

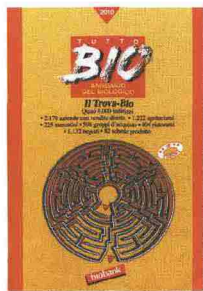
# libri nel carrello

a cura di **Alessandra Albori**

## Tutto Bio 2010: avanza la filiera corta

Publicata l'edizione 2010 (la 16ª) di Tutto Bio, l'Annuario del Biologico che contiene anche il Rapporto annuale di Bio Bank, e i dati aggiornati sugli 8.000 operatori bio censiti in Italia, dei quali oltre 3.100 legati alla vendita diretta. E proprio il successo della filiera corta, è il dato eclatante del Rapporto di Bio Bank: avanza nelle città e nei piccoli centri, tra gruppi di produttori, cooperative o singoli agricoltori, e arriva a coinvolgere singole persone, famiglie, e gruppi di amici, colleghi di lavoro. Emilia-Romagna, Lombardia e Toscana si confermano le tre regioni leader per numero assoluto di operatori bio, con l'Emilia-Romagna che torna alla guida del gruppo, laddove lo scorso anno il primato spettava alla Lombardia; la Toscana inoltre è prima per numero di agriturismi. La classifica per densità di operatori vede invece al primo posto le Marche, seguite da Valle d'Aosta e Trentino-Alto Adige (al primo posto per i mercatini).

L'Annuario presenta anche un centinaio di aziende che propongono alimenti, cosmetici e detergenti biologici certificati, e, in particolare, un quadro della certificazione per la cosmesi in Italia e in Europa. Tutto Bio 2010 si trova nelle librerie, nei negozi di alimenti biologici, sul sito [www.biobank.it](http://www.biobank.it), oppure presso l'editore (tel. 0543 473347).



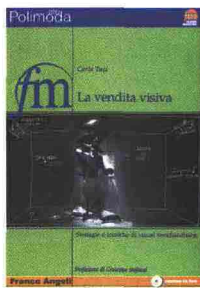
## Tutto Bio 2010. Annuario del Biologico

a cura di A. Mingozzi e R. M. Bertino  
Forlì, Bio Bank by Egaf Edizioni, 2010  
328 p., euro 16,00

## Il "bel vedere" del "buon comprare"

Il punto vendita: un insieme costituito da interno ed esterno, locali che ospitano i prodotti e vetrine (ma anche espositori, scaffali, ecc.) che presentano i prodotti. "Il negozio è il biglietto da visita di una marca", afferma **Giuseppe Stefanel**, ad di **Stefanel spa**, nella prefazione al volume. Ecco il motivo per cui, in sintesi, "il 'visual merchandising', disciplina che si sviluppa a partire dalla metà dell'Ottocento con la nascita dei primi department stores, è oggi il canale privilegiato di comunicazione diretta fra merce e acquirente". Dunque, la collocazione adeguata dei prodotti in vendita in "settings vivivi e percettivi" carichi di suggestione dipende esclusivamente dall'abilità dei professionisti del "visual merchandising"; e soprattutto si inserisce all'interno di strategie di marketing che coinvolgono il processo di commercializzazione del prodotto nella sua interezza.

Dove si impara la vendita visiva? Molto spesso attraverso un faticoso "lavoro sul campo", che non è legato a un processo di progettazione e sistematizzazione del patrimonio di esperienze conquistato. E allora questo volume nasce per colmare la lacuna, collocando la disciplina nell'ambito più generale delle pratiche di marketing.



## C. Tuci La vendita visiva

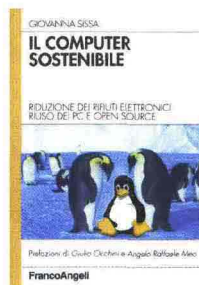
Collana Fashion Marketing  
Milano, FrancoAngeli Editore, 2008  
171 p., CD incluso, euro 24,00

## Lunga vita al PC

Sono entrati a far parte della vita di ognuno di noi e hanno rivoluzionato il nostro modo di vivere e di lavorare, senz'altro migliorandone le condizioni, talvolta però esasperando anche la nostra quotidianità: soprattutto quando il loro funzionamento lascia a desiderare.

E altrettanto prepotentemente stanno avendo un impatto sull'Ambiente, che fa sempre più fatica ad ammortizzare l'e-waste, cioè il rifiuto elettronico. I computer, che velocemente diventano obsoleti e che spesso sono considerati Raae (Rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche) troppo in fretta, in realtà possono tornare ad essere nuovamente funzionanti e avere una nuova vita (a volte è soltanto un problema di software, non tanto di hardware), a tutto vantaggio della sostenibilità ambientale in campo informatico, un obiettivo cui mira sempre di più la ricerca del futuro. "Rivolto a tutti coloro che possiedono un computer" si legge in quarta di copertina "il libro è scritto con un linguaggio scientifico ma divulgativo" e si rivolge agli informatici, cui offre spunti di riflessione, ma anche a scuole, pubbliche amministrazioni, aziende e imprese impegnate a dismettere i propri Pc.

A tutti i costi l'autrice indica la via per usarli in maniera diversa e per ridare dunque altra vita a questi strumenti informatici, ma soprattutto per non peggiorare quella dell'intero pianeta".



## G. Sissa Il computer sostenibile

Milano, FrancoAngeli Editore, 2008  
141 p., euro 15,00