

Joël de Rosnay

La révolte du pronetariat Des mass média aux média des masses

Paris, Fayard 2006,
pp. 252 euro 18,00

Le nuove tecnologie telematiche sono una rivoluzione la cui portata non è s t a t a

ancora compresa appieno.

Blog, wikipeidie e riviste online autogestite sono i pilastri di una nuova economia – e di una nuova democrazia – da pari a pari nella quale il “pronetariato” riesce a produrre e diffondere contenuti gratuiti e non proprietari.

George Orwell

Giorni in Birmania

Mondadori, Milano 2006,
pp. 340 euro 8,40

Esce finalmente negli Oscar Mondadori l'opera prima dell'autore di 1984.

Un romanzo che nasce dall'esperienza diretta di Orwell come membro della polizia coloniale in Indocina negli anni '20. Un'aspra denuncia del colonialismo inglese.

Michihiko Hachiya

Diario di Hiroshima

Se, Milano 2005,
pp. 288 euro 19,00

Nel diario di un medico giapponese il racconto di due mesi, dal giorno della bomba (6 agosto) al 30 settembre 1945.

Dal racconto in presa diretta di quei giorni emerge il senso di inesplicabilità della tragedia.



Al Glee per le tendenze su giardini domestici e tempo libero

Il Glee non è una fiera come le altre. Perché il suo ruolo va oltre, perché l'esposizione è solo un tassello di un mosaico ampio e diversificato. Scenari nuovi, attenzione massima all'esposizione e ai dettagli. In ogni sua forma.

L'appuntamento di Birmingham è qualcosa di più di un'occasione per scoprire novità e tendenze: è soprattutto la casa di mille idee e soluzioni d'avanguardia, nel pieno spirito di una manifestazione che non è mai rimasta uguale a sé stessa ma che ha sempre saputo rinnovarsi di pari passo all'evoluzione del mercato. Lo dicono le cifre, ma lo dicono soprattutto quelli che il Glee l'hanno visitato, fra espositori che l'anno successivo hanno deciso non solo di confermare ma anche di richiedere uno spazio maggiore, e buyer che sono puntualmente ritornati.

Tre giorni da non perdere, in una città estremamente vivace e accogliente. Birmingham, ancor oggi orgogliosa del suo ruolo-chiave nella Rivoluzione Industriale, ha cambiato radicalmente aspetto negli ultimi anni grazie a massicci interventi urbanistici che hanno fatto da prezioso corollario ad antiche bellezze culturali e architettoniche. Una città tornata alla ribalta con negozi di tendenza, ristoranti di prestigio, pub e locali d'alto livello.

Universal Marketing, che si occupa in esclusiva della partecipazione italiana al Glee, propone inoltre un pacchetto-visita in occasione della prossima edizione della fiera di Birmingham, in programma dal 17 al 19 settembre. Il pacchetto comprende tre pernottamenti all'interno delle strutture alberghiere Jurys Inn e Ibis, trasferimenti giornalieri dall'albergo al centro

I 12 settori del Glee

Garden Care
Landscaping
Machinery
Nursery
Retail Services
Water Gardening
Home & Gift
Lofa Outdoor Living
Out & About
Outdoor Living
Sports & Play
Petindex

fieristico Nec, Vip badge, copia del catalogo ufficiale degli espositori, accesso all'International Buyers Lounge riservata agli operatori internazionali, invito per il cocktail di benvenuto del 17 settembre al Nec, partecipazione al Glee International Party e a tutti i seminari (il programma è consultabile sul sito www.gleebirmingham.com).

Per ulteriori informazioni contattare Universal Marketing (www.universalmarketing.it) allo 0640802404 (telefono), 06 40801380 (fax) o all'indirizzo email tps.emap@universalmarketing.it.

They are often the focus of a dinner party or practical aids in everyday life: products for the table, kitchen and household. But not only there: this product segment is also one of the focal points at the Function and Passage thematic worlds of Tendence Lifestyle in Frankfurt.

To be held from 25 to 29 August 2006, Tendence Lifestyle is the world's only trade fair to structure its product range by lifestyle and thematic worlds.

The style-oriented arrangement of the products and the modern combination of inspiring styles, fresh ideas and future-oriented design attracts an international audience of

Tendence Lifestyle: core business for international trade visitors in the table, kitchen and household segment



trade visitors to Frankfurt who take advantage of this unique platform for the sector at the beginning of the autumn, winter and Christmas business.

“What on earth can I give them?”. Finding original gifts is a headache for many people – and that several times a year.

The Joy lifestyle world at Tendence Lifestyle is a veritable paradise with gift articles of all kinds and everything imaginable that comes in the category colourful, clever and brazen. Here, buyers from department stores, gift boutiques and furnishing stores will find a multitude of ideas for an original, attractive and fashionable assortment. Tendence Lifestyle in 2005 was attended by 86,000 visitors, more than 24,000 of them from abroad.

