



NEWS

Pubblicato il volume “Il temporary shop”

Massimo Costa ed Ada Cattaneo sono gli autori del libro, edito da Lupetti, che tratta di questa nuova forma di comunicazione e di vendita in sintonia con lo spirito dei tempi

di Elisa Scarcella

In barba alla crisi economica, è un fenomeno sempre in crescita, come testimoniano le numerose esperienze di importanti brand che sperimentano questa formula davvero unica per la sua capacità di dimostrarsi un'efficace sintesi di comunicazione e vendita. Parliamo del Temporary Shop, una forma di “retailment” che offre ottimi risultati a fronte di prezzi competitivi, ed è ora protagonista di un volume scritto da Massimo Costa, responsabile Assotemporary (l'associazione che riunisce oggi 70 soci tra cui i business center) e Segretario Generale Assomoda Italia e da Ada Cattaneo, sociologa, docente, consulente di marketing e comunicazione e blogger.

“Il temporary shop – Nuove forme di comunicazione e di vendita in sintonia con lo spirito dei tempi”, edito da Lupetti Editore, con presentazione di Luca Pellegrini, vuole affrontare in modo completo e unitario il fenomeno del temporary shop, partendo dal concetto di “tempo” nella sua storia e nella sua concezione attuale, fino ad arrivare alle trasformazioni delle modalità di acquisto e di consumo delle merci ed alle forme più innovative di comunicazione e distribuzione.

Il temporary shop ha dimostrato di non essere una “meteora”, destinata a svanire insieme alla crisi economica ancora in corso, affermandosi sempre più come consistente e durevole attività commerciale adatta ai più disparati settori merceologici ed agli imprenditori da tempo presenti sul mercato così come agli “absolute beginners”.

Nel volume il temporary shop, che rappresenta oggi l'ultima frontiera del retail, viene descritto in tutti i suoi aspetti, a partire da quello più autentico che ne coglie la straordinaria potenzialità quale strumento di comunicazione e marketing non convenzionali.

Un tema dunque che, per le molteplici sfaccettature, suscita numerose domande, che potranno trovare risposta nel volume, nel quale è compresa anche una mappa attuale dei temporary store.

Il temporary shop – Nuove forme di comunicazione e di vendita in sintonia con lo spirito dei tempi

di Massimo Costa ed Ada Cattaneo

Lupetti Editore

Anno 2010

www.lupetti.com

24-5-2010

LINK ALLA NEWS:

www.eccellere.com/rubriche/news/news.asp?id=339

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -



I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali** (www.eccellere.com/notelegali.htm).