

a cura di Erika Agostinelli

TUTTO BIO 2010 Annuario del biologico

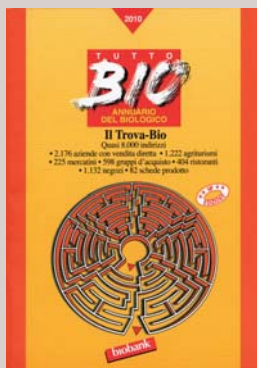
16^a edizione
327 pagine

Sono quasi 8.000 gli operatori del biologico italiano presenti su Tutto Bio 2010.

Una panoramica ampia e dettagliata: agriturismi, aziende agricole, mercatini per fare la spesa, ristoranti e mense bio.

Vi sono poi le schede illustrate di alimenti, cosmetici e detergenti bio.

Quest'anno il tema è "Bio, Eco, Etico: uscire dal labirinto in 141 mosse", un utile vademecum che suggerisce



le numerose azioni quotidiane utili per avere più rispetto per il pianeta suddivise in ambiti definiti: alimentazione, commercio, orto, giardino e animali, cosmesi, salute e abbigliamento, casa

energia e acqua, riciclo e riuso, mobilità, educazione ambientale e clima sociale, per rendere più facile reperire le informazioni all'interno della guida, Tutto Bio è suddiviso in otto sezioni, che, a loro volta, fanno capo a tre grandi aree: articoli, censimenti Bio Bank e schede prodotto.

Le schede prodotto sono utili a ricordare o far scoprire al lettore le caratteristiche dei prodotti presentati; nelle schede illustrate relative alla cosmesi e alla detergenza bioecologica sono proposti i prodotti più innovativi.

Con il volume, in omaggio la Bio Card, che dà diritto a sconti presso 635 aziende con vendita diretta, agriturismi, ristoranti e negozi bio.

Egaf Edizioni
Via Filippo Guarini, 2
47100 Forlì (FC)
Tel. 0543 473347
Fax 0543 474133
E-mail:
biobank@biobank.it
Website: www.biobank.it



VISUAL MERCHANDISING Specchio e anima del punto vendita

Gianfranco Giacomica-Caire
198 pagine, illustrazioni a colori



Un manuale tecnico-pratico, questo è Visual merchandising, un'utile guida alla organizzazione e realizzazione di un punto vendita accattivante, che catalizzi l'attenzione del visitatore e lo trasformi in un cliente, utilizzando un linguaggio estetico che operi a livello conscio e subconscio.

Quest'opera sarà di particolare interesse per i professionisti dell'immagine, fornendo un valido contributo di idee e di esperienze nel campo del visual merchandising.

Si tratta di un libro che può essere considerato sia una gradevole lettura che uno strumento di consultazione, ricco di idee e di spunti, organizzato in maniera chiara e organica. Gli argomenti, infatti, sono affrontati con competenza ma senza far ricorso a un linguaggio tecnico pedante o troppo specialistico. Ha certamente giovato all'autore, Gianfranco Giacomica-Caire, l'esperienza di

docenza ai corsi di formazione professionale, dalla quale è scaturita un'esposizione fluida, quasi didascalica.

Nel volume, si raccontano gli aspetti estetici e pratici dell'allestimento di vetrine e visual interno del punto vendita. Vengono analizzate le componenti psicologiche, l'influenza di luce e colori sull'uomo, senza trascurare l'importanza dei materiali e i piccoli accorgimenti che fanno di un semplice allestimento una scenografia di successo.

Non mancano infine i case history, con illustrazioni di grande formato, e un glossario dei termini tecnici più utilizzati.

Gianfranco Giacomica-Caire ha una lunga esperienza professionale, come visual, regista e progettista di eventi.

Editore Creative Group
Fax: 02 9101230
E-mail:
caire@creativegroup.it