



Giacomina Lapenna

Strategia della Comunicazione e Immagine

Management Psicologico e Organizzazione

COMPANION INSIDE SPONSOR

EDIZIONI GIACOMINA LAPENNA



IL LIBRO,
NOTO ED ATTUALE,
CHE SI FA REGALO:
CON ALL'INTERNO
IL MESSAGGIO PERSONALIZZATO.

UNO STRUMENTO INEDITO
DI
COMUNICAZIONE & PUBBLICITÀ:
UNICO, FLESSIBILE,
MIRATO, DUREVOLE,
PRESTIGIOSO E RINNOVABILE.

CON UN COSTO CONTATTO NETTO:
PARI A 3 CAFFÈ.

Giacomina Lapenna s.r.l.

Membro di EUPRERA. European PR Education & Research Association.

Sede sociale: Via Battistotti Sassi, 14 20133 Milano Italia Unità locale & Campus formativo: Via Feltrinelli, 17 25084 Gargnano (Brescia) Italia

Telefoni +39027388382 +393386253084 +393496101028

Video Call Skype giacomina.lapenna Multiparty Meeting CNR www.mm.cedrc.cnr.it/GIACOMINALAPENNA

E-Mail lapenna@giacominalapenna.com PEC info@pec.giacominalapenna.com

Siti Web Internet www.giacominalapenna.it www.edizionigiacominalapenna.it www.scuolamedicoscientifica.it www.saleesali.com

Numero R.I., Codice Fiscale e Partita IVA 03716540962 Codice Banca IBAN IT95N0307502200CC8501068490

Capitale Sociale interamente versato €uro 10.000,00

COMPANION INSIDE SPONSOR

Premessa storica

La sponsorizzazione, da parte di Privati e Organizzazioni, di libri e pubblicazioni ha una storia, ormai, centenaria, ed è uno strumento, importante ed incisivo, di comunicazione asincrona, per affermare un messaggio e incrementare i propri indici di popolarità e notorietà, al fine di ottenere il consenso dei Pubblici di riferimento.

In particolare, fino a circa dieci anni fa, la sponsorizzazione classica editoriale si riferiva, necessariamente, al solo e puro "branding" esterno delle due copertine di un libro selezionato, unica opportunità di fatto, allora, a disposizione dello sponsor.

Tale confine obbligato di comunicazione non certo dipendeva da carenza di iniziativa e di creatività degli editori o degli stessi sponsors, ma era l'effetto inevitabile delle ristrette e poco flessibili tecnologie di stampa e pubblicazione, a disposizione.

Quale è stato lo scenario, in sintesi, fino ad oggi?

Gli editori, obbligati dai rigidi sistemi di stampa erano costretti, per poter offrire un prezzo economico e vantaggioso, a quantità di minimi di produzione numerosi, di almeno alcune migliaia di libri (5.000-10.000), specularmente gli sponsors, pur potendo contare su un costo pro copia conveniente allo scopo omaggio, si scontravano con l'obbligo di un investimento complessivo iniziale pesante ed oneroso, che li spingeva, ovviamente, a impossessarsi interamente dell'opera di turno, con l'apposizione del proprio marchio (branding), in prima e ultima di copertina.

Di conseguenza l'offerta degli editori, per evitare che un'opera si vedesse ristretta al solo pubblico esclusivo degli sponsors e quindi invendibile a tutti i lettori potenziali, è sempre stata ben separata e distinta: da una parte i libri destinati ad una larga diffusione e alla normale vendita editoriale e dall'altra i libri (indipendentemente dal loro valore qualitativo) ritenuti di interesse meno generale, destinati, a titolo di omaggio tramite gli sponsors, a pubblici più esclusivi e quindi meno numerosi.

Tutto ciò, per molti decenni, ha fatto sì che gli sponsors abbiano potuto contare su una varietà di libri selezionabili piuttosto esigua e anche molto spesso "percepita", a torto, di "seconda seconda scelta" dagli stessi pubblici omaggiati di riferimento, per la scarsa notorietà dei titoli.

Di fatto, per i vari motivi citati produttivi ed economici, fino ad ora mai si è potuto assistere a sponsorizzazioni editoriali di libri di interesse generale, di larga diffusione e tantomeno di successo.

Libri vendita e libri branding hanno, quindi, avuto sempre percorsi separati.

Da alcuni anni, questo status quo sta subendo profonde modifiche essenziali e, in breve, sarà del tutto rivoluzionato radicalmente.

Infatti già oggi, gli editori, più attenti e più preparati, sono in grado di offrire una sponsorizzazione editoriale decisamente diversa e più utile: con una soglia minima richiesta solo di 200 copie per volta, molto meno impegnativa nell'investimento complessivo e di accesso, meno costosa per singola copia, totalmente inclusiva senza esclusione di nessun titolo (anche i più noti e richiesti), più flessibile, più moderna, più partecipativa più mirata e adeguata ai diversi obiettivi emergenti, più incisiva nella comunicazione, più dedicata, completamente personalizzata, "un abito su misura" modificabile.

Questa nuova impostazione si chiama "**Companion Inside Sponsor**", definizione inglese che la descrive precisamente nel suo intrinseco significato: Sponsor partner all'interno del libro.

Quindi non si tratta solo di una forma nuova di sponsorizzazione o di branding editoriale, ma bensì di un vero e proprio inedito strumento comunicativo di marketing (anche privato e personale), sempre utile e utilizzabile continuativamente in qualsiasi Piano Media per Pubbliche Relazioni, Promozione, Pubblicità, Public Affair, Branding, Eventi, Meeting, Anniversari, Commemorazioni storiche, Canvass e altre occasioni convenienti.

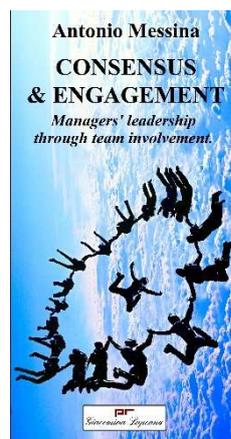
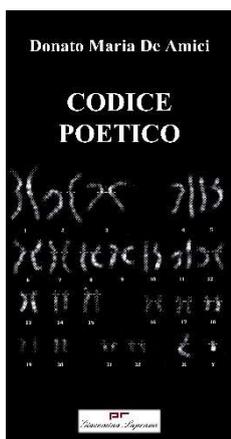
Che cosa è?

"Companion Inside Sponsor" è due "cose" insieme, unite e parallele: sia un servizio innovativo, a cura dell'Editore, che un'opportunità di comunicazione avanzata, a cura dello Sponsor.

L'Editore offre l'intero listino vendita, senza esclusioni di titoli, in formato cm. 21 x 11, per una personalizzazione di comunicazione mirata all'interno dei libri, al fine di omaggio divulgativo.

Inoltre provvede con un'assistenza completa e continuativa, all'individuazione del titolo, alla impostazione e alla realizzazione, parziale o anche completa, del progetto finale e dei definitivi, fino alla stampa finale.

Lo Sponsor scegliendo, in piena autonomia, il libro preferito e più consono ai diversi obiettivi situazionali, con testo, immagini, disegni, contenuti e grafica di propria ideazione, può personalizzare le pagine, intestate con il proprio marchio, a disposizione.



Come?

Lo Sponsor, scelto il titolo utile, ha a disposizione due spazi totalmente riservati (in formato bianco e nero e/o a colori), all'inizio e alla fine del libro.

Il primo consiste in un box di circa cm 3,50 x 9,50, inserito a pagina 2 del libro, in prossimità degli estremi dell'opera. A puro titolo di esempio:



Il secondo spazio è costituito dalla parte finale del volume: un vero e proprio "libro dentro il libro", a completa disposizione dello Sponsor, introdotto da una "copertina", di default, espressamente dedicata (cm. 21 x 11) e consistente in un numero massimo di 15 (quindici) facciate intere (cm. 21 x 11), intestate a marchio proprio, che possono ospitare informazioni, messaggi, illustrazioni, anche variabili nel tempo, in funzione degli obiettivi e dei piani di comunicazione previsti.

Lo spazio totale (massimo) di comunicazione, a completa discrezione dello Sponsor, può contare, dunque, su un box introduttivo all'inizio, più "il libro dello Sponsor", 16 facciate (8 pagine) in coda.

A puro titolo di esempio: una copertina e alcune pagine interne.



residenza
**Borgo dei
limoni**

Gargnano Lago di Garda Italia www.borgodellimoni.it Tel.+39 036571 440 info@borgodellimoni.it



476

kandoo
nippon restaurant

Viale Corsica, 38 - 20137 Milano Italia Tel. 02 70126079 Cel. 329 2034758
web www.kandooasahimilano.it mail: info@kandooasahimilano.it



480

ristorante
cecio & pepe

Viale Gian Galeazzo, 3 20136 Milano Italia Tel. +390263242539
Web: www.ristorantedeciopepe.it Mail: ristoraciopepe@gmail.com



491



Tosciano Madonna (BS) Lago di Garda (Italia) Tel. +39 0305443677 Fax. +39 0305443661 Mail: pescatori@lagoonapescatori.org/liglio.it



Per i prodotti, invece, conservati e surgelati, ricerchiamo e scegliamo, in prima persona, continuamente i migliori produttori italiani ed internazionali, con un contatto diretto alla fonte, senza filtri ed intermediari.

Il codice di "autocontrollo di qualità", il famoso ormai "quality check", noi lo applichiamo spontaneamente da sempre, si chiama: "prova Marai", e non riguarda solo aspetti come la freschezza e la provenienza, ma anche e soprattutto il gusto. Se il nostro pescato non passa la "prova Marai" viene trattenuto e scartato. Questa modalità selettiva consente di mantenere un livello professionale, alto ed omogeneo, di qualità nel tempo: quello che i nostri Clienti si aspettano da noi e che chiamano lo "standard Marai".



Un impegno quotidiano nel selezionare il miglior pescato del mondo ed i professionisti capaci di trovarlo. Questo lo sforzo della nostra promessa.

477

ristorante
cecilio & pepe

Viale Gian Galeazzo, 3 20135 Milano Italia Tel. +390283242509
Web: www.ristoranaceciliopepe.it Mail: ristoraceciliopepe@gmail.com

UN RISTORANTE ROMANO ALLE RADICI

DELL'ANTICA MILANO ROMANA

Le origini di **Milano** (probabilmente più antica di Roma 753 a.C.) si perdono nei millenni, con gli Etruschi che dominavano la zona, fino a che i Celti (la tribù degli Insubri) li sconfissero e fondarono il primo vero e proprio villaggio abitato, nel 590 a.C., con l'accreditato nome di **Medhelan** (parola celtica: "in mezzo alla pianura", "pianura di mezzo" oppure "luogo fra corsi d'acqua"), nei pressi di un loro antico santuario, situato nei pressi della moderna Piazza della Scala (centro città, quindi, in epoca celtica).



I primi scontri con i Romani risalgono al 385 a.C., fino alla decisiva battaglia del fiume Oglio del 223 a.C. che consentì, dopo un aspro assedio, nel 222 a.C., la definitiva conquista romana di Milano, in seguito ridenominata nel latino **Mediolanum** (identico significato), e il centro si spostò da Piazza della Scala a Piazza S. Sepolcro, il foro.

La città di epoca romana era molto più piccola di quella moderna e copriva un'area coincidente con quella che oggi, in linea di massima, definiamo "centro" ed era protetta da una cinta muraria chiusa, con 9 Porte, delimitata dalle seguenti vie che la circondavano, da sud in senso anti orario: **Maddalena (Porta Romana)**, **Larga (Porta Tonsa/Tosa)**, **Verziere (Porta Hercules)**, **Durini/Cerva**, **San Babila (Porta Argentea)**, **Montenapoleone (Porta Aurea/Nova)**, **Monte di Pietà, Dell'Orso (Porta Comacina)**, **Cusani**, **Largo Cairoli (Porta Jovia)**, **San Giovanni sul Muro (Porta Vercellina)**, **Magenta**, **Nirone (Circo romano)**, **Santa Valeria**, **Cappuccetto**, **Circo, Del Torchio (Porta Ticinese)**, **San Vito**, **Disciplini**.
Nei secoli si sviluppò progressivamente, divenendo prima **municipium** (49 a.C.) e poi anche capitale dell'Impero romano d'Occidente de facto (286 d. C. - 402 d.C.).

Una storia lunga e imponente: quasi 700 anni di civiltà comune.

487



KANDOO
nippon restaurant

Viale Corsica, 38 20137 Milano Italia Tel. 02.70126079 Cel. 328.2384738
web: www.kandooosuhimilano.it mail: info@kandooosuhimilano.it

esterno, protetto da rumorosi ed intemperie, direttamente sul viale alberato: una bella veranda coperta, tutta a vetri, un vero e proprio giardino d'inverno, con oltre 30 posti, dove si può mangiare sia col caldo che col freddo, oltre che fumare, volendo. Le sensazioni principali, secondo la testimonianza dei Clienti, sono: eleganza ed atmosfera.

Si tratta quindi di un luogo ottimale dove, oltre a mangiare bene, poter trascorrere momenti di relax, in una location elegante e dalle atmosfere minimali ma uniche, sia per motivi personali che professionali.

Venire da Kandoo è gradevole, ma, col tempo, è ancora più gradevole "la voglia" di ritornarci.



479



Giacomina Lapenna

I NOSTRI SERVIZI ON DEMAND

PRANZO DI LAVORO

Cacio & Pepe propone, tutti i giorni, un servizio dedicato al business lunch, con proposte molto curate e convenienti, oltre alla possibilità di poter usufruire del menu alla carta.

Le proposte di "easy lunch" sono perfettamente indicate, per qualità e velocità di esecuzione, al professionista e alle sue necessità di sostare rapidamente, per un pranzo rapido ma di qualità, senza rinunciare al servizio e al piacere della pausa.

CENE AZIENDALI

Su prenotazione a richiesta, è possibile riservare un'area specifica del ristorante per organizzare cene aziendali, la location curata nel dettaglio si presta elegantemente a far da cornice per incontri di lavoro mirati, avendo la risorsa di usufruire di Chef proprio e dell'alta qualità delle sue proposte, personalizzando il menu della serata a tema.

FESTE PRIVATE

Su prenotazione a richiesta, il locale è riservabile per eventi privati come cerimonie, compleanni e private party.

Lo Staff è a disposizione, con tutta la sua esperienza e professionalità, nel ruolo di consulente per realizzare al meglio ogni richiesta e per la guida alla valutazione dei progetti.

Il servizio e il menu a tema sono mirati e personalizzabili.

CATERING

Su prenotazione a richiesta, è a disposizione la possibilità di organizzare un servizio completo di catering direttamente a domicilio. La grande professionalità ed esperienza, insieme all'altissima qualità dei prodotti, trasformeranno ogni evento in un appuntamento di sicuro successo per tutti gli invitati.

DEHORS

Il locale dispone di un ampio spazio esterno per pranzare o cenare all'aperto durante la bella stagione. I tavoli, elegantemente allestiti, sono ideali per accogliere cene di coppia o serate tra amici.

PERSONAL TAKE AWAY & HOME SERVICE

Su prenotazione a richiesta, si può disporre del servizio di preparazione di piatti da asporto e per la consegna a domicilio.

PARCHEGGIO CONVENZIONATO

Per il ricovero dei mezzi, vi è una convenzione esclusiva con il parcheggio di via Aurispa, a non più di 100 metri dal locale.



PORTFOLIO

Questa è la nostra attività.

Ciò che sappiamo fare.

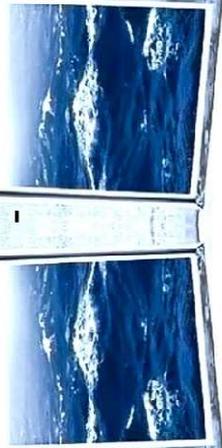
Quello che potete aspettarvi da noi.



- PRODOTTI ITTICI FRESCHI
- PESCATO DI MARE
- PESCATO DI LAGO
- FORNITURA DI QUALSIASI TIPO DI PESCE SU RICHIESTA
- CRUDITA'
- FRUTTI DI MARE
- TARTARE
- IMPORTAZIONE INTERNAZIONALE
- DIRETTA DI OSTRICHE
- SASHIMI ITALIANO
- CARPACCI
- AFFUMICATURA SPECIALE DI PESCE FRESCO
- SELEZIONE DI PESCE E CROSTACEI VIVI IN VASCA
- GASTRONOMIA & GOURMET PREPARAZIONI CULINARIE SPECIALI SU RICHIESTA
- CATERING
- SPECIALITÀ ALIMENTARI E ITTICHE STORICHE
- FORNITURE PER LA RISTORAZIONE
- SALI SPECIALI & AROMI
- SPECIALITÀ E SELEZIONI ITTICHE SURGELATE
- SPECIALITÀ CONSERVATE
- SERVIZIO GRATUITO DI FILETTATURA, PULITURA E CONFEZIONAMENTO SU RICHIESTA



Vi stiamo aspettando



Quando cominciamo?



LAGOMAR
IL PESCATO DI MARI
da oltre 100 anni

Lagomar Fish di Donata & Paolo Marai s.n.c. Via Giordani, 11
250683 Toscolano Maderno BS Tel. +39 036543071 Fax. +39 036547364



Quale?

Di solito, il box di apertura, a pagina 2, mette in rilievo il marchio dello Sponsor, o l'identificazione della Sua iniziativa, i Suoi recapiti e un sintetico "messaggio di benvenuto" ai Pubblici di riferimento (dedica, invito, memento, richiamo storico o altri ancora).

Le pagine finali sono invece, ogni volta, tutte da studiare, impostare e realizzare in linea coerente allo scopo e ai Pubblici destinatari dell'iniziativa e del suo investimento, che lo Sponsor si sforza di perseguire, raggiungere e coinvolgere.

L'orizzonte comunicativo è potenzialmente infinito, non vi sono limiti di temi, contenuti e obiettivi: un libro è, infatti, un vettore culturale privilegiato e trasversale, aperto e inclusivo, e quindi può diffondere qualsiasi messaggio e raggiungere qualsiasi Pubblico, target e fuori target, anche inaspettatamente.

Quanto?

Quale è l'investimento richiesto?

I costi, ovviamente, dipendono dal prezzo di copertina di un libro.

La soglia minima di 200 copie, per un libro di 22,00 euro, prevede uno sconto del 60%, quindi 8,80 euro a copia, per un totale lordo di 1.760 euro IVA compresa.

Al netto del recupero IVA e del beneficio fiscale, il costo reale totale si riduce a soli 1.013,76 euro, 5,07 euro a copia, costo che può scendere ulteriormente in funzione del numero di copie richieste, fino arrivare ad un minimo di 3,17 euro per singolo volume stampato, in caso di 3.000 copie totali.

Tali importi sono strettamente "all inclusive" e "chiavi in mano": comprendono selezione, consulenza editoriale, assistenza, ideazione, studio, realizzazione e impaginazione degli spazi dello Sponsor Ospite, senza nessun altro costo accessorio escluso, fino alla stampa finale e alla consegna del libro pronto.

Dal momento dell'approvazione ("visto si stampi") dei definitivi di pubblicazione, i tempi di produzione non superano i 10-15 giorni lavorativi.

Per chi?

Trattandosi di una piccola grande rivoluzione, per budget, modalità e contenuti, la formula Companion Inside Sponsor può raggiungere davvero l'interesse e l'utilità di Tutti i Pubblici utilizzatori, professionali e privati, nelle più disparate occasioni e per i più diversi scopi.

Infatti, chiunque, sia Organizzazioni e Imprese di ogni tipo e dimensione che Professionisti e Privati, con questo mezzo di Comunicazione, può accedere alla sponsorizzazione editoriale e godere dei ritorni di immagine della stessa, a prezzi convenienti, potendo scegliere sia libro omaggio che messaggio personalizzato in totale libertà, senza vincoli di forma e di sostanza.

Quando?

Considerando la sua complessa e flessibile potenzialità, questo strumento di consenso può essere utilizzato sempre e proprio "on demand", senza precise stagionalità e andando ben oltre la consuetudine della sponsorizzazione tradizionale, un tempo molto legata a periodi festivi, anniversari e commemorazioni.

Dove?

Il servizio descritto è curato direttamente da EDIZIONI GIACOMINA LAPENNA, con sede a Milano, ed è disponibile per tutti i libri pubblicati in listino, sia in lingua italiana che inglese, con destino di consegna, nazionale e internazionale, tramite il nostro Corriere convenzionato DHL.

La consegna per Milano e dintorni è gratuita.

Perché?

Innumerevoli possono essere ragioni, motivi, benefici e convenienze per decidere di utilizzare Companion Inside Sponsor.

Questi sono alcuni dei principali:

- Un libro è per sempre: un veicolo culturale di comunicazione di alto profilo e di lungo corso. Dedicata e messaggio (interni) dello sponsor seguono lo stesso destino.
- Per fare non solo Branding, ma per Comunicare a 360 gradi.
- Il beneficiario NON riceve in omaggio una pubblicazione qualsiasi, sconosciuta e di secondo piano, ma un libro originale, noto, di interesse e diffuso, in formato perfettamente uguale a quello in vendita, che,

se lo volesse acquistare, dovrebbe pagarlo, in libreria o tramite Web, almeno 22,00 euro, quindi: anche un valore percepito consistente del regalo.

- Per la infinita possibilità di personalizzazione della propria comunicazione.
- Un costo Contatto (arricchito da: omaggio-messaggio-branding) sobrio e contenuto tra i 3 e i 7 euro netti, poco più di qualche caffè, e in linea con qualsiasi oggetto regalo alternativo.
- Per sostituire anche un depliant di presentazione o di listino, a costi uguali, se non inferiori, col vantaggio intrinseco di essere anche un dono.
- Il "messaggio" di un depliant, o di qualsiasi altra pubblicazione istituzionale, può sopravvivere qualche giorno, una settimana se va bene.

Il "messaggio" in un libro omaggio dura invece molto più a lungo, se non per sempre, e non corre il rischio di essere cestinato (semmai viene regalato nuovamente da chi lo ha ricevuto per primo).

- Per poter gestire una comunicazione dinamica, e non statica, mutevole nel tempo e in perfetta sinergia con l'evoluzione dei propri obiettivi.
- Per farsi ricordare, per ricordare, e per non farsi dimenticare.
- Per distinguersi.
- Per regalare e diffondere Cultura, anziché semplici gadgets.
- Per rendere sempre disponibile, consultabile e pronto il nostro messaggio nel tempo.
- Per moltiplicare le potenziali referenze attive.
- Per incrementare notorietà, popolarità, immagine e consenso.
- Per invitare ad un'azione o ad una collaborazione desiderate.
- Per presentazioni istituzionali e di attività, per scopo regalo ricorrente, per lancio di nuovi prodotti e servizi, per campagne promozionali, per listini e menu, per eventi, manifestazioni, convegni e canvass aziendali, per Clienti speciali e Pubblici potenziali elettivi, per matrimoni e ricorrenze speciali e ben altro ancora.

Chi contattare?

Per informazioni e preventivi si invita a contattare i seguenti recapiti telefonici dedicati:

+393386253084 e/o +393496101028

In alternativa, si può rivolgersi all'indirizzo ufficiale mail di EDIZIONI GIACOMINA LAPENNA:

lapenna@giacominalapenna.com

COMPANION INSIDE SPONSOR ALCUNE OFFERTE DI RIFERIMENTO

L'ENGAGEMENT DEL CONSENSO Antonio Messina

EDIZIONI GIACOMINA LAPENNA Milano

LINGUA

ITALIANA



Formato cm 21x11 ergonomico tascabile

Copertina lucida colori 135 pagine bianco/nero



Prezzo di copertina	22,00	Sconto %
Sconto max librerie 40%	8,80	
Prezzo di vendita max sconto librerie	13,20	40%

Companion inside Sponsors

Esposizioni e plus
dedicati riservati & esclusivi

A partire da un minimo di 200 copie
personalizzate per volta

1 Stampa LOGOS + messaggio da definire nel riquadro
personalizzato a pag 2

2 MAX 15 (quindici) Facciate aggiunte in coda al libro da
personalizzare a disposizione sponsor

NUMERO COPIE	TOTALE	SCONTO %	PREZZO X 1 lordo tax	PREZZO X 1 netto tax
200 copie MINIMO in poi per volta	1.760,00	60%	8,80	5,07
da 300 copie in poi per volta	2.442,00	63%	8,14	4,69
da 500 copie in poi per volta	3.850,00	65%	7,70	4,44
da 1.000 copie in poi per volta	6.600,00	70%	6,60	3,80
da 2.000 copie in poi per volta	11.880,00	73%	5,94	3,42
da 3.000 copie in poi per volta	16.500,00	75%	5,50	3,17

Condizioni di vendita Sponsors

Pagamento fattura Anticipato

Consegna Franco partenza Milano
Gratuita a Milano

*"Un viaggio pragmatico
del manager alla conquista
della fiducia e della stima"*



Antonio Messina, Direttore HR delle più importanti imprese in Italia e all'Estero, è un vero e proprio *Guru* internazionale in People Management e nella creazione, nella realizzazione e nella gestione di progetti in ambito Risorse Umane e Change Management.

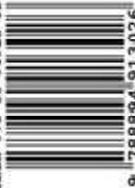
In oltre vent'anni di esperienza concreta, sul campo, nelle Direzioni HR a livello globale, si è appropriato di esperienze innovative, in particolare, nei settori Farmaceutico, Largo Consumo, Telecomunicazioni, Information Technology, Consulenza, Outsourcing, Automotive ed Elettrico.

Ideatore e CEO di HARA Risorse Umane di Milano, società attiva da diversi anni in tre direzioni diverse: Formazione, Consulenza & Change Management e Ricerca & Selezione.

E' anche un antico e accreditato appassionato di teatro, sia come interprete che regista e autore, di cinema e di calcio. Gli piace cucinare sperimentando sempre nuovi piatti, e trasformando la tradizione in fusion creativa e viceversa.

*"Il nettare del consenso.
Ciò che veramente "serve" per fare e per agire"*

ISBN 978-88-94913-02-6



9 788894 913026

www.giacominalapenna.com

www.giacominaprofit

PR
Giacomina Lapenna

EUR 22,00

www.edizioni.giacominalapenna.it

L'ENGAGEMENT DEL CONSENSO

Antonio Messina

Giacomina Lapenna



Antonio Messina

L'ENGAGEMENT DEL CONSENSO

*La leadership del manager
attraverso il coinvolgimento
dei collaboratori.*



PR
Giacomina Lapenna

NECTAR MUNDI Chef Viviana Spaguolo

EDIZIONI GIACOMINA LAPENNA Milano

LINGUA

ITALIANA



Formato cm 21x11 ergonomico tascabile

Copertina lucida colori 456 pagine a colori

Prezzo di copertina	24,00	Sconto %
Sconto max librerie 40%	9,60	
Prezzo di vendita max sconto librerie	14,40	40%



Companion inside Sponsors

Esposizioni e plus dedicati riservati & esclusivi

A partire da un minimo di 200 copie personalizzate per volta

1 Stampa LOGOS + messaggio da definire nel riquadro personalizzato a pag 2

2 MAX 10 (quindici) Facciate aggiunte in coda al libro da personalizzare a disposizione sponsor

NUMERO COPIE	TOTALE	SCONTO %	PREZZO X 1 lordo tax	PREZZO X 1 netto tax
200 copie MINIMO in poi per volta	1.920,00	60%	9,60	5,53
da 300 copie in poi per volta	2.664,00	63%	8,88	5,11
da 500 copie in poi per volta	4.200,00	65%	8,40	4,84
da 1.000 copie in poi per volta	7.200,00	70%	7,20	4,15
da 2.000 copie in poi per volta	12.960,00	73%	6,48	3,73
da 3.000 copie in poi per volta	18.000,00	75%	6,00	3,46

Condizioni di vendita Sponsors

Pagamento fattura Anticipato

Consegna Franco partenza Milano
Gratuita a Milano

N
E
C
T
A
R



Le Miscelate Storiche di Aromi sono il "pilastro portante" di questo libro. Da prima del 2.000 a.C., 200 ricette fatte di spezie, erbe aromatiche, piante speciali e a volte anche sale, che testimoniano la millenaria evoluzione dei Sapori dell'Umanità sulla Terra. Un vero e proprio "film organolettico" da tutto il mondo e da tutte le epoche, un patrimonio culinario riuscito ad arrivare fino alla quotidianità odierna delle nostre cucine, sopravvivendo a tempi, luoghi, usi, culture, mode e costumi. In sintesi: l'essenziale memoria del "DNA culinario" umano. Una ricerca storica durata anni, che questo libro, davvero unico nel suo genere, potrà custodire per il futuro di professionisti e non, che contribuiranno a realizzare "i sapori del domani". Nella facile forma di manuale di consultazione rapida, è uno strumento di informazione e di lavoro, utile per Chef, Gourmet e tutti coloro che, per attività o sottoper passione, hanno a che fare con il mondo culinario.



Come migliore auspicio, nell'attesa dei "sapori del futuro", la firma di questo libro è affidata ad un nuovo talento culinario emergente: la Chef VIVIANA SPAGNUOLO, classe 1981, milanese di origini calabresi doc. Nata Chef, con le "stimolate" della passione viscerale per la Cucina, ha studiato poi decenni per diventare. Oggi è una professionista in divenire, con ruoli diversi, di consulente e formatore per ACCADEMIA PRO, nota anche al Grande Pubblico, per le frequenti apparizioni in Tv, Radio e Web. Il libro si arricchisce e si completa con 50 sue nuove ricette, creazioni tutte inedite, che magnificano, in modo attuale, proprio le Miscelate più storiche. Un Sapere culinario dei più antichi, tradito per il futuro da una vera e contemporanea "Vestale del sacro fuoco della Cucina".

ISBN 978-88-94913-05-7



www.edizionigiacominalapenna.it
www.saleesali.com
www-giacominalapenna.com
www-accademiapro.it

Euro 24,00



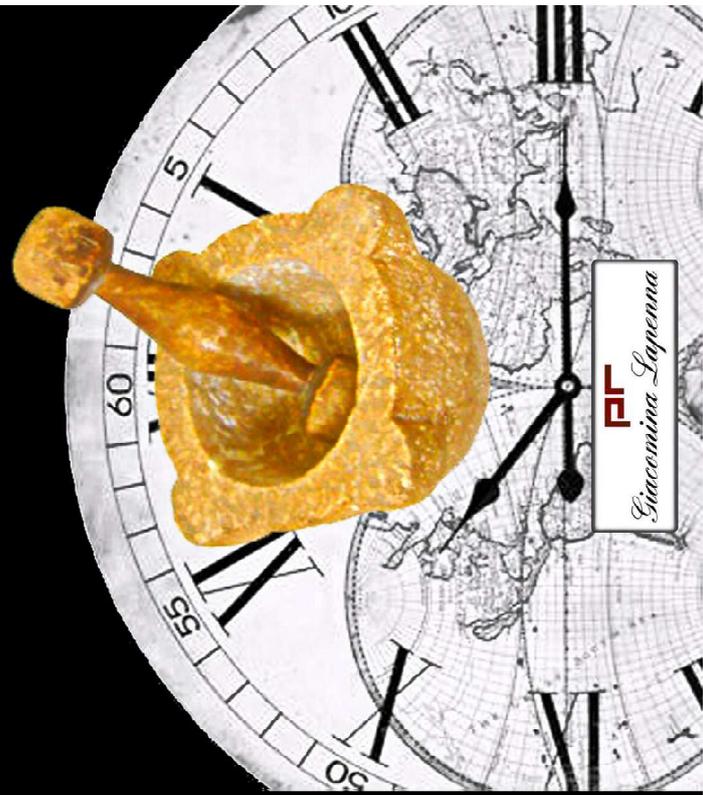
Viviana Spagnuolo

NECTAR MUNDI

IL NETTARE DEL MONDO

Alle radici dei Sapori dell'Umanità. 200 ricette dal 2.000 A.C. a oggi di miscele storiche di spezie e aromi che arricchiscono da sempre la Cucina di tutti.

Prefazione di Allan Bay
Introduzione di Eugenio Medagliani
Ideazione & Ricerca di Donato Maria De Amici



NECTAR MUNDI

Il Sale



CONSENSUS & ENGAGEMENT Antonio Messina

EDIZIONI GIACOMINA LAPENNA Milano

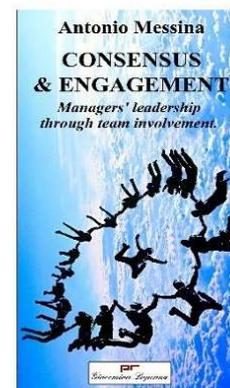
LINGUA

INGLESE



Formato cm 21x11 ergonomico tascabile

Copertina lucida colori 126 pagine bianco/nero



Prezzo di copertina	22,00	Sconto %
Sconto max librerie 40%	8,80	
Prezzo di vendita max sconto librerie	13,20	40%

Companion inside Sponsors

Esposizioni e plus
dedicati riservati & esclusivi

A partire da un minimo di 200 copie
personalizzate per volta

1 Stampa LOGOS + messaggio da definire nel riquadro
personalizzato a pag 2

2 MAX 10 (quindici) Facciate aggiunte in coda al libro da
personalizzare a disposizione sponsor

NUMERO COPIE	TOTALE	SCONTO %	PREZZO X 1 lordo tax	PREZZO X 1 netto tax
200 copie MINIMO in poi per volta	1.760,00	60%	8,80	5,07
da 300 copie in poi per volta	2.442,00	63%	8,14	4,69
da 500 copie in poi per volta	3.850,00	65%	7,70	4,44
da 1.000 copie in poi per volta	6.600,00	70%	6,60	3,80
da 2.000 copie in poi per volta	11.880,00	73%	5,94	3,42
da 3.000 copie in poi per volta	16.500,00	75%	5,50	3,17

Condizioni di vendita Sponsors

Pagamento fattura Anticipato

Consegna Franco partenza Milano
Gratuita a Milano

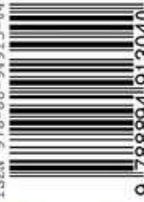
"The manager's pragmatic journey to gain trust and esteem"



Antonio Messina, HR Director in the most leading companies in Italy and abroad, is an international business guru in the Human Resources area of People Management, Project Management and Change Management, as well as creator and implementer of various enterprises. In over twenty years of practical experience worldwide, he has acquired ground-breaking competence in HR Management, in particular, in the Pharmaceutical, Fast-Moving Consumer Goods, Telecommunications, Information Technology, Consultancy, Outsourcing, Automotive and Electrical sectors. He is the creator and CEO of HARA Risorse Umane in Milan, an active company, for the past several years, in three different managements: Training, Consultancy and Change Management, and Research & Selection. He is also an historical and accredited theatre enthusiast, both as an actor as well as a director and playwright, and is also keen on cinema and football. He loves cooking and experimenting new dishes, transforming tradition into creative fusions of recipes and vice versa.

"The nectar of consensus. What is really needed to take action and to perform"

ISEN 978-88-91913-04-0



9 788894 913040

www.edizionigiacominalapenna.it
www.giacominalapenna.com
www.academiaipro.it



EUR 22,00

Antonio Messina & CONSENSUS & ENGAGEMENT

*Managers' leadership
through team involvement.*



CONSENSUS & ENGAGEMENT

Antonio Messina



Giacomina Lapenna