



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 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?

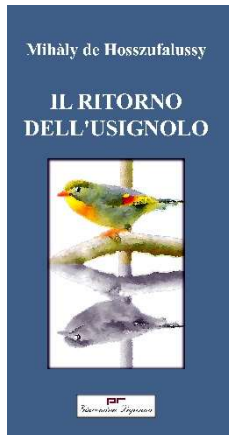
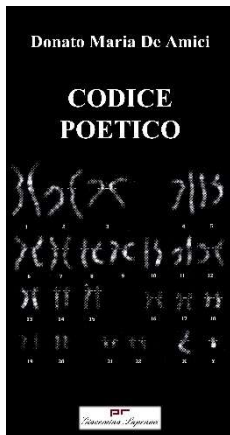
"**Companion Inside Sponsor**" è due "cose" insieme, unite e parallele: sia un **servizio** innovativo, a cura dell'Editore, che un'**opportunità** di comunicazione avanzata, a cura dello Sponsor.

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.

 IN LINGUA ITALIANA



 IN LINGUA INGLESE



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:

	LIBRO REGALO Per Amici Clienti Fornitori
www.borgodeilimoni.it Via Repubblica, 29 - 25084 Gargnano (BS) Lago di Garda Italia Email info@borgodeilimoni.it Tel +39 0365 71440 Fax +39 0365 791926 Cellulare +39 335 6025795	

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 036571440 info@borgodellimoni.it



476

kandoo
nippon restaurant

Viale Corsica, 38 20137 Milano Italia Tel. 02 701 26079 Cel. 328 2034758
www.kandoodesign.com mail: info@kandoodesign.com



480

ristorante
cecio & pepe

Viale Gian Galeazzo, 3 20135 Milano Italia Tel. +39023242509
Web: www.ristorantececiopepe.it Mail: risosociopepe@gmail.com



491



"Oscillaro Moderno (S) Lago di Garda Italia Tel. +39 035945671 Fax +39 035945671 Mail: lago@lago@pesca.it" / info@lago@pesca.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
cecio & pepe

Viale Gian Galeazzo, 3 20135 Milano Italia Tel. +390283242509
Web: www.istorantececiopepe.it Mail: ristorantececiopepe@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 Herculeia), 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 importante: quasi 700 anni di civiltà comune.

487



Viale Corsica, 33 20137 Milano Italia Tel. 02 70120079 Cel. 328.2034758
web: www.kandoodoshihimi.it mail: info@kandoodoshihimi.it

esterno, protetto da rumori 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

INOSTRI 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, 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 menù 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 menù 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

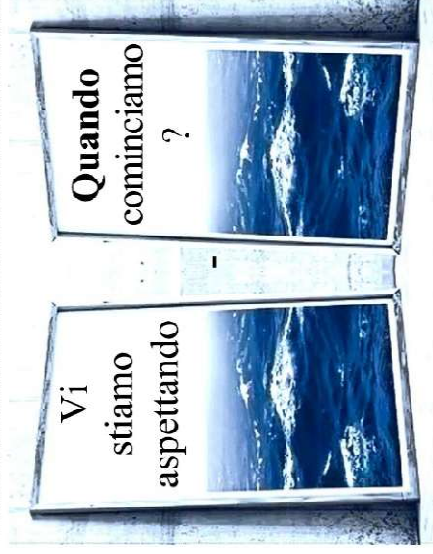
Su prenotazione a richiesta, si può disporre del servizio di preparazione di piatti da asporto e per la consegna a domicilio.

PARCHEGGIO CONVENZIONATO

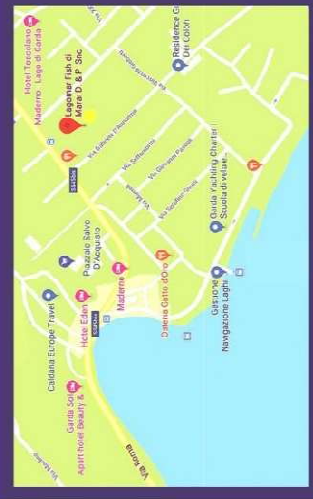
Per il ricovero dei mezzi, vi è una convenzione esclusiva con il parcheggio di via Ausonia, a non più di 100 metri dal locale.



Toscana Maremma (BS) Lago di Garda Italia Tel. +39 035643671 Fax +39 035643671 Mail info@lagomarmaremma.com



Lagomar Fish di Donata & Paolo Marai s.n.c. Via Giordani, 11
25048 Toscolano Maderno (BS) Tel. +39 035643671 Fax +39 035643664



Toscana Maremma (BS) Lago di Garda Italia Tel. +39 035643671 Fax +39 035643671 Mail info@lagomarmaremma.com

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
- SPECIALITA' 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






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 OFFERTE DI RIFERIMENTO

L'ENGAGEMENT DEL CONSENSO Antonio Messina

EDIZIONI GIACOMINA LAPENNA Milano

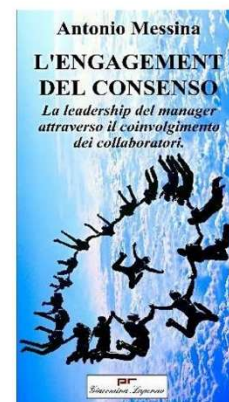
LINGUA

ITALIANA



Formato cm 21x11 ergonomico tascabile

Copertina lucida colori 118 pagine colori



Prezzo di copertina	26,00	Sconto %
Sconto max librerie 40%	10,40	
Prezzo di vendita max sconto librerie	15,60	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	2.080,00	60%	10,40	5,99
da 300 copie in poi per volta	2.886,00	63%	9,62	5,54
da 500 copie in poi per volta	4.550,00	65%	9,10	5,24
da 1.000 copie in poi per volta	7.800,00	70%	7,80	4,49
da 2.000 copie in poi per volta	14.040,00	73%	7,02	4,04
da 3.000 copie in poi per volta	19.500,00	75%	6,50	3,74

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.

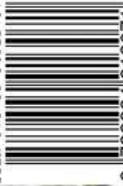
In oltre vent'anni di esperienza concreta, sul campo, nelle Direzioni HR a livello globale, si è appropriato di esperienze innovative, in particolare, nei settori Farmaceutico, Largo Consumo, Telecomunicazioni, Information Technology, Consulenza, Outsourcing, Automotive ed Elettrico.

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 978-88-94913-07-1



9 788894 913071

www.giacominalapenna.com
www.seuolamedicoscientifica.it



EUR 26,00

www.edizionigiacominalapenna.it

Antonio Messina

L'ENGAGEMENT DEL CONSENSO

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



L'ENGAGEMENT DEL CONSENSO



NECTAR MUNDI Chef Viviana Spagnuolo

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

NM
EU
CN
TD
AI
R

Le Mischele 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 speziali e a volte anche sale, che testimoniano la millenaria e speciale evoluzione dei Sapori dell'Umanità, sul pianeta 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 e "Sapori del Domani".

Nella tascabile e 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 solo per passione, hanno a che fare con il mondo culinario.

Sale & Sale
IL SALE DELLA VITA
GARGnano MILANO ITALY

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 "stimmate" della passione viscerale per la Cucina, ha studiato poi decenni per diventarlo. 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 Mischele più storiche. Un Sapere culinario dei più antichi, tradotto per il futuro da una vera e contemporanea "Vestale del sacro fuoco della Cucina".

ISBN 978-88-94913-05-7



9 788894 913057

www.saleesali.com

www.giacominalapenna.com

www.accademiapro.it

Euro

24,00

www.edizionigiacominalapenna.it

Sale & Sale
IL SALE DELLA VITA

NECTAR MUNDI

Handwritten signature

Sale & Sale
IL SALE DELLA VITA



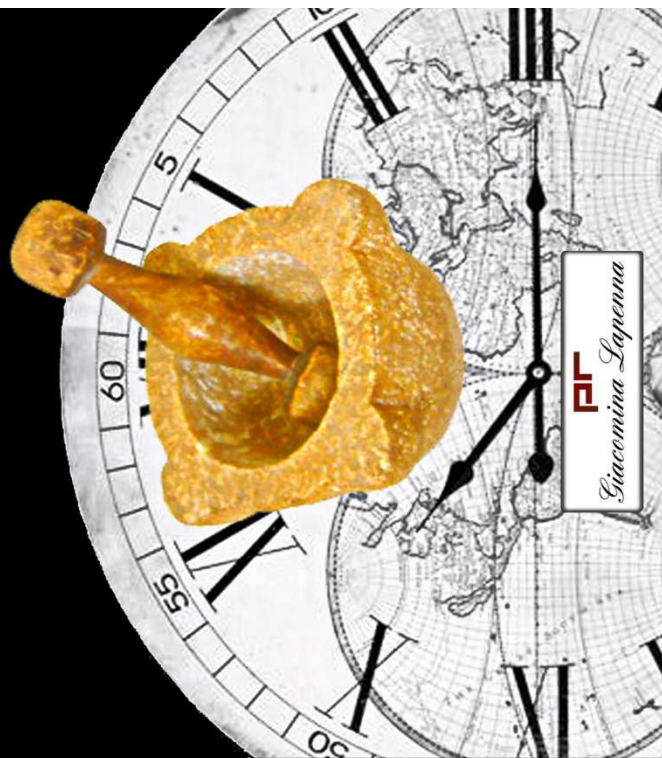
Viviana Spagnuolo

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



Sale & Sale
IL SALE DELLA VITA
GARGnano MILANO ITALY

GI
Giacomina Lapenna

CHANGE MANAGEMENT & LEADERSHIP Antonio Messina

EDIZIONI GIACOMINA LAPENNA Milano

LINGUA

ITALIANA



Formato cm 21x11 ergonomico tascabile

Copertina lucida colori 235 pagine bianco/nero



Prezzo di copertina	28,00	Sconto %
Sconto max librerie 40%	11,20	
Prezzo di vendita max sconto librerie	16,80	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	2.080,00	60%	10,40	5,99
da 300 copie in poi per volta	2.886,00	63%	9,62	5,54
da 500 copie in poi per volta	4.550,00	65%	9,10	5,24
da 1.000 copie in poi per volta	7.800,00	70%	7,80	4,49
da 2.000 copie in poi per volta	14.040,00	73%	7,02	4,04
da 3.000 copie in poi per volta	19.500,00	75%	6,50	3,74

Condizioni di vendita Sponsors

Pagamento fattura Anticipato

Consegna Franco partenza Milano
Gratuita a Milano

***"Un'azione positiva vincente:
perché "CHANGE"
sia un finale
vantaggio
per tutti"***



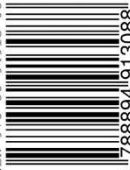
Antonio Messina, Direttore HR di alcune tra le più importanti imprese in Italia e all'Estero.
E' un vero e proprio *Guru* globale in Leadership & People Management e nella creazione, gestione e realizzazione di progetti in ambito Risorse Umane e Change Management.

In oltre vent'anni di esperienza reale sul campo, nelle Direzioni HR a livello mondiale, si è appropriato di abilità innovative, ed ha formato direttamente già più di 3.000 persone, tra executive, imprenditori, manager e nuovi talenti. Ideatore e CEO di HARA Risorse Umane, di Milano, società attiva da anni in tre direzioni diverse: Formazione, Consulenza & Change Management e Ricerca & Selezione. Oltre che di calcio e di cinema, è anche un antico e noto appassionato di teatro, sia come attore che regista e autore. Ama cucinare, sperimentando nuovi piatti, e cercando di trasformare la tradizione in fusione di avanguardia culinaria creativa, e viceversa.



"Ciò che veramente serve per ottenere la massima partecipazione, attiva e spontanea, al cambiamento"

ISBN 978-88-94913-06-8



9 788894 913088

www.giacominalapenna.com
www.scuolamedicoscientifica.it

EUR 28,00

www.edizionigiacominalapenna.it

CHANGE MANAGEMENT & LEADERSHIP

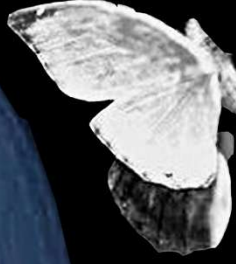
Antonio Messina



Antonio Messina

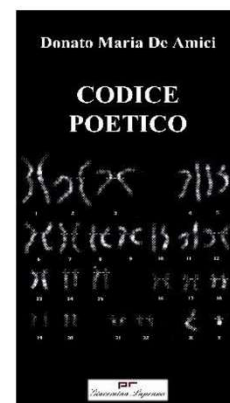
CHANGE MANAGEMENT & LEADERSHIP

***"La leadership
del consenso
per il cambiamento
condiviso"***



GL
Giacomina Lapenna

CODICE POETICO Donato Maria De Amici
EDIZIONI GIACOMINA LAPENNA Milano
LINGUA ITALIANA ■ ■
Formato cm 21x11 ergonomico tascabile
Copertina lucida colori 987 pagine colori



Prezzo di copertina	25,00	Sconto %
Sconto max librerie 40%	10,00	
Prezzo di vendita max sconto librerie	15,00	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

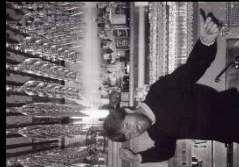
2 MAX 10 (quindici) Facciate aggiunte in coda al libro
da personalizzare a disposizione sponsor

NUMERO COPIE	TOTALE	SCONTO %	PREZZO X 1 lordo tax	PREZZO X 1 netto tax
250 copie MINIMO in poi per volta	4.062,50	35%	16,25	9,36
da 300 copie in poi per volta	4.500,00	40%	15,00	8,64
da 500 copie in poi per volta	6.875,00	45%	13,75	7,92
da 1.000 copie in poi per volta	12.500,00	50%	12,50	7,20
da 2.000 copie in poi per volta	22.500,00	55%	11,25	6,48
da 3.000 copie in poi per volta	31.500,00	58%	10,50	6,05

Condizioni di vendita Sponsors

Pagamento fattura Anticipato

Consegna Franco partenza Milano
Gratuita a Milano



Donato Maria De Amici è nato a Milano nel 1936, da padre milanese e madre trentina. A Milano ha vissuto la sua adolescenza e compiuto gli studi. Liceo scientifico all'Istituto Zaccaria, dove ha avuto i suoi primi formatori letterari, Padre Eligio Gatti, latinista, e Alfredo Menetti, docente e critico letterario e, in seguito, a Roma, collaborando per vari settimanali e quotidiani, Luciano Cirri, scrittore e giornalista. Quindi, Scienze Politiche all'Università Cattolica laureandosi con una tesi su "Orientamenti funzionalisti nella psicologia della percezione", con il politologo Gianfranco Miglio.

Ha viaggiato, studente, per anni per vedere il mondo e imparare le lingue, con la tenda o facendo il cameriere, in Inghilterra, Irlanda, Francia, Jugoslavia e Grecia. Per oltre dieci anni ha lavorato in grandi imprese, Cicrespi e Prodotto Roche, con una carriera da venditore fino a ruoli di vertice. Contemporaneamente, seguendo una forte passione per la musica, ha composto con il Maestro Aldo Bottero (autore del famoso "Tango delle rose"), diversi brani ed è stato ideatore e conduttore di una squisissima trasmissione radiofonica quotidiana sulla musica moderna, dal titolo "L'uomo del banco dei dischi".

Dagli anni '30 ha scelto la via dell'autonomia nel lavoro. Dopo un'esperienza come proprietario di un piano bar, da più di dieci anni è amministratore delegato di una nota società di consulenza e formazione. Queste le note della sua vita professionale e pubblica.

Ma c'è un'altra vita, quella della poesia. Scrive dall'età di dieci anni. Ha collaborato, nei cinque anni del liceo, con liriche e racconti poetici, al giornale della scuola "Vita". Nel 1970 ha pubblicato un libretto delle prime poesie, scelte fra quelle scritte dai dieci ai quattordici anni, intitolato "La prima fine", segnalato al Premio Nazionale di Poesia Bergamini. Nel 1973 è stato segnalato con la lirica "E l'uomo è nel giardino" al Premio Silarus per la Poesia di Italo Rocco (Paestum). Nel 1975 il settimanale Famiglia Cristiana pubblica una selezione delle sue poesie.

Nel 1976, viene inserito con la poesia "Un piccolo caffè" nella raccolta antologica del Centro Poeti della Rocca (toscana). Nel 1982 esce una nuova raccolta di poesie "Senza perdere un giorno", Trevi Editore Roma, presentata dal critico Enzo Fabiani con la lettura dell'attore Gerardo Paganini. Con una selezione del libro, intitolata "Giorno e notte", è fra i vincitori del Premio "La Genta d'oro" e viene inserito nella pubblicazione "I Quaderni della Genta" dell'Accademia di cultura e arte R. Colombo di Serravalle Sesia. Nel 1985, per la lirica "Quando non c'eri", è segnalato al Premio Letterario "Poesia d'amore", Città di Brugiate. Nel 1988 esce il suo terzo libro intitolato "Olive nel cielo", Editrice Nuovi Autori Milano, con prefazione di Delima Provençal, che raccoglie l'espressione poetica più significativa dei suoi trent'anni, presentato all'Auditorium del Circolo Culturale San Fedele di Milano, con gli attori Gerardo Paganini e Marcella Romel. Nel 1992, per i tipi dello stesso Editore, vede la luce il suo quarto libro di poesie nuove intitolato "Il primo giorno che mi resta da vivere", con prefazione e presentazione di Cesare Mealli, direttore della pagina culturale del Corriere della Sera, nello stesso Auditorium, con Gerardo Paganini. Nel 1993, il libro riceve la premiazione dell'Accademia "Ferdinanda" di scienze, lettere ed arti di Calabria e il riconoscimento speciale dell'Associazione degli Autori di Milano, al Circolo della Stampa.

Ora, nel 2006, viene pubblicato "CODICE POETICO", con la prefazione di Alfredo Menetti, e uno spettacolo interpretato da Gerardo Paganini, con la partecipazione di Antonio Messina di "Teatroanch'io". Un'antologia che raccoglie tutte le sue opere precedenti, le poesie inedite "che non videro la luce", e il libro di poesie nuove, il quinto, "Vita potabile", scritte dal 1993.

50 anni di vita.
40 anni di poesie.
Una sola identità genetica:
codice poetico.

Euro 25,00

CODICE POETICO

Donato Maria De Amici

Donato Maria De Amici

CODICE POETICO



Giacomina Lapenna

Giacomina Lapenna

www.giacominalapenna.com

IL RITORNO DELL'USIGNOLO Mihály de Hosszúfalussy

EDIZIONI GIACOMINA LAPENNA Milano

LINGUA

ITALIANA



Formato cm 21x11 ergonomico tascabile

Copertina lucida colori 360 pagine bianco/nero

Prezzo di copertina	16,00	Sconto %
Sconto max librerie 40%	6,40	
Prezzo di vendita max sconto librerie	9,60	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	1.280,00	60%	6,40	3,69
da 300 copie in poi per volta	1.776,00	63%	5,92	3,41
da 500 copie in poi per volta	2.800,00	65%	5,60	3,23
da 1.000 copie in poi per volta	4.800,00	70%	4,80	2,76
da 2.000 copie in poi per volta	8.640,00	73%	4,32	2,49
da 3.000 copie in poi per volta	12.000,00	75%	4,00	2,30

Condizioni di vendita Sponsors

Pagamento fattura Anticipato

Consegna Franco partenza Milano
Gratuita a Milano

Stampa a Milano

IL RITORNO DELL'USIGNOLO

Mihály de Hosszúfalussy


Giacomina Lapenna

Mihály de Hosszúfalussy IL RITORNO DELL'USIGNOLO

Tre esuli scappati dal loro Paese, diventato dopo la guerra una democrazia popolare, si conoscono in un esilio dorato.

Ma la nostalgia nella memoria per la gente dell'est Europa è un sentimento così forte che ben presto finirà per rompere un equilibrio ritrovato.

I tre amici recupereranno insieme, molti anni dopo quando, con la caduta dei regimi comunisti, si aprì la cortina di ferro, le origini comuni per iniziare una nuova vita.

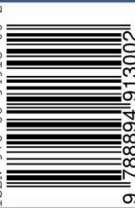
Un romanzo che descrive l'amore per le proprie radici e che vuole dimostrare come la parte più importante della vita di un uomo sia quella finale, quella della maturità, dove ogni cosa appare come irripetibile e proprio per questo preziosa.

Mihály de Hosszúfalussy, è nato a Milano nel 1955. Di origine ungherese, insegna Storia delle Religioni semitiche e orientali in varie Scuole. Ha pubblicato diversi lavori inerenti al suo insegnamento. Questo è il suo primo romanzo.

Prefazione di Antonio Messina, autore e regista di testi teatrali e Presidente di  Milano.

www.giacominalapenna.com

ISBN 978-88-94913-00-2



9 788894 913002


Giacomina Lapenna

Euro 16,00




Giacomina Lapenna

CONSENSUS & ENGAGEMENT Antonio Messina

EDIZIONI GIACOMINA LAPENNA Milano

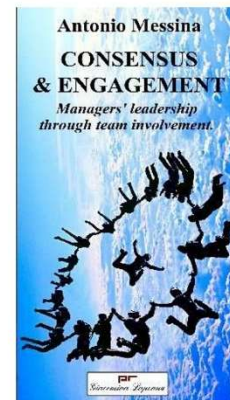
LINGUA

INGLESE



Formato cm 21x11 ergonomico tascabile

Copertina lucida colori 126 pagine colori



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	2.080,00	60%	10,40	5,99
da 300 copie in poi per volta	2.886,00	63%	9,62	5,54
da 500 copie in poi per volta	4.550,00	65%	9,10	5,24
da 1.000 copie in poi per volta	7.800,00	70%	7,80	4,49
da 2.000 copie in poi per volta	14.040,00	73%	7,02	4,04
da 3.000 copie in poi per volta	19.500,00	75%	6,50	3,74

Condizioni di vendita Sponsors

Pagamento fattura Anticipato

Consegna Franco partenza Milano
Gratuita a Milano

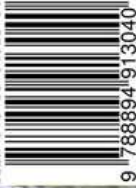
*"The manager's
pragmatic journey
to gain trust and esteem"*



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"*

ISBN 978-88-94913-04-0



EUR 22,00

www.edizionigiacominalapenna.it

www.giacominalapenna.com

www.acedemiapro.it

Antonio Messina

CONSENSUS & ENGAGEMENT

*Managers' leadership
through team involvement.*



CONSENSUS & ENGAGEMENT

Antonio Messina

