

10 ANNI DI Y-3

Una nuova fatica letteraria, in edizione limitata, che ripercorre i dieci anni di Y-3, dalle epiche passerelle alle campagne pubblicitarie ipercinetiche, per non parlare dei capi rivoluzionari che, nella poetica estetica oscura di Yohji Yamamoto, fondono moda e sport. Il libro racconta il primo decennio dell'innovativo marchio di sportswear in un mix caotico di immagini e riflessioni degli innovatori che hanno plasmato il linguaggio visivo del marchio. Ogni pagina del libro rappresenta un diverso capitolo dell'evoluzione di Y-3: immagini di backstage e passerelle, bozzetti di studio, prototipi e foto di negozi.



Y-3



COME MOLTIPLICARE IL VALORE DELL'ITALIA

Si parla tanto di X factor, quello che negli show televisivi è rappresentato dal talento. Per il destino dell'Italia la X non è un'incognita, ma il condensato stesso delle sue potenzialità: un mix di intelligenza, creatività, gusto, capacità tecniche e artigiane che possiamo chiamare Italian factor. Il libro di Francesco Morace e Barbara Santoro, edito da Egea, spiega come trasformare una vocazione psicologica e un'attitudine culturale in fattore di moltiplicazione per il valore delle nostre attività e delle nostre imprese. Con l'analisi casi di successo come Brunello Cucinelli, Yoox, Ferragamo e Moleskine. (€17,50)



Francesco Morace
Barbara Santoro
Italian factor
Moltiplicare il valore di un Paese

Egea



ALLA SCOPERTA DELLA MILANO STILOSA

Fabiana Giacomotti, nel libro edito da Baldini&Castoldi, milanese doc, svela la città e i suoi riti, i suoi luoghi e i suoi linguaggi. Dai negozi dove si vestono gli stilisti, ai collezionisti di vintage dove comprano le star, dal bar dove si beve il cappuccino perfetto ai ristoranti dove si va per farsi (o non farsi) vedere. Ma anche i luoghi magici e segreti in cui dare appuntamento a un nuovo amore. Non mancano le dritte e i consigli per farsi riparare la bicicletta o per entusiasmare i bambini con una notte in sacco a pelo al museo. (€20)

GRAZIE A INTERNET CAMBIANO LE PROFESSIONI

Web e globalizzazione hanno rivoluzionato il mondo. Non solo dal punto di vista sociale ma anche nel mondo della moda dove si diffondono nuovi profili professionali. Ne parla sul suo libro "Il mercato della moda e le nuove professioni", Cristiano Brando Tagliabue, esperto di marketing e comunicazione che delinea uno spaccato sull'evoluzione delle tradizionali figure professionali. Dall'ex direttore del negozio, ora store manager, il cui compito è lavorare a stretto contatto con l'ufficio marketing al retail designer e ancora alle nuove professionalità legate strettamente a internet, nella moda si aprono nuove possibilità in chiave 2.0. (€16,50)

