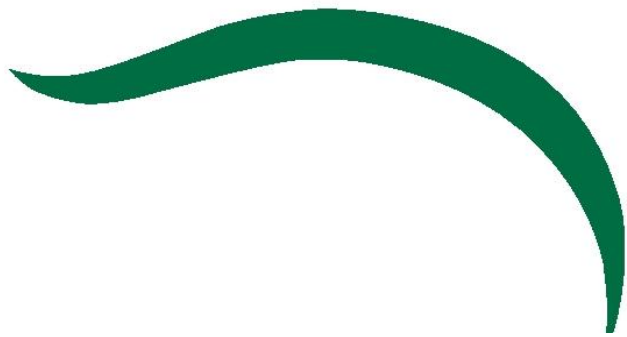
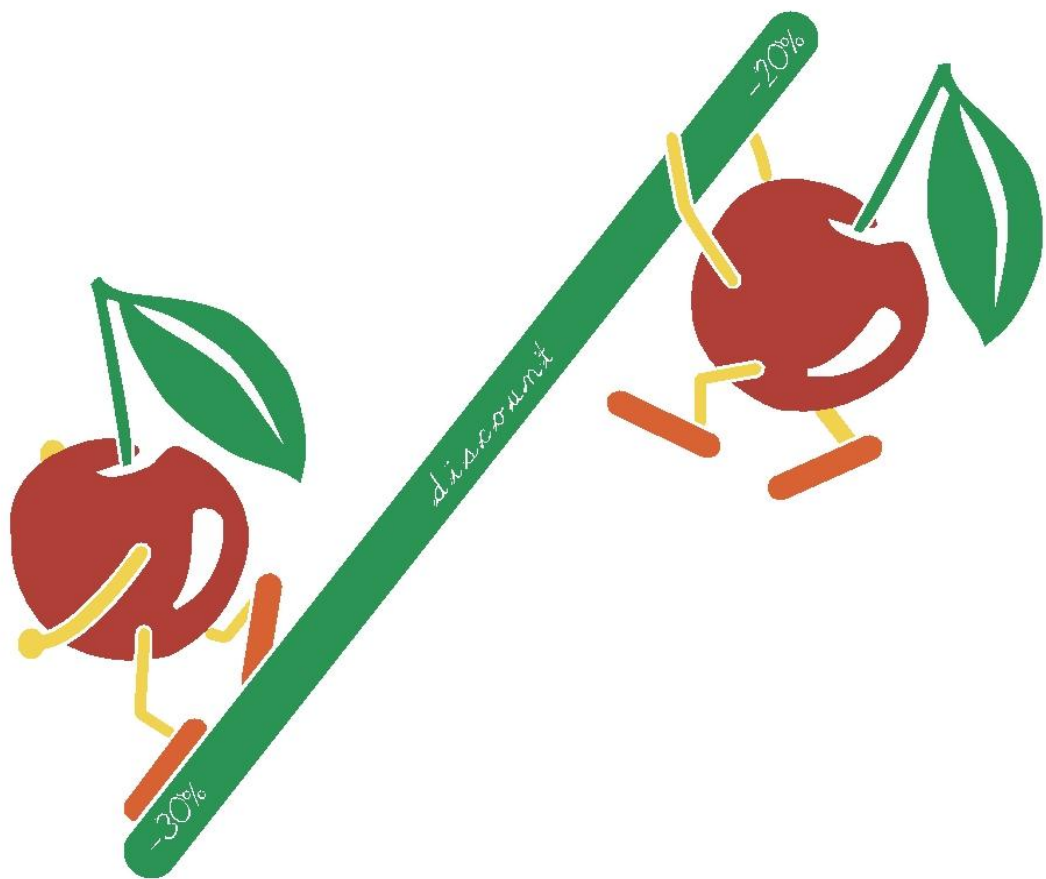


il fenomeno discount

storia e percorsi evolutivi del Discount in Italia
di Mauro Loy



INDICE

Parte Prima

Il fenomeno discount

1. Alle origini del fenomeno

Il secondo dopoguerra in Germania

Aldi e il format discount

Crescita ed evoluzione interna

Prove di espansione in Europa

2. Arrivo in Italia

Situazione socio economica alla fine degli anni '80 e primi '90

Prima di Lidl

Dopo Lidl

L'evoluzione di Lidl in Italia

3. Sviluppo e successo

Sembra facile copiare

Restano i migliori. Selezione naturale dopo la confusione

4. Da tipicamente tedesco a format nazionale

Come si costruisce un format

La comunicazione nei discount

Marchi e prodotti a marchio

La flessibilità del lavoro nei discount

Supporti alle decisioni strategiche- La mappa delle opportunità

5. Il discount in Europa

La presenza dei discount in Italia

6. Case history: TODIS un successo in tre mosse

Perché Todis

Conclusioni

Bibliografia

Parte Seconda

Monitoraggio del canale discount

1. Monitoraggio del canale discount