

A cura di
Giovanni Battista Sgritta
Dentro la crisi

**Povert  e processi
di impoverimento in tre
aree metropolitane**

**Franco Angeli, Milano 2010,
pp. 272, euro 28,50**



L'Autore presenta un'indagine in presa diretta sulla manifestazione della crisi a Torino, Roma e Napoli.

Le diverse realt  sono analizzate con gli strumenti della ricerca qualitativa e l'ausilio di dati statistici e amministrativi.

AA. VV.

**IES Intelligenza
Empatico Sociale
I neuroni specchio
per lo sviluppo
delle organizzazioni**

**Franco Angeli, Milano 2010,
pp. 272, euro 28,00**

Il volume parte da una scoperta scientifica, quella del meccanismo specchio, per descrivere un modello operativo basato sull'empatia fisiologico-biologica.



Ne emergono scenari innovativi per il mondo della formazione e della consulenza.

Franco Frabboni
La scuola rubata

**Franco Angeli, Milano 2010,
pp. 112, euro 13,00**



Un noto pedagogista argomenta una serrata requisitoria nei confronti del ministro dell'istruzione Mariastella Gelmini.

La critica   basata sui tre ideali (persona, conoscenza, formazione), fondamentali per lo sviluppo di un Paese.

www.francoangeli.it

DA MATERIALE PER L'EDILIZIA A PRODOTTO DI TENDENZA

Le piastrelle di ceramica italiana: un'eccellenza Made in Italy

Da pi  di 40 anni il marchio "Ceramic Tiles of Italy" promuove nel mondo le piastrelle italiane. Un prodotto che sa unire un'infinita creativit , le pi  moderne tecnologie e un'attenzione significativa per l'ambiente

Il settore ceramico italiano rappresenta una delle bandiere del Made in Italy nel mondo. Da circa quarant'anni, attraverso il marchio "Ceramic Tiles of Italy", l'industria ceramica italiana promuove sui mercati esteri l'immagine e i contenuti delle piastrelle italiane. Il marchio "Ceramic Tiles of Italy"   lo strumento grazie al quale l'industria ceramica italiana valorizza e riafferma la provenienza delle piastrelle e il principio della trasparenza sull'indicazione di origine dei prodotti.   un segno di forte identit  visiva, sintesi fra tradizione, qualit , innovazione e creativit , elementi tipici del Made in Italy.

Made in Italy inteso come garanzia di design, qualit  dei materiali e dei progetti, ma anche garanzia di rispetto per i lavoratori e per il territorio su cui si opera. Non un semplice marchio, quindi, ma l'emblema che d  impulso e prestigio ai valori e all'immagine delle piastrelle di ceramica italiana.



Fap ceramiche: Brillante

Una grande versatilit 

Da sempre una delle declinazioni pi  fortunate del Made in Italy   associata alla creativit  infinita che trova nelle piastrelle di ceramica, un prodotto in grado di garantire una scelta illimitata di colori, formati, dimensioni, decori: variabili tali da assicurare una libert  assoluta nel definire stili e tendenze, interpretare ambienti e spazi della casa.

Proprio la versatilit  del prodotto ceramico e la sua adattabilit  a tutte le superfici ne

“ ”
Ceramic Tiles of Italy

fanno una soluzione di arredo che – per la sua variet  – sta sempre pi  conquistando nuovi spazi e nuove funzioni dell'abitare, trasformando sempre pi  la piastrella di ceramica da un materiale per l'edilizia a un prodotto di tendenza.



Marazzi Stonevision: rivestire contemporaneo

Stonevision reinterpreta con linguaggio contemporaneo sette marmi pregiati: Calacatta, con tonalit  bianche ed eleganti venature longitudinali, Thassos, dal bianco assoluto e dai raffinati effetti traslucidi della superficie, Portogallo, dalle calde tonalit  dal cipria al grigio con venature cristalline, King Beige, in beige rosato con venature morbide e omogenee, Travertino, con tonalit  beige mandorla e lievi microvenature, Hauteville Dor , dalla superficie gialla dorata e dalla micrograna su tutta la superficie e Grafite, dal colore antracite prezioso da leggere sfumature brune.