

libri nel carrello

a cura di **Alessandra Albori**

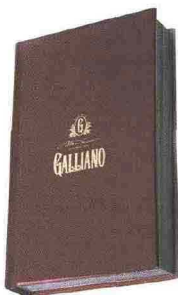
Il raffinato mondo dei cocktail

Esclusiva ed elegante, la seconda edizione della Guida Galliano identifica oltre 100 "bar-tender" a "cinque stelle". Proposta in tiratura limitata, ma raddoppiata rispetto alla precedente edizione (da 500 a 1000 copie), questa guida viene distribuita agli esponenti di spicco del settore e ai più importanti bartender mondiali; inoltre, contiene anche riferimenti inediti al patrimonio storico culturale di Galliano, fornendo informazioni esclusive sulla storia, la produzione e sull'orientamento futuro di questo liquore super premium. L'edizione del 2009 descrive per l'esattezza ben 101 dei migliori talenti del bartending mondiale: un numero considerevole - se si pensa che nella scorsa edizione erano soltanto 16 - che testimonia l'affermarsi di questo testo come un imperdibile "Who's Who" del mondo dei cocktail.

Parigi, Berlino, San Francisco, Los Angeles e Sidney: sono alcune delle 12 capitali internazionali da cui provengono le star della mixology internazionale. Va comunque precisato che ben il 30% è rappresentato da bartender italiani, attivi in Italia o all'estero: 14 a Milano, 11 a Londra, 5 a Berlino e 1 a Los Angeles.

La complessità e il gusto del liquore Galliano fanno di questo marchio l'ambasciatore perfetto della cerchia più

elitaria dei bartender. La guida nasce dalle segnalazioni dei protagonisti di questo settore: è, in un certo senso, l'icona ideale per una "community" del tutto particolare e fino a questo momento non molto valorizzata.



Guida Galliano 2ª ed. - 2009

Per informazioni:

Nascent Communications srl
Tel. 02 3313493

Vino tinto di rosa

Il mercato del vino è da tempo entrato in una fase di alta competitività, che richiede agli operatori maggiore professionalità rispetto al passato, ma anche una diversa esigenza di marketing.

I consumatori infatti sono sempre più esperti ed informati, e pretendono un prodotto di qualità a prezzi più convenienti. Le imprese di conseguenza si ritrovano nella necessità di innovare e di comunicare l'innovazione. Ogni operatore della filiera cerca di difendere posizioni di mercato ottenute con un duro lavoro: in questo senso, il marketing diventa protagonista nel ricercare l'intesa tra consumatore e impresa.

Questo volume descrive appunto cinque priorità di marketing: il filo conduttore è la creazione di valore per il cliente, interpretando la relazione con il cliente "come condizione propedeutica ad una vendita soddisfacente". Ma il punto di vista è davvero particolare: perché è quello delle oltre 200 donne imprenditrici del vino, che operano nell'ambito dell'Associazione delle Donne del Vino.

Si tratta di una realtà che in Italia è qualificata e protagonista in ogni livello della filiera del vino. Dunque, in occasione del ventennale dell'Associazione è stato chiesto a

queste donne verso quali direzioni procedono il mondo del vino e quello dei consumi. Il libro infine è il primo volume di una nuova collana, dedicata a Fine Food & Beverage, a cura dell'Osservatorio Marketing del Vino della Sda Bocconi.



Scenari di marketing del vino

a cura di **Andrea Rea**

Milano, FrancoAngeli, 2009
213 p., ill. a colori, euro 25,00

Il messaggio è arrivato

In questo testo il lettore troverà delle regole: cinquanta per l'esattezza, da leggere in un minuto. Complessivamente, la lettura durerà "50 minuti": che è anche il titolo della collana "Le guide rapide d'autoformazione" a cui appartiene il volume, e che comprende "volumi facili ricchissimi di esercizi da completare, test e soluzioni, questionari e attività da eseguire". Si tratta di guide utili a una larga tipologia di utenti: "i non specialisti, i quadri, i dirigenti, i professionisti e gli imprenditori". In particolare questo testo può risultare utile in vari modi, tutti suggeriti dall'autore nel libro stesso: come lettura tra un argomento e l'altro; per avere una panoramica; come un'appendice; come uno strumento di studio individuale; come fonte di moduli di facile uso; come ausilio in attività di formazione; come lettura preliminare o successiva workshop e seminari.

Che cosa insegna il volume: l'argomento è senz'altro accattivante, perché riguarda la capacità di comunicare con efficacia. Una dote particolarmente preziosa in ambito professionale, che trova la sua applicazione nelle situazioni più diverse: si tratti di riunioni aziendali, oppure della stesura di documenti oppure della presentazione di obiettivi e

strategie. In questo testo, spiega l'autore, si forniscono suggerimenti specifici per ottenere comunicazioni di lavoro più chiare e produttive: che sono alla base di "maggior armonia e soddisfazione" di tutte le relazioni.



Phillip E. Bozek

Comunicare con efficacia

Milano, FrancoAngeli, 2009
134 p., euro 15,00