagroup

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n° pagina 137, lunghezza 0,6 di pagina

**Pubblicità di moda**

Proposte editoriali sullo stesso argomento:



**Titolo EDITORIA LIBRARIA**

- Percorso di lettura

**Codice** [PL-0506-012.pdf](#)

**Edizione** 05/2006

**Editore** Editoriale Largo Consumo



**Titolo PUBBLICITÀ ON LINE**

- Percorso di lettura

**Codice** [PL-0106-029.pdf](#)

**Edizione** 01/2006

**Editore** Editoriale Largo Consumo



**Titolo TEMPO LIBERO E**

**INTRATTENIMENTO**

- Percorso di lettura

**Codice** [PL-0406-010.pdf](#)

**Edizione** 04/2006

**Editore** Editoriale Largo Consumo



Calo degli investimenti pubblicitari sulla stampa italiana da parte del settore moda. Pambianco strategia d'impresa ha analizzato ... brand di moda e ... testate (... quotidiani, ... settimanali, ... mensili).

**Citati:**

Pambianco strategia d'impresa  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n° pagina 139, lunghezza 0,6 di di pagina

**Crescono gli utili dei quotidiani**

Fieg ha presentato lo studio svolto da Deloitte & Touche sul mercato della stampa in Italia. Ad aumentare è anche la lettura delle testate quotidiane. A dirlo sono i dati Audipress, Infine, in calo sono gli introiti pubblicitari, che perdono su quelli totali.

**Citati:**

Audipress, Deloitte&Touche, Fieg  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2006, n° pagina 166, lunghezza 1/3 di pagina

**Utet/De Agostini/Rcs Periodici**

Operazioni di concentrazione: Le operazioni costituiscono due concentrazioni distinte, mediante la quale DeA, attraverso Utet, acquisterà il ramo d'azienda di Darp, costituito dalle testate editoriali del polo nautico e culturale. Rcs acquisterà il controllo esclusivo di Darp stessa. I mercati interessati sono quelli nazionali dell'editoria periodica con frequenza mensile o superiore al mese e della vendita di spazi pubblicitari destinati ai periodici. L'Autorità delibera....

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2006, n° pagina 108, lunghezza 1 pagina

**Il business a luci rosse**

Il giro d'affari ha fatturato in media ... milioni di euro l'anno.(2002-2004) Una cifra notevole, soprattutto se si considera la percentuale di incremento (+...% tra 1987 e 1991). La lotta più accesa è tra pay tv e videocassette/dvd. Il mercato del sesso su Internet è in forte calo (dai ... milioni del 2003 si passa ai ... del 2004) a causa delle truffe dei diale. Più floridi che mai i canali tradizionali delle riviste, favorite dall'apporto di annunci scambisti e cataloghi di prostitute.

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

- [Il volume d'affari dell'industria del porno: 2002-2004 \(in mln di euro\)](#)

**Citati:**

Eurispes, Fara Gian Maria, Pontificio consiglio per le Comunicazioni sociali  
Articolo

*Mercato Italia Agro*, fascicolo 4/2006, n° pagina 28, lunghezza 1/3 di pagina

**Gli investimenti pubblicitari netti del settore alimentare: media mix**

Media mix (incidenza %) alimentari nei periodi: gennaio-dicembre 2005 vs 2004-2003 (in mgl di euro)relativamente ai comparti: tv, radio, **newspaper**, **magazine**, outdoor, cinema.

Tabella

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

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

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

Tabella

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2006, n° pagina 136, lunghezza 1 Pagina

**Free press all'arrembaggio**

Il fenomeno della free press è presente con 3 quotidiani City, Leggo e Metro, alleati per entrare in Audipress. La stampa gratuita si sta evolvendo anche nel campo dei periodici: vedi il mensile "Rifletto". Crescono i lettori e la raccolta pubblicitaria. Gli inserzionisti sono interessati in quanto la free press vanta una maggioranza di lettori liberi professionisti di stato sociale ed economico medio-alto. I canali di distribuzione sono il circuito Grandi Stazioni e fermate dei mezzi pubblici.

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

- [I quotidiani gratuiti in Italia: 2004](#)

**Citati:**

Asahi Shibun, Audipress, Biondi Flavio, Caltagirone Editore, Centro Epon Meteo, City, Cucolo Gabriele, Edizioni Metro, Eurisko, Gem Servizi, Giuliaci Mario, Grandi Stazioni, Koeb Alexander, Leggo, Lucchi Remo, Metro, Metro International, Oblò, Rcs MediaGroup, Rcs Pubblicità, Slogan, Washington Examiner, Yomiuri Shimbun  
Articolo



**Titolo** FILIERE DEL  
**RECUPERO: CARTA E**  
**CARTONE**  
- Percorso di lettura  
**Codice** [PL-0106-013.pdf](#)  
**Edizione** 01/2006  
**Editore** Editoriale Largo  
Consumo



**Titolo** Giornali e giornalisti  
nella rete  
**Autore** Emilio Carelli  
**Editore** Apogeo  
**Anno** 2004  
**Pagine** 208  
**Prezzo** € 15,00



**Titolo** Catalogo dei  
periodici italiani 2004. Con  
i dati 2003 sulla produzione  
dei periodici in Italia  
**Autore** Roberto Maini  
**Editore** Editrice  
Bibliografica  
**Anno** 2004  
**Pagine** 1.200  
**Prezzo** € 200,00



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

#### **Migliorano gli investimenti pubblicitari**

Gli investimenti pubblicitari di gennaio- ottobre 2005 hanno superato i ... milioni di euro, con una crescita del ...% La tv ha chiuso ottobre a +...% e il cumulato a +...%. Il totale stampa ha segnato sul mese un +...% e sul progressivo da inizio anno un +...%. La raccolta complessiva dei quotidiani è cresciuta del ...% superando i ... Milioni. Commerciale nazionale a...+%; la locale a +...%. La radio a...%, le affissioni calo del ....%, cinema ...%, Internet +...%.

Box, Tabelle e Grafici a corredo:

- [Le variazioni degli investimenti pubblicitari di alcuni settori: 2004-2005 \(in%\)](#)

#### **Citati:**

Ferrero, Nielsen Media Research, Procter&Gamble, Tim, Unilever  
Articolo

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

#### **Settegiorni Tv alle casse del super**

Settegiorni Tv è il primo settimanale di attualità e di informazione televisiva gratuito in distribuzione presso le casse, negli oltre ... punti di vendita dell'insegna DiPerDi Le sue .... copie e i suoi oltre ... milioni di lettori lo rendono uno dei settimanali più diffusi in Italia, presente in ... regioni e in tutte le principali città italiane.

#### **Citati:**

gruppo Seri, Media system, Seri system, Settegiorni Tv  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 12/2005, n°pagina 114, lunghezza 1/5 di pagina

#### **Il successo di Enjoy sull'onda del fitness**

Seguendo la linea editoriale basata sul lifestyle e il tempo libero, Enjoy, il magazine distribuito nei migliori fitness club, per il suo terzo compleanno si è regalato tre nuove rubriche.

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2005, n°pagina 129, lunghezza 1/6 di pagina

#### **Fila sceglie la stampa**

Campagne pubblicitarie: Fila ha scelto Iniziative media per la pianificazione- sulla stampa quotidiana e periodica, specializzata e generalista- del proprio ritorno invernale in pubblicità. La campagna istituzionale, on hair fino a Natale, sarà affiancata a breve da una di prodotto, destinate a....continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 10/2005, n°pagina 140, lunghezza 1/5 di pagina

#### **Fashion Work Business: uno strumento utile e nuovo**

Il periodico trimestrale Fashion Work Business ha completamente rinnovato il formato e la grafica, ma i contenuti sono rimasti interamente dedicati agli operatori del tessile, dell'abbigliamento e della moda.

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 9/2005, n°pagina 111

#### **Rivista Luxury**

Pubblicità ingannevole: Un consumatore inserzionista ha segnalato la presunta ingannevolezza del messaggio diffuso sul periodico bimestrale Luxury, fascicolo n. 3-2004 relativamente alle affermazioni riguardanti l'asserito numero di copie circolanti in vari Paesi del mondo: circa "110.000 copie distribuite in 40 Paesi...". La richiesta di intervento evidenzia che il numero di copie distribuite nell'ambito dei Paesi stranieri dove il periodico sarebbe diffuso non corrisponderebbe al vero. L'Autorità delibera che...continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2005, n°pagina 115, lunghezza 1/5 di pagina

#### **E-Biz Journal, il magazine via e-mail**

Dall'incontro e dalla sinergia professionale tra consulenti free lance operanti in Gran Bretagna, negli Usa e in Italia, è nato E-Biz Journal, un magazine distribuito esclusivamente via e-mail. I contenuti dell'E-Biz Journal sono dedicati alle tematiche del marketing e della comunicazione, oltre che all'utilizzo delle nuove tecnologie telematiche per il business.

#### **Citati:**

E-Biz Journal, Mancinelli Marco , Phil J. Garrick  
Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 7/2005, n°pagina 115

#### **Un progetto editoriale per le buone notizie**



Si chiama *Buone Notizie.it* il periodico bimestrale nato dall'esperienza condotta dall'Associazione culturale omonima, che ha iniziato alcuni anni fa la sua attività con il sito web [www.buonenotizie.it](http://www.buonenotizie.it). E' questo infatti uno dei punti di forza dell'iniziativa: ....continua...

Notizia

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

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

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

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2005, n°pagina 106, lunghezza 1/3 di pagina

#### **Nasce il bimestrale delle buone notizie**

BuoneNotizie.it – L'altra attualità, un vero e proprio periodico bimestrale distribuito in tutta Italia anche negli ospedali e nelle scuole e attraverso il "book crossing". L'Italia e il mondo vedono ogni giorno anche eventi positivi che meritano di essere raccontati. Il giornale è stampato sulla Cartalatte prodotta da Tetra Pak dal riciclo delle fibre di cellulosa dei contenitori del latte fresco.

#### **Citati:**

Associazione buone notizie, Malvolti Silvio, Tetra Pack Italiana

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2005, n°pagina 108, lunghezza 1/3 di pagina

#### **La moda investe di più sulla carta stampata**

Nel 2004 gli investimenti pubblicitari della moda sulla carta stampata sono cresciuti del ...% rispetto al 2003». Ad affermarlo è Carlo Pambianco, presidente della società di consulenza Pambianco strategie di impresa. l'anno scorso sarebbero stati investiti sulla stampa .... milioni di euro.

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

- Le prime dieci imprese della moda per valore degli investimenti pubblicitari: 2004 (mln euro e %)

#### **Citati:**

Pambianco Carlo, Pambianco strategie di impresa

Notizia

*Largo Consumo* 5/2005 pg 114

#### **Quotidiani in rassegna**

Mezzi: Nel 2002 l'euro ha permesso un incremento del prezzo di copertina pari al ...%, ma da allora il livello di diffusione è rimasto inferiore del ...% a quello di 2001 e non si è più ripreso. Nel 2004 la tiratura media è stata inferiore ai ... milioni di copie giornaliera. In sintesi: Aumenta il numero di lettori abituali, ma si riducono gli incassi, dato il calo pubblicitario e nonostante l'incremento del prezzo di copertina. Ancora troppo basso il numero di abbonamenti.

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

- [Gli indici di diffusione dei quotidiani nel mondo: 2003 \(n. copie per 1.000 abitanti\)](#)

- [L'andamento della diffusione dei quotidiani: 1999-2004 \(n. copie\)](#)

Articolo

*Largo Consumo* 5/2005 pg 121

#### **Free press all'insegna dell'incremento**

A poco più di quattro anni dalla loro introduzione in Italia, i tre quotidiani gratuiti Leggo, City e Metro continuano a consolidarsi sul territorio nazionale

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

- [I top 3 della classifica dei free press paper: 2004 \(in unità e in %\)](#)

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2005, n°pagina 121

#### **Una carta dei doveri per i giornalisti finanziari**

Il Consiglio dell'Ordine dei giornalisti ha approvato una "Carta dei doveri" deontologica per i giornalisti economici e finanziari.

Notizia

*Largo Consumo* 4/2005 pg 47

#### **Edicola da collezione**



Editoria: la rivendita di giornali e periodici si è evoluta nel senso di un'offerta multispecializzata. Anche grazie a dispense, collezioni, prodotti multimediali che articolano l'odierna proposta editoriale.

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

- [Il mercato dei fascicoli collezionabili: 2004 \(fatturato, crescita media, n. lanci medi\)](#)

- [Le quote indicative del mercato dei collezionabili \(stime in %\)](#)

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 4/2005, n° pagina 101, lunghezza 1/5 di pagina

**Una rivista informa sui prodotti ittici**

Con la rivista EuroFishmarket, diretta da Valentina Tepedino, Aquatilia si propone di fare da ponte tra il mondo scientifico, le istituzioni pubbliche, le imprese del settore e i consumatori.

Notizia

*Largo Consumo* 3/2005 pg 106

**La rivista si compra al super**

Vissuto dei prodotti: se per i quotidiani ci si rivolge ancora soprattutto all'edicola, per i settimanali e mensili il trade moderno riceve sempre più consensi. Restano determinanti la gestione e i

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

- La ripartizione degli acquisti di giornali e riviste per il canale (in %)

- Le motivazioni degli acquisti di impulso di giornali e riviste presso la Gdo (in %)

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2005, n° pagina 109, lunghezza 1/5 di pagina

**Mirata News, il periodico dell'alternativa**

I mezzi alternativi rappresentano oggi una voce in crescita nei budget di comunicazione delle aziende. Considerati mezzi efficaci ed efficienti per fare pubblicità in luoghi inusuali, stanno lentamente conquistando il riconoscimento degli addetti ai lavori. Per questo Mirata ha avviato...continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 2/2005, n° pagina 111, lunghezza 1/5 di pagina

**Rivendite di giornali in classifica**

Buone notizie per gli editori italiani: è in arrivo una banca dati di classificazione dei punti di vendita dei prodotti a stampa. TradeLab, sta infatti lavorando ad uno schema di classificazione concretamente utilizzabile per migliorare la conoscenza del mercato e i piani diffusionali degli editori. Il lavoro infatti è in fase di work in progress: ...continua...

Notizia

*Largo Consumo* 2/2005 pg 115

**I percorsi del libro**

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

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

- Box: Come si muove l'ipercoop

- Box: Le cifre chiave (del settore librario, secondo Aie)

Articolo

*Largo Consumo* fascicolo 1/2005, n° pagina 127

**Aumentano le riviste con certificazione**

Sono sempre di più le testate che richiedono la certificazione di tiratura e diffusione, secondo i dati diffusi da Anes. Infatti nel 2004 sono state 164 le testate (...%) e 48 gli editori (...%) che hanno richiesto la certificazione di qualità Csst. Questo dato è l'espressione di...continua...

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

- Il numero di editori e testate certificati Csst: 1997- 2004 (in unità)

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 11/2004, n° pagina 135, lunghezza 1/6 di pagina

**PetLife, il magazine per chi ama gli animali**

Pet Life è la rivista istituzionale di Purina con una diffusione che raggiunge oltre...famiglie italiane. Ideata e realizzata per comunicare l'importanza della relazione con i pet quale fonte di benessere e arricchimento reciproco, dimostra come Purina si impegni nella ricerca del benessere degli animali, offrendo...continua...

Notizia



*Largo Consumo*, fascicolo 10/2004, n° pagina 146

**Una nuova rivista su cucina e italian style**

San Pellegrino e Acqua Panna hanno realizzato una rivista: DE-Dining Experience, inviata ai migliori ristoranti italiani selezionati dalle più note guide, agli esperti del settore e agli opinion maker. Ma DE si rivolge anche a ....continua...

Notizia

*Largo Consumo* 7/2004 pg 106

**Free press in allarme**

Mezzi: Dal punto di vista schiettamente editoriale la stampa gratuita è stata un successo e una scoperta: ma sarà capace di reggere la sfida dei costi e dei profitti?

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

- La diffusione media giornaliera dei principali quotidiani italiani (in .000 di copie)

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 6/2004, n° pagina 143

**Il resto mancia: il primo free-press da tavola italiano**

Destinato ai clienti dei pub, bar e ristoranti iscritti a Fipe-Confcommercio è uscito il primo numero de "Il resto mancia", il primo mensile free press da tavola. L'intento è quello di fornire un'informazione obiettiva e completa, con un pizzico di sale e di buon umore".

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 5/2004, n° pagina 152

**E' Metro il free press più letto in Italia**

Lanciati tre anni fa in Italia, i quotidiani gratuiti sono oggi una realtà notevole cui guarda con interesse sempre maggiore anche il mercato pubblicitario. Presenti in 8 regioni, i tre maggiori quotidiani gratuiti esistenti nel nostro paese (Metro, City e Leggo) sono letti ogni settimana da ....milioni di persone e giornalmente da...milioni di lettori.

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2004, n° pagina 143

**Piacciono i free press delle fiere**

Sono i quotidiani ufficiali delle manifestazioni fieristiche, che stanno avendo un grande successo sia di lettori, sia di inserzionisti. E' proprio da questi ultimi, infatti, che derivano i maggiori proventi, dal momento che i produttori hanno identificato nel pubblico fieristico....continua...

Notizia

*Largo Consumo*, fascicolo 3/2004, n° pagina 105

**Giornali nel carrello**

Editoria: il moderno raccoglie sempre più consensi sulla vendita di quotidiani e periodici, soprattutto nel Nord Italia, ma occorre lavorare ancora per aumentare le performance di reparto.

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

- Le cifre della stampa nella grande distribuzione

- Box: dedicato a chi va e viene

Articolo

*Largo Consumo*, fascicolo 1/2004, n° pagina 121

**Cream, la prima rivista per studenti delle superiori**

Il veronese Enrico Pandian ha lanciato Cream, il primo mensile per studenti delle scuole superiori, distribuito gratuitamente nelle scuole di 28 città italiane. Con una filiazione di 52 pagine a colori, una graficastimolante, ....continua...

Notizia